

**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 *CUSTOMER EXPERIENCE*, *TRUST*, DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PADA ENDANG LAUNDRY DI KECAMATAN TUALANG****KABUPATEN SIAK**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh

*Gelar Sarjana Manajemen (SM) Program Studi S1 Manajemen Pada Fakultas
Ekonomi Dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.*



UIN SUSKA RIAU

Oleh :

MUTHIA RAMADHANI

NIM. 12070124181

PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS ISLAM SULTAN SYARIF KASIM RIAU

2025



LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Muthia Ramadhani
 Nim : 12070124181
 Program Studi : S1 Manajemen
 Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
 Fakultas : Ekonomi Dan Ilmu Sosial
 Semester : X (Sepuluh)
 Judul Skripsi : Pengaruh Customer Experience, Trust Dan Service Quality Kepuasan Pelanggan Pada Endang Laundry Di Kecamatan Tualang Kabupaten Siak.

Disetujui oleh :

DOSEN PEMBIMBING

Ermansyah, S.E., M.M
 NIP. 19850328 2023211 011

Mengetahui :

DEKAN
FAKULTAS EKONOMI
DAN ILMU SOSIAL

KETUA PROGRAM STUDI
S1 MANAJEMEN



De. Marni, SE., MM
 NIP. 19820626 199903 2 001

Astuti Meflinda, SE., MM
 NIP. 19720513 200701 2 018

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



LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Hak Cipta
© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Nama

Program Studi

Fakultas

Judul

Tanggal Ujian

: Muthia Ramadhani

12070124181

: S1 Manajemen

: Ekonomi dan Ilmu Sosial

: Pengaruh Customer Experience, Trust dan Service Quality Terhadap
Kepuasan Pelanggan pada Endang Laundry di Kecamatan Tualang
Kabupaten Siak.

: 25 April 2025

TIM PENGUJI

Ketua

Dr. Julina, SE., M.Si

NIP. 19730722 199903 2 001

Sekretaris

Ilham Chanra Putra, SE., MM

NIP. 19890329 201903 1 008

Penguji 1

Diana Eravia, SE.M. Si

NIP. 19730106 200701 2 013

Penguji 2

Saipul Al-Sukri, M.Si

NIP. 19860108201901 1 007

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.



Inspirasi Surat :

Nomor : Nomor 25/2021

Tanggal : 10 September 2021

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Muthia Ramadhani
 NIM : 12070124181
 Tempat/Tgl. Lahir : Perawang, 12 Desember 2000
 Fakultas/Pascasarjana : Ekonomi dan Ilmu Sosial
 Prodi : Manajemen

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

Pengaruh Customer experience, trust dan service quality terhadap
 kepuasan pelanggan pada ending laundry di kecamatan Tulang
 Kabupaten Siak.

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

Penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* dengan judul sebagaimana tersebut di
 atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.

Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.

Oleh karena itu Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* saya ini, saya nyatakan bebas
 dari plagiat.

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, 15 Mei 2025
 Yang membuat pernyataan



Muthia Ramadhani
 NIM : 12070124181

*pilih salah satu sesuai jenis karya tulis



ABSTRAK

PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE*, *TRUST* DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUASAAN PELANGGAN PADA ENDANG LAUNDRY DI KECAMATAN TUALANG KABUPATEN SIAK

MUTHIA RAMADHANI
12070124181

Penelitian ini didasari oleh usaha jasa *laundry* yang saat ini sedang marak-maraknya berkembang. Usaha *laundry* harus mempunyai strategi tertentu agar mampu memberikan kemajuan terhadap usahanya karena banyaknya pesaing di bidang jasa *laundry*. Oleh karena itu, kualitas pelayanan sangat berpengaruh dalam menarik kepuasan pelanggan. Perkembangan dunia bisnis yang sangat pesat telah berdampak pada kemajuan usaha Endang *Laundry*, karena pada saat ini hanya Endang *Laundry* yang berkembang memiliki jasa *delivery* dibandingkan dengan *laundry* lainnya yang berada di Kecamatan Tualang. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh *Customer Experience*, *Trust*, dan *Service Quality* terhadap Kepuasan Pelanggan pada Endang *Laundry* di Kecamatan Tualang, Kabupaten Siak. Dalam penelitian ini, sampel berjumlah 96 orang responden dengan menggunakan teknik *Purposive Sampling*. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan metode regresi linier berganda, dengan pengujian menggunakan SPSS 24. Berdasarkan hasil uji secara simultan, dapat diketahui bahwa variabel pengaruh *Customer Experience*, *Trust*, dan *Service Quality* bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Endang *Laundry* di Kecamatan Tualang, Kabupaten Siak. Kemudian, secara parsial, dari pengujian ini dapat diketahui bahwa variabel pengaruh *Customer Experience*, *Trust*, dan *Service Quality* berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Diperoleh nilai *R square* sebesar 0,660 atau sama dengan 60,6%, sedangkan 39,4% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci: *Customer Experience*, *Trust*, *Service Quality*, Kepuasan 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRACT

THE EFFECT OF CUSTOMER EXPERIENCE, TRUST, AND SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION AT ENDANG LAUNDRY IN TUALANG DISTRICT, SIAK REGENCY

MUTHIA RAMADHANI

12070124181

This study is based on the rapid growth of the laundry service industry. Laundry businesses must implement specific strategies to enhance their progress due to the high level of competition in the industry. Therefore, service quality plays a crucial role in attracting customer satisfaction. The rapid development of the business world has also impacted the progress of Endang Laundry, as it is currently the only laundry service in Tualang District that offers delivery services compared to other laundries in the area. The aim of this study is to determine the effect of customer experience, trust, and service quality on customer satisfaction at Endang Laundry in Tualang District, Siak Regency. This research used a sample of 96 respondents selected using a purposive sampling technique. The data analysis method applied in this study is quantitative, by testing using SPSS 24. using multiple linear regression analysis. Based on simultaneous testing results, it was found that customer experience, trust, and service quality collectively influence customer satisfaction at Endang Laundry in Tualang District, Siak Regency. Additionally, partial testing results indicate that customer experience, trust, and service quality significantly affect customer satisfaction. The R-square value obtained is 0.660 or 60.6%, meaning that the remaining 39.4% is influenced by other variables not examined in this study.

Keywords: Customer Experience, Trust, Service Quality, Customer Satisfaction.



KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh Alhamdulillahirabbil'alamin,

Segala puji dan syukur senantiasa penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan limpahan nikmat, Rahmat da karunia-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “ **PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE, TRUST DAN SERVICE QUALITY TERHADAP KEPUASAAN PELANGGAN PADA ENDANG LAUNDRY DI KECAMATAN TUALANG KABUPATEN SIAK**” sebagai salah satu persyaratan menyelesaikan Pendidikan Strata 1 (S1) Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi besar kita Nabi Muhammad SAW, sang pembawa risalah Islam, pembawa syafaat bagi umatnya dihari akhir nanti.

Penulis menyadari bahwa selama penyusunan skripsi ini banyak mengalami tantangan serta rintangan, namun berkat doa, bimbingan, dukungan dan semangat serta bantuan dari berbagai pihak penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Untuk itu secara khusus penulis mengucapkan terima kasih yang setulus –tulusnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Khairunnas, M.Ag, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Ibu Dr. Mahyarni, SE, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam 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

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, M.Hum selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Ibu Dr. Julina, SE, M.Si selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Sultan Syarif Kasim Riau.
6. Ibu Astuti Meflinda, SE, MM selaku Ketua Prodi S1 Manajemen dan bapak Fakhrurozi, SE, MM selaku Sekretaris Jurusan Prodi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Sultan Syarif Kasim Riau.
7. Ibu Henny Indrayani, S.E.,MM. selaku Dosen Penasehat Akademis yang telah banyak membantu dalam memberikan sumbangan saran dan pemikiran dalam pengembangan ilmu dan pengetahuan penulis sebagai mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Sultan Syarif Kasim Riau.
8. Bapak Ermansyah, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing Proposal dan Skripsi yang telah banyak membantu, mengarahkan, membimbing dengan penuh kesabaran dan keikhlasan serta memberikan saran kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
9. Bapak Ibu dan Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah meluangkan waktu dan kesempatan untuk memberikan ilmu dan pengetahuan selama proses perkuliahan untuk menggapai cita-cita.



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

10. Seluruh Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
11. Kepada panutan ku orang yang selalu akan ku cintai Embah ku Raden Wahyu Pranyoto tercinta yang sekarang sudah Almarhum ini penullis persembahkan untuk Embah sebagai orang selalu mendoakan untuk kebaikan cucu tersayang nya, yang selalu memberikan cinta dan kasih sayang tanpa kurang sedikitpun hingga ahir hayat, serta sebagai orang yang selalu mendukung penulis dalam hal kebaikan. Menjadi suatu kebanggaan memiliki Embah yang mendukung cucu untuk mencapai cita-cita Semoga Allah SWT memberikan keberkahan tempat terbaik di akhirat kelak. Terimakasih untuk selalu menutupi dan melengkapi kasih sayang yang kurang kepada penulis.
12. Kepada Nenek, yang selalu menunggu kepulangan cucu tersayang ini dengan penuh harapan dan doa yang selalu mengiringi setiap langkah penulis dalam menempuh pendidikan. Terimakasih karena sudah memberikan kasih sayang yang tak bisa di balas dengan apapun. Semoga allah selalu menjaga nenek disetiap langkah yang dilakukan.
13. Kepada Ibu, Ende dan Mama yang senantiasa mendoakan untuk kebaikan anak-anaknya, selalu memberikan kasih sayang, cinta, dukungan dan motivasi. Menjadi suatu kebanggaan memiliki Keluarga yang mendukung anaknya untuk mencapai cita-cita. Semoga Allah SWT memberikan keberkahan di dunia serta tempat terbaik di akhirat kelak. Terima kasih selalu berjuang untuk kehidupan penulis.



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

14. Terimakasih kepada semua pihak yang sudah memberikan bantuan nya dalam bentuk apapun dalam proses pengerjaan sampai dengan skripsi ini selesai.
Semoga dipermudahkan segala urusan dan rezeki nya di lancarkan selalu serta diberikan pahala yang berlipat ganda oleh Allah Swt. Amin ya rabbal alamin.
Semoga karya Tulis Ilmiah ini dapat menambahkan wawasan dan bermanfaat baik bagi penulis dan pembaca.





© 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.



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.



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.

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.5 Sistematika Penulisan	10
BAB II LANDASAN TEORI.....	11
2.1 Pengalaman Pelanggan (<i>Costumer Experience</i>)	11
2.1.1 Indikator-indikator Customer Experience	15
2.2 <i>Trust</i> (Kepercayaan)	16
2.2.1 Indikator- Indikator <i>Trust</i> (Kepercayaan)	18
2.3 <i>Service Quality</i> (Kualitas Pelayanan)	19
2.3.1 Faktor-faktor Kualitas Pelayanan.....	10
2.3.2 Indikator Kualitas Pelayanan	20
2.4 Kepuasan Pelanggan.....	21
2.4.1 Indikator Kepuasan Pelanggan	23
2.5 Pandangan islam	24
2.5.1 Pandangan Islam Mengenai Kepuasan Pelanggan	24
2.6 Penelitian Terdahulu.....	26
2.7 Pengaruh Antar Variabel	29
2.7.1 Pengaruh Customer Experience Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Endang Laundry Di Kecamatan Tualang.	29
2.7.2 Pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Kepuasan Konsumen	30
2.7.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen ...	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.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

2.7.4 pengaruh Customer Experience, kepercayaan dan kualitas

pelayanan terhadap kepuasan konsumen..... 32

2.8 Variabel Penelitian..... 33

2.9 Kerangka Pemikiran 34

2.10 Konsep Operasional 34

2.11 Hipotesis 38

BAB III METODOLOGI PENELITIAN..... 39

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian 39

3.2 Jenis dan Sumber Data 39

3.3 Teknik pengumpulan data 40

3.4 Populasi dan Sampel..... 41

3.5 Teknik Pengambilan Sampel 43

3.6 Analisis Data 43

3.6.1 Uji Kualitas Data 43

3.6.2 Uji Asumsi Klasik 44

3.6.3 Analisis Regresi Linear Berganda..... 47

3.6.4 Uji Hipotesis 48

BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI 51

4.1 Sejarah Singkat Kecamatan..... 51

4.2 Geografis kecamatan tualang..... 52

4.3 Demografis Kecamatan Tualang 57

4.4 Pendidikan..... 61

4.5 Kesehatan Dikecamatan Tualang..... 63

4.6 Struktur Organisasi 65

4.7 Uraian Tugas..... 66

4.7.1 Tugas dan Fungsi Camat 66

4.7.2 Tugas dan Fungsi Sekretaris Kecamatan..... 68

4.7.3 Tugas Dan Fungsi Seksi Pemberdayaan Masyarakat dan Desa 68

4.7.4 Tugas dan Fungsi seksi ketentraman dan ketertiban umum 70

4.7.5 Tugas dan Fungsi Seksi Kesejahteraan sosial 71

4.7.6 Tugas dan Fungsi Seksi Pemerintahan 72

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.

4.7.7 Tugas dan Fungsi Kasubag Umum dan Kepegawaian	74
4.7.8 Tugas dan Fungsi Kasubag Keuangan.....	75
4.7.9 Tugas dan Fungsi Kasubag Program	77
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN.....	79
5.1 Karakteristik Responden	79
5.1.1 Karakteristik Responden Masyarakat Yang Menggunakan Jasa Endang Laundry Di Kecamatan Tualang Kabupaten Siak.....	79
5.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	80
5.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	80
5.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Menggunakan Jasa Endang Laundry Lebih Dari 2x.....	81
5.2 Deskriptif Analisis Penelitian	81
5.2.1 Variabel Customer Experience.....	81
5.2.2 Variabel Trust.....	83
5.2.3 Variabel Service Quality.....	85
5.2.4 Variabel Kepuasan Pelannggan	86
5.3 Uji Kualitas Data	88
5.3.1 Uji Validitas	88
5.3.2 Uji Reliabilitas	91
5.4 Uji Asumsi Klasik	91
5.4.1 Uji Normalitas.....	92
5.4.2 Uji Multikolinieritas	92
5.4.3 Uji Heterokedasitas.....	93
5.4.4 Uji Autokorelasi	94
5.5 Analisis Regresi Linear Berganda	96
5.6 Uji Hipotesis	98
5.6.1 Uji T.....	98
5.6.2 Uji Hipotesis F.....	100
5.7 Uji Koefisien Determinasi.....	101
5.8 Pembahasan Hasil Penelitian	103



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.

5.8.1 Pengaruh <i>Customer Experience</i> (X1) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).....	103
5.8.2 Pengaruh <i>Trust</i> (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).....	104
5.8.3 Pengaruh <i>Service Quality</i> (X3) Terhadap kepuasan Pelanggan (Y)	105
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	107
6.1 Kesimpulan.....	107
6.2 Saran.....	108
DAFTAR PUSTAKA	108
LAMPIRAN.....	127
Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian	127
Lampiran 2 : Tabulasi Data	133
Lampiran 3 : Uji Validitas	137
Lampiran 4 : Uji Reliabilitas	140
Lampiran 5 : Uji Asumsi Klasik	141
Lampiran 6 : Analisis Regresi Linier Berganda.....	143
Lampiran 7 : Uji Hipotesis	144
Lampiran 8: Tabel statistik.....	145



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1:	Pengguna <i>Laundry</i> di Kecamatan Tualang	3
Tabel 1.2:	Data Pelanggan pada Endang <i>Laundry</i> di Kecamatan Tualang.....	4
Tabel 2.1:	Penelitian Terdahulu.....	26
Tabel 2.2:	Konsep Operasional.....	35
Tabel 3.1:	Penilaian Koefisien Korelasi	50
Tabel 4.1:	Batas - Batas Kecamatan	53
Tabel 4. 2:	Batas Kampung/Kelurahan di Kecamatan Tualang Tahun 2024.....	53
Tabel 4. 3:	Jarak Antara Pusat Pemerintahan Kampung dengan Ibu kota Kecamatan Tualang Tahun 2024	55
Tabel 4. 4:	Pusat Pemerintahan, Luas Wilayah, Jumlah RW dan RT	56
Tabel 4. 5:	Penyebaran dan Persentase Penduduk.....	57
Tabel 4.6:	Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin di Kecamatan Tualang Tahun 2024	58
Tabel 4. 7:	Laju Pertumbuhan Penduduk Di Kecamatan Tualang Tahun 2024	59
Tabel 4.8:	Jumlah Rumah Tangga, Penduduk Dan Rata-Rata Penduduk Per Rumah Tangga Di Kecamatan Tualang Tahun 2024	60
Tabel 4. 9:	Jumlah Sekolah Di Kecamatan Tualang Tahun 2024	62
Tabel 4. 10:	Jumlah Sekolah Menurut Tingkatan dan Status	63
Tabel 4. 11:	Jumlah Fasilitas Kesehatan Menurut Kampung/Kelurahan di Kecamatan Tualang	64
Tabel 4. 12:	Bagan Susunan Organisasi Kantor Camat Tualang.....	66

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 GAMBAR

Gambar 2. 1: Kerangka Pemikiran	34
---------------------------------------	----





BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Salah satu industri yang berkembang pesat di Indonesia adalah layanan *laundry*, yang melayani kebutuhan masyarakat dalam mencuci dan merawat pakaian dengan efisien dan praktis. Pekerjaan mencuci dan menyetrika pakaian seringkali menjadi urusan yang merepotkan dan banyak menyita waktu sehingga membutuhkan bantuan orang lain. Apabila pakaian tidak ditangani setiap harinya, pakaian akan menumpuk menjadi bau dan bisa jadi rusak. Dari pada hal itu terjadi, mereka pasti akan berfikir untuk menggunakan jasa laundry.

Kebutuhan ekonomi masyarakat yang semakin tinggi menuntut masyarakat untuk meningkatkan pendapatannya, sehingga mau tidak mau masyarakat dituntut untuk lebih efisien dalam memanfaatkan waktu atau pun jam kerjanya. Situasi dan kondisi kesibukan masyarakat di Kecamatan Tualang yang terus meningkat sebagai upaya pemenuhan kebutuhan hidup menyebabkan mereka tidak sempat lagi menyelesaikan pekerjaan domestik terutama mencuci dan menyetrika pakaian, sebagian masyarakat beranggapan bahwa mencuci dan menyetrika banyak memakan waktu, dengan pertimbangan *opportunity cost* maka mereka menggunakan jasa *laundry*. Hal inilah yang memberikan peluang jasa *laundry* untuk berkembang. Waktu yang dibutuhkan pihak laundry untuk menyelesaikan pakaian konsumen juga tidak lama, hanya dalam dua hari pakaian konsumen sudah dikemas dalam keadaan bersih, rapi dan wangi.



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

Masyarakat cenderung memilih jasa *laundry* dari pada menyewa pekerja lepas untuk mencuci dan menyetrika pakaian mereka, karena dengan menggunakan jasa *laundry* hasil yang diperoleh lebih baik dan bila dilihat dari segi biaya yang dikeluarkan perbedaannya sangat sedikit. Apalagi saat ini beberapa *laundry* melengkapi fasilitasnya dengan fasilitas antar-jemput.

Service quality atau kualitas layanan mencakup berbagai aspek, termasuk kecepatan, ketepatan, dan kebersihan hasil *laundry*. Kualitas layanan yang tinggi tidak hanya berkontribusi pada kepuasan pelanggan, tetapi juga dapat meningkatkan reputasi bisnis secara keseluruhan. Dalam *service quality* pihak *laundry* memberikan pelayanan antar jemput pakaian kotor yang akan dicuci dan mengantar kembali pakaian yang sudah selesai dikerjakan ke alamat konsumen usaha *laundry* bisa dijadikan pekerjaan sampingan bagi ibu rumah tangga, juga bisa sebagai pekerjaan utama bagi pengusaha, karena selain cara pengusahanya relatif mudah dan modal usaha tidak terlalu besar, tetapi keuntungannya cukup besar, sehingga sangat tepat dikembangkan sebagai upaya meningkatkan penghasilan dan kesejahteraan keluarga.

Laundry merupakan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang berperan penting membantu perekonomian Indonesia, dengan menyediakan lapangan pekerjaan dan menghasilkan iuran yang bermanfaat bagi masyarakat, salah satunya adalah Endang *Laundry*. Endang *Laundry* yang terletak di Kecamatan Tualang, Kabupaten Siak, merupakan salah satu usaha kecil dan menengah yang menawarkan layanan *laundry* dengan berbagai keunggulan dan pelayanan bagi konsumennya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Pada saat sekarang ini jenis usaha *laundry* berkembang pesat dan tersebar luas di Kecamatan Tualang. Hal ini dipengaruhi oleh masyarakat yang bekerja dan juga mahasiswa oleh karena itu akan berdampak pada peluang usaha atau jasa *laundry* untuk berkembang. Berdasarkan hasil survei awal, diketahui bahwa usaha *laundry* sebagian besar dimiliki oleh perorangan yang dikelola secara sederhana.

Usaha *laundry* akan terus berkembang di masyarakat, namun kelemahan usaha *laundry* selama ini di Kecamatan Tualang adalah kurangnya pelayanan jasa antar jemput untuk memudahkan pelanggan dalam proses *laundry* sehingga itu di perlukan untuk penelitian lebih lanjut. Adapun objek yang penulis teliti adalah Kecamatan Tualang yang merupakan salah satu kecamatan di Kabupaten Siak yaitu kecamatan Tualang. Hal ini dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 1.1: Pengguna Laundry di Kecamatan Tualang Tahun 2024

No	Nama Desa	Jumlah Laundry
1.	Tualang	15
2.	Tualang timur	1
3.	Pinang sebatang	0
4.	Pinang sebatang timur	4
5.	Pinang sebatang barat	6
6.	Perawang barat	22
7.	Maredan	2
8.	Maredan barat	5

Sumber: Endang Laundry Tahun 2024

Berdasarkan hasil observasi awal dari di atas diketahui bahwa di kecamatan Tualang terdapat 8 desa dan setiap desa memiliki jumlah laundry yang berbeda. Desa yang memiliki usaha laundry yang paling banyak adalah desa Perawang Barat, sedangkan desa yang tidak memiliki usaha laundry adalah desa pinang sebatang.

Tabel 1. 2: Data Pelanggan Pada Endang Laundry Di Kecamatan Tualang Tahun 2024

No	Bulan	Jumlah
1.	Januari	65 Orang
2.	Februari	50 Orang
3.	Maret	53 Orang
4.	April	50 Orang
5.	Mei	68 Orang
6.	Juni	59 Orang
7.	Juli	60 Orang
8.	Agustus	47 Orang
9.	September	45 Orang
10.	Oktober	50 Orang
11.	November	53 Orang
12.	Desember	55 Orang

Sumber: Endang Laundry Tahun 2024

Menurut **Kotler dan Keller (2018)** menyatakan bahwa kepuasan konsumen atau pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah dibandingkan antara kinerja (hasil) produk yang diperkirakan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Pelanggan adalah investasi perusahaan yang amal vital dan itu merupakan tanggung jawab semua ini, khususnya petugas pelayanan untuk dapat memelihara dan mengamankan investasi yang viral tersebut, maka kinerja suatu perusahaan yang maksimal merupakan pengaman investasi serta modal dalam keunggulan bersaing. Antara kinerja suatu bisnis dan keunggulan bersaing mempunyai hubungan positif yang sangat erat, artinya semakin baik kinerja suatu perusahaan, semakin kuat juga keunggulan bersaing yang dimilikinya. Sebaliknya, semakin buruk kinerja suatu perusahaan, keunggulan bersaingnya semakin berkurang.

Pentingnya kepuasan pelanggan ini tidak hanya terletak pada pengulangan transaksi yang terjadi, tetapi juga pada peningkatan reputasi perusahaan dan kemampuannya untuk menarik pelanggan baru. Oleh karena itu,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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

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

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

penelitian ini akan berfokus pada bagaimana ketiga faktor yang telah disebutkan *Customer Experience*, *Trust*, dan *Service Quality* mempengaruhi kepuasan pelanggan pada Endang Laundry.

Kepuasan pelanggan adalah salah satu indikator penting yang menunjukkan seberapa baik perusahaan telah memenuhi atau melampaui harapan pelanggan. Kepuasan ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kualitas layanan yang diberikan, pengalaman yang dialami pelanggan, serta tingkat kepercayaan yang dimiliki terhadap perusahaan. Pelanggan yang puas cenderung akan kembali menggunakan layanan yang sama dan bahkan merekomendasikan layanan tersebut kepada orang lain.

Tjiptono & Diana (2017) dalam bukunya *Manajemen Pemasaran* mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan atau respons emosional pelanggan yang muncul setelah membandingkan harapan mereka dengan kinerja produk atau layanan yang diterima. Dalam konteks ini, kepuasan dapat muncul jika kinerja layanan atau produk melebihi harapan pelanggan. Sebaliknya, ketidakpuasan muncul ketika kinerja layanan atau produk berada di bawah harapan. Tjiptono juga mengembangkan model *disconfirmation of expectations*, di mana kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh perbedaan antara harapan awal dan pengalaman yang sebenarnya diterima pelanggan.

Kepuasan pelanggan ini tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas produk atau layanan yang ditawarkan, tetapi juga oleh pengalaman yang diberikan selama interaksi antara pelanggan dan perusahaan. Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan antara lain adalah pengalaman 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

(*customer experience*) kepercayaan (*trust*) dan kualitas pelayanan (*service quality*). Faktor-faktor ini saling berkaitan erat dan memiliki peran yang signifikan dalam membentuk persepsi dan penilaian pelanggan terhadap suatu layanan.

Setiawan dan Pramono (2023) mengemukakan bahwa *customer experience* adalah gambaran total dari keseluruhan interaksi pelanggan dengan perusahaan yang dapat membentuk persepsi jangka panjang terhadap merek tersebut. Mereka menyoroti bahwa perusahaan perlu menciptakan pengalaman yang konsisten dan memuaskan di setiap titik sentuh (*touchpoints*) agar dapat meningkatkan kepercayaan, kepuasan, dan loyalitas pelanggan.

Menurut **Setiawan dan Pramono (2023)** Pengalaman pelanggan (*Customer Experience*) dapat menciptakan *differentiation* bagi perusahaan dalam pasar yang kompetitif. Pengalaman yang berbeda dan lebih baik dari pesaing akan menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Customer experience merujuk pada semua interaksi yang dilakukan oleh pelanggan dengan perusahaan selama hubungan mereka berlangsung, baik itu melalui produk, layanan, maupun interaksi langsung dengan staf perusahaan.

Dalam konteks *laundry*, *customer experience* mencakup berbagai elemen seperti kemudahan dalam menggunakan layanan, waktu pengambilan dan pengiriman *laundry*, serta bagaimana perusahaan mengelola masalah dan keluhan pelanggan.

Kepercayaan (*Trust*) merupakan elemen penting yang mempengaruhi hubungan antara pelanggan dan penyedia layanan. **Utarsih (2020)** berpendapat

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

bahwa kepercayaan pelanggan adalah aspek fundamental dalam hubungan bisnis yang sehat. Dalam teorinya, kepercayaan dapat dibangun melalui dua komponen utama: integritas dan kemampuan. Integritas berkaitan dengan kesesuaian antara janji dan kenyataan yang diterima pelanggan, sedangkan kemampuan merujuk pada kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan.

Kepercayaan ini tidak hanya penting dalam konteks transaksi, tetapi juga dalam membangun relasi jangka panjang dengan pelanggan. Suryana juga mengemukakan bahwa kepercayaan adalah faktor yang sangat berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, karena pelanggan yang percaya pada perusahaan akan cenderung memberikan komitmen jangka panjang terhadap merek tersebut. Dalam industri laundry, pelanggan cenderung mempercayakan pakaian mereka yang memiliki nilai pribadi dan emosional untuk dicuci dan dirawat.

Oleh karena itu, penting bagi Endang Laundry untuk menjaga dan membangun kepercayaan ini agar pelanggan merasa nyaman dan aman dengan layanan yang diberikan. Kepercayaan tercipta melalui konsistensi, komunikasi yang transparan, serta kemampuan perusahaan untuk memenuhi janji yang diberikan kepada pelanggan. Dalam penelitian ini, aspek kepercayaan akan diukur berdasarkan sejauh mana pelanggan merasa bahwa Endang Laundry dapat dipercaya dalam hal kualitas, ketepatan waktu dan penanganan pakaian mereka.

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

Menurut **Indrasari (2019)** Suatu kualitas dikatakan baik jika penyedia jasa memberikan layanan setara dengan yang diharapkan oleh pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan salah satu tujuan utama yang ingin dicapai oleh setiap perusahaan termasuk Endang Laundry.

Menurut **Utami (2019)** Kualitas pelayanan dapat diukur melalui lima dimensi utama: *tangibles* (aspek fisik dari layanan), keandalan (*reliability*) responsivitas (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*empathy*). Di Endang Laundry, kualitas layanan mencakup kecepatan pengambilan dan pengiriman laundry, kebersihan hasil cuci, keramahan karyawan, dan tingkat kepercayaan pelanggan terhadap proses pelayanan yang diberikan. Perusahaan yang memiliki kualitas layanan yang tinggi tidak hanya dapat memenuhi ekspektasi pelanggan, tetapi juga dapat membangun hubungan jangka panjang dengan mereka.

Penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui apakah Kualitas pelayanan, pengalaman konsumen dan kepercayaan yang diberikan menunjang pada kepuasan konsumen serta mengembangkan dan meneliti hipotesis untuk melihat pengaruh antara kualitas pelayanan, pengalaman konsumen dan kepercayaan dengan kepuasan konsumen sehingga hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan informasi dan evaluasi bagi yang berkepentingan. Selanjutnya penelitian ini menyajikan metodologi dan mengeksplorasi keterbatasan studi dan peluang penelitian di masa depan. Sehingga berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul **“PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE, TRUST, DAN**

SERVICE QUALITY TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA ENDANG LAUNDRY DI KECAMATAN TUALANG KABUPATEN SIAK

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Apakah pengalaman pelanggan (*Customer Experience*) berpengaruh secara Parsial terhadap Kepuasan Pelanggan pada Endang *Laundry* di kecamatan Tualang?
2. Apakah kepercayaan (*Trust*) berpengaruh secara Parsial terhadap Kepuasan Pelanggan pada Endang *Laundry* di kecamatan Tualang?
3. Apakah kualitas pelayanan (*Service Quality*) berpengaruh secara Parsial terhadap kepuasan pelanggan pada Endang *Laundry* di kecamatan Tualang?
4. Apakah *Customer Experience*, *Trust*, dan *Service Quality* berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Endang *Laundry* di kecamatan Tualang?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pengalaman pelanggan (*Costumer Experience*) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Endang *Laundry* di kecamatan Tualang.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis kepercayaan (*Trust*) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Endang *laundry* di kecamatan tualang.

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. Untuk mengetahui dan menganalisis kualitas pelayanan (*service quality*) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Endang laundry di kecamatan tualang.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis *Costumer Experience, Trust*, dan *Sevice quality* berpengaruh simultan terhadap kepuasan pelanggan pada Endang laundry di kecamatan tualang.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian diharapkan dapat memberi beberapa manfaat sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan

Temuan dari penelitian akan memberikan wawasan kepada perusahaan mengenai pentingnya *Costumer Experience, Trust*, dan *Sevice quality* berpengaruh secara bersama sama terhadap kepuasan pelanggan serta membantu perusahaan menentukan strategi yang tepat untuk meningkatkan kepuasan pelannggan.

2. Bagi penulis

Tujuan dari penelitian ini adalah memberikan kontribusi terhadap pemahaman teoritis dari teori-teori yang dipelajari selama bangku kuliah dan dapat diterapkan untuk keadaan saat ini.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan sebagai tolak ukur untuk penelitian lanjutan, serta memberikan informasi mendalam tentang suatu usaha atau sebuah perusahaan kepada khalayak luas.



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 II

LANDASAN TEORI

2.1 Pengalaman Pelanggan (*Costumer Experience*)

Menurut **Antara (2020)** Pengalaman pelanggan (*Customer Experience*) merupakan hasil pengamatan langsung maupun keterlibatan pada kegiatan, baik dalam keadaan actual maupun virtual. Untuk menarik perhatian pelanggan, perusahaan harus dapat mengetahui gambaran seperti apa yang dialami oleh pelanggan selama proses pembelian produk agar dapat memberikan kenyamanan terhadap pelanggan.

Menurut **Hasan (2018)** Pengalaman pelanggan (*Customer Experience*) adalah suatu ikatan rasional dan emosional yang terjadi karena respons terhadap stimulus tertentu dengan mengoptimalkan sensory (*sense*), emotional (*feel*), cognitive (*think*), aksi (*act*), dan relationship (*relate*) dalam usaha-usaha pemasaran sebelum dan sesudah pembelian, pertukaran informasi, dan ikatan emosional.

Menurut **Zare & Mahmoudi (2020)** pengalaman pelanggan merupakan hasil dari gabungan persepsi emosional atau rasional pelanggan pada saat interaksi langsung atau tidak langsung dalam suatu bisnis. Menurut **Fitria (2021)** pengalaman pelanggan merupakan pengalaman yang dapat menciptakan nilai pribadi menjadikan minat pelanggan pada produk ataupun jasa atau Perusahaan sehingga memiliki pengaruh dalam bisnis menjadi lebih sukses. Menurut **Setiobudi (2021)** pengalaman pelanggan adalah sebuah

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

pengalaman yang baik atau tidaknya yang dirasakan oleh pelanggan saat menggunakan atau merasakan produk atau jasa tersebut.

Menurut **Garg (2014)**, pengalaman pelanggan (*Costumer Experience*) Juga mendefinisikan sebagai pengalaman langsung dan tidak langsung dari proses layanan, organisasi, fasilitas, dan bagaimana pelanggan berinteraksi dengan layanan perusahaan serta pelanggan lainnya yang pada akhirnya menciptakan respons kognitif, emosional, dan relasional pelanggan serta pengalaman yang tak terlupakan.

Menurut **Izogo (2018)**, Pengalaman pelanggan (*Costumer Experience*) Secara beragam, didefinisikan sebagai gambaran keseluruhan dari semua petunjuk yang dirasakan pelanggan dalam proses pembelian. Petunjuk dari gambaran yang diberikan pelanggan melalui pengalaman yang dirasakan sangat penting bagi perusahaan. Pengalaman ini bervariasi secara pribadi dan menyiratkan keterlibatan pelanggan pada tingkat yang berbeda (baik secara rasional, emosional, sensorial, fisik, dan spiritual).

Adapun menurut **Susiloadi & Nirmala (2022)**, pengalaman pelanggan (*Costumer Experience*) Merupakan akumulasi dari perasaan dan kesan yang diperoleh konsumen melalui interaksi dengan perusahaan, seperti membeli dan mengonsumsi produk perusahaan, serta memperoleh informasi mengenai perusahaan. **Kandampully & Solnet (2015)** Mengemukakan bahwa *Customer Experience* merupakan refleksi dari seluruh interaksi pelanggan dengan perusahaan yang dapat berupa interaksi pada saat sebelum, sesudah, dan saat melakukan konsumsi.

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

Menurut **Mamonto (2021)** pengalaman pelanggan (*Customer Experience*) adalah pengalaman yang didapatkan secara mengesankan dan tidak terlupakan, pengalaman positif, dan pengalaman holistic melalui seluruh panca inderanya. Pengalaman pelanggan (*Customer Experience*) merupakan keseluruhan interaksi dan persepsi pelanggan terhadap sebuah bisnis atau merek. Pengalaman yang dirasakan oleh pelanggan tersebut dapat berubah suatu hal yang menyenangkan, seperti transaksi dapat dilakukan dengan mudah, aman, dan cepat (**Agustiono 2022**).

Pengalaman pelanggan yang positif dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, reputasi merek, dan pendapatan bisnis, sementara pengalaman negative dapat berdampak sebaliknya. Oleh karena itu, perusahaan seiring berupaya untuk meningkatkan pengalaman dengan menyediakan layanan yang ramah, efisien, dan sesuai dengan harapan pelanggan, serta berusaha untuk memahami dan merespon kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Kotler & Keller (2016) Beberapa pendapat menyatakan bahwa pengalaman konsumen (*Customer Experience*) didefinisikan sebagai pengalaman yang didapatkan oleh konsumen, baik itu secara langsung maupun tidak langsung melalui proses pelayanan, perusahaan, fasilitas-fasilitas, dan bagaimana cara seorang konsumen berinteraksi dengan perusahaan dan dengan konsumen lainnya. Sementara itu, perusahaan harus dapat memberikan pengalaman yang baik berupa interaksi secara langsung atau tidak langsung yang diperoleh dari proses pelayanan produk atau jasa yang diberikan kepada

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.

pelanggan, sehingga dapat mendorong respons kognitif, emosional, dan relasional pelanggan.

Menurut **Mantala & Firdaus (2016)** pengalaman pelanggan (*Customer experience*) adalah sebuah pengalaman dimana pengalaman-pengalaman tersebut merupakan peristiwa-peristiwa pribadi. *Customer experience* didefinisikan sebagai pengakuan kognitif atau persepsi menstimulasi motivasi pelanggan. Dengan kata lain sebagai pemasar harus menciptakan lingkungan yang tepat untuk pelanggan agar menghasilkan customer experience yang diinginkan.

Menurut **Bas (2022)**, pengalaman pelanggan (*Customer experience*) adalah respon yang diberikan pelanggan berdasarkan pengalaman pribadi yang merupakan hasil dari sebuah interaksi baik yang dilakukan secara langsung ataupun tidak langsung. Menurut **Venessya & Sugiyanto (2023)** Pengalaman pelanggan (*Customer experience*) berarti memberikan pengalaman unik yang membuat pelanggan merasa puas atau tidak puas. *customer experience* memiliki berbagai definisi dan mencakup keseluruhan dari petunjuk yang dirasakan oleh pelanggan selama proses pembelian. Petunjuk yang diberikan oleh pelanggan melalui pengalaman yang mereka rasakan sangatlah penting bagi bisnis (**Nur 2022**). Pengalaman pelanggan (*Customer experience*) adalah sebuah konsep yang melibatkan pemahaman gaya hidup konsumen dan memperluas perspektif pemasar mulai dari produk hingga mencakup keseluruhan proses konsumsi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

2.1.1 Indikator-indikator *Customer Experience*

Menurut **Dewi & Hasibuan (2019)** terdapat beberapa indikator dari Pengalaman pelanggan (*Customer experience*) yaitu sebagai berikut:

1. Rasa, (*Sense*) menyangkut kelima panca indera manusia yang dapat dirasakan melalui penglihatan, pendengaran, perabaan, pengecap, dan atau penciuman yang sesuai dengan keinginan dan harapan konsumen.
2. Perasaan (*Feel*) yaitu emosi atau perasaan positif yang dirasakan konsumen ketika mengonsumsi suatu produk.
3. Berpikir (*Think*) kemampuan konsumen dalam berpikir kreatif dan menilai kembali suatu barang atau jasa yang telah dikonsumsi.
4. Bertindak (*act*) mengenai perubahan atau tingkah laku secara fisik yang mengakibatkan konsumen berperilaku lebih aktif terkait dengan produk tersebut.
5. Berhubungan (*Relate*) yaitu upaya untuk menghubungkan suatu produk atau merek dengan kepribadian konsumen, budaya, atau lingkungannya.

Berdasarkan penjabaran di atas, maka dapat disimpulkan bahwa pengalaman berbelanja konsumen adalah serangkaian interaksi pribadi konsumen yang berkelanjutan di saat konsumen melakukan interaksi dengan sebuah produk, perusahaan, atau yang mewakilinya, yang mengarah pada relasi baik ataupun buruk. Perasaan senang atau

kecewa merupakan hasil membandingkan harapan konsumen dengan produk yang ditawarkan (**Kotler dan Armstrong 2017**).

2.2 *Trust* (Kepercayaan)

Trust merupakan pondasi dari bisnis. Suatu transaksi bisnis antara dua pihak atau lebih akan terjadi apabila masing-masing saling mempercayai. Kepercayaan ini tidak begitu saja diakui oleh mitra bisnis/pihak lain, melainkan harus dibangun dari awal dan dapat dibuktikan. Setiap perusahaan ingin memiliki kepercayaan yang mengagumkan dan lebih setia di mata pelanggan mereka karena mereka tahu dengan sangat baik bahwa biaya mendapatkan pelanggan baru sangat tinggi, bukan untuk mempertahankan salah satu pelanggan sebelumnya, dan tugas itu sangat rumit untuk organisasi.

Menurut **Kotler (2016)** kepercayaan merupakan bersedianya sebuah perusahaan guna mempunyai ketergantungan dengan para mitra bisnisnya. sejumlah faktor kepercayaan diantaranya kompetensi, kejujuran, integritas dan kebaikan hati dari perusahaan. Menurut **Febriani & Sudaryanto (2018)**, Mendefinisikan kepercayaan sebagai suatu kesediaan untuk bergantung kepada mitra dalam suatu hubungan transaksi, di mana dalam diri mitra itulah diletakkan keyakinan. Menurut **Gustianto (2022)**, Kepercayaan konsumen adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat oleh konsumen tentang objek, atribut dan manfaatnya.

Kepercayaan konsumen atau customer trust adalah keyakinan, kepercayaan, dan pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen tentang suatu



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

objek atau produk terkait berbagai atribut dan manfaatnya. Atribut adalah karakteristik atau fitur yang mungkin dimiliki atau tidak dimiliki oleh objek. Sedangkan manfaat adalah hasil positif yang diberikan kepada konsumen. Kepercayaan merupakan pemikiran deskriptif yang dianut seseorang tentang suatu hal. Kepercayaan muncul dari persepsi yang berulang, dan adanya pembelajaran dan pengalaman. Kepercayaan merupakan variabel kunci dalam pengembangan keinginan yang kuat untuk mempertahankan suatu hubungan jangka panjang.

Menurut **Lahagu (2023)**, Dalam suatu bisnis, kepercayaan sangat dibutuhkan karena dapat berpengaruh terhadap tingkat loyalitas sehingga akan memberikan dampak yang positif bagi apa yang dirasakan. Dalam suatu perusahaan, konsumen akan memiliki rasa kepercayaan terhadap perusahaan jika perusahaan tersebut dapat memberikan kualitas pelayanan yang memadai.

Kepercayaan ini yang harus selalu dibangun oleh perusahaan, semakin konsumen percaya, perusahaan akan terus menjalin hubungan yang balik dengan konsumennya (**Gemilang & Sutedjo 2023**). Kepercayaan bergantung kepada sejumlah faktor interpersonal dan analisis organisasi. Seperti kompetensi perusahaan, integritas, kejujuran, dan kebalikan.

Menurut **Solihin (2020)** Kepercayaan merupakan sumber kekuatan yang mendorong dan mempengaruhi perubahan dari kemajuan untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan dan juga memenuhi janji yang telah dibuat agar sesuai dengan keinginan atau harapan konsumen. Selain itu, kepercayaan menurut **Faradila & Soesanto (2016)** adalah keyakinan seseorang

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.

terhadap orang lain yang melibatkan kejujuran serta bisa dipercaya, dan bisa dipercaya untuk mendalami berbagai ketentuan dalam bertransaksi yang sesuai dengan keinginan pelanggan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kepercayaan konsumen adalah kesediaan satu pihak menerima risiko dari pihak lain berdasarkan keyakinan dan harapan bahwa pihak lain akan melakukan tindakan sesuai yang diharapkan, meskipun kedua belah pihak belum mengenal satu sama lain.

2.2.1 Indikator - Indikator *Trust* (Kepercayaan)

Ada beberapa dimensi dan indikator untuk dapat mengetahui kepercayaan konsumen, menurut **Kotler** dan **Keller (2016)** ada 4 indikator kepercayaan konsumen:

1. *Benevolence* (kesungguhan atau ketulusan) yaitu sebuah sikap yang menunjukkan kepercayaan terhadap pelanggan untuk berperilaku kembali terhadap konsumen.
2. *Ability* (kemampuan) adalah sebuah penilaian terkini atas apa yang dapat dilakukan seseorang. Dalam hal ini, bagi konsumen, kemampuan menunjukkan bagaimana mereka mampu meyakinkan pembelian dan pemberian jaminan kualitas serta kemanfaatan terkait transaksi.
3. *Integrity* (integritas) yaitu sebuah sikap yang menunjukkan keyakinan terhadap kejujuran perusahaan untuk menjaga dan memenuhi kesepakatan yang telah dibuat kepada konsumen.

4. *Willingness to depend* (kemauan konsumen untuk bergantung) adalah kesediaan konsumen untuk bergantung kepada penjual berupa penerimaan risiko atau konsekuensi negatif yang mungkin terjadi.

2.3 Service Quality (Kualitas Pelayanan)

Menurut **Tjiptono (2018)** Kualitas pelayanan adalah metrik yang menilai seberapa balik tingkat loyalitas perusahaan memenuhi atau melampaui harapan konsumen. Menurut definisi **Wijaya (2017)** kemampuan bisnis untuk memuaskan kebutuhan dan preferensi pelanggan studi, kualitas pelanggan sesuai dengan harapan pelanggan, dan tindakan yang menghasilkan manfaat dalam membawahi perubahan yang diinginkan pelanggan untuk memastikan bahwa loyalitas memiliki nilai tersendiri kepada pelanggan semua berkontribusi pada kualitas layanan.

Menurut **Abdullah & Tantri (2019)** kualitas layanan adalah keseluruhan ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat. Menurut **Desikasari (2018)** memahami kualitas pelayanan itu sendiri adalah langkah pertama, diikuti oleh kesesuaian penggunaan dan kepatuhan terhadap standar.

Menurut para ahli, kualitas pelayanan mengacu pada kapasitas perusahaan untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen yang disebutkan dalam penelitian ini, dan bahwa pelayanan memenuhi harapan mereka.

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.

Menurut **Desikasari (2018)** terdapat tiga faktor yang mampu mempengaruhi kualitas pelayanan bagi ialah :

1. Motivasi kerja karyawan mengacu pada keinginan karyawan untuk berkontribusi lebih dalam meningkatkan kinerja bisnis atau pelayanan.
2. Sistem kerja dan pelayanan perusahaan. Sistem kerja adalah serangkaian tatalaksana kerja dan tatalaksana yang disusun dalam suatu lingkaran atau pola untuk menyelesaikan suatu tugas tertentu. Sistem pelayanan, di sisi lain, adalah kegiatan usaha atau urutan kegiatan yang dilakukan oleh seseorang ataupun oleh sekelompok orang ataupun badan tertentu untuk mencapai tujuan serta kemudahan kepada orang-orang yang memiliki kepentingan dalam organisasi untuk mencapai tujuan dalam segala hal dan prosedur dasar organisasi.
3. Kemampuan kerja seorang karyawan mengacu pada pemahaman terkait bagaimana melaksanakan pekerjaan secara efektif.

2.3.1 Indikator Kualitas Pelayanan

Adapun Indikator kualitas pelayanan menurut **Tjiptono (2019)** adalah :

1. Keandalan (*reliability*), kemampuan untuk memberikan pelayanan yang akurat sesuai dengan janji dan merupakan kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa sesuai dengan apa yang telah dijanjikan secara tepat waktu pentingnya dimensi ini adalah karena

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 konsumen akan menurun jika jasa yang diberikan tidak sesuai dengan yang dijanjikan.

2. Daya tanggap (*Responsiveness*), *Responsiveness* adalah kesediaan membantu pelanggan dan menyediakan pelayanan sesuai dan merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk melakukan pelayanan dengan cepat dan tanggap.
3. Jaminan (*Assurance*), *Assurance* atau jaminan adalah pengetahuan dan perilaku karyawan untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pelanggan dalam mengonsumsi jasa yang ditawarkan.
4. Empati (*Emphaty*), *Emphaty* merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan perhatian kepada konsumen secara individu, termasuk juga kepekaan akan kebutuhan konsumen.
5. Bukti fisik (*Tangible*), *Tangibles* merupakan bukti nyata dari kepedulian dan perhatian yang diberikan oleh penyedia jasa kepada konsumen.

2.4 Kepuasan Pelanggan

Menurut **Indrasari (2019)** memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari. Kepuasan konsumen diketahui dari pengalaman konsumen terhadap

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

estimasi atau harapannya dari suatu perusahaan. Dengan demikian pengertian kepuasan merupakan hasil proses evaluasi antara harapan sebelum melakukan pembelian dengan pengalaman pada saat melakukan pembelian serta sesudah melakukan pembelian.

Menurut **Budianto (2019)** mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan atau ketidakpuasan pelanggan adalah perbandingan dari ekspektasi konsumen kepada persepsi mengenai interaksi pelayanan yang sebenarnya. Menurut **Kotler (2021)**, kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Konsumen akan merasa puas bila keinginan konsumen telah terpenuhi oleh perusahaan sesuai dengan yang diharapkan. Dengan adanya nilai tambah dari suatu produk, maka pelanggan menjadi lebih puas dan kemungkinan untuk menjadi pelanggan suatu produk tersebut dalam waktu lama akan sangat besar. Kepuasan pelanggan terhadap Endang *laundry* ini sangat penting, ketika konsumen merasa puas, perusahaan harus mencoba terus menjalin dan mempertahankan hubungan dengan konsumen, begitu pula sebaliknya ketika konsumen tidak puas maka perusahaan harus mencari tahu penyebab ketidakpuasan tersebut dan berusaha menarik kembali minat konsumen. Hal ini dapat dijadikan acuan selanjutnya untuk strategi menarik minat konsumen dalam menggunakan jasa Endang *laundry* dan mempertahankan loyalitas konsumen Endang *laundry* di kecamatan tualang agar tetap menjadi laundry yang memiliki keunggulan dibandingkan dengan *laundry* lainnya yang ada di kecamatan tualang.

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 pelanggan dapat diukur dan dianalisa faktor-faktor yang mempengaruhinya. Pengukuran ini akan berguna untuk perusahaan agar mengetahui kelemahannya dan menutupinya dengan meningkatkan keutamaan yang dimilikinya. Beberapa faktor di antara nya :

1. Kualitas barang,
2. Pelayanan,
3. Aktivitas penjualan, dan
4. Nilai-nilai perusahaan.

2.4.1 Indikator Kepuasan Pelanggan

Indikator untuk mengukur kepuasan pelanggan, menurut **Indrasari (2019)** adalah:

1. Kesesuaian harapan, yaitu kepuasan tidak diukur secara langsung tetapi disimpulkan berdasarkan kesesuaian atau ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja perusahaan yang sebenarnya.
2. Minat berkunjung kembali, yaitu kepuasan pelanggan diukur dengan menanyakan apakah pelanggan ingin membeli atau menggunakan kembali jasa perusahaan.
3. Kesiediaan merekomendasikan, yaitu kepuasan pelanggan diukur dengan menanyakan apakah pelanggan akan merekomendasikan produk atau jasa tersebut kepada orang lain seperti, keluarga, teman, dan lainnya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

2.5 Pandangan Islam

2.5.1 Pandangan Islam Mengenai Kepuasan Pelanggan

Islam mengajarkan kepada umatnya untuk saling tolong-menolong dalam hal kebaikan atau dalam hal lainnya, begitu juga dalam hal muamalah. Prinsip tolong-menolong atau *ta'awun* merupakan ajaran dasar dalam Islam yang mendorong umat untuk membantu sesama dalam urusan dunia dan akhirat, termasuk dalam hubungan sosial dan ekonomi. Dalam konteks muamalah yang mencakup segala bentuk interaksi antar manusia seperti jual beli, pinjam-meminjam, kerja sama usaha, dan transaksi lainnya sikap saling membantu dapat menciptakan keadilan, kejujuran, dan kesejahteraan bersama.

Muslim harus memahami hal-hal yang diperbolehkan dan tidak diperbolehkan dengan menggunakan prinsip yang tidak bertentangan dengan syariat dalam segala hal, agar dapat mendapatkan hasil yang lebih baik walaupun untuk menghidupi keluarga. Hal ini menegaskan pentingnya *fikih muamalah*, yakni pemahaman terhadap hukum Islam dalam bertransaksi dan bermuamalah. Seorang Muslim harus mampu membedakan antara yang halal dan haram, serta menjaga agar setiap bentuk usaha atau kerja yang dilakukan untuk mencari nafkah tetap berada dalam batas-batas yang diizinkan oleh Allah SWT. Tujuan utamanya bukan hanya mendapatkan keuntungan duniawi, tetapi juga keberkahan dan ridha Allah.

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.

QS. Al Zalzalah ayat 7 dan 8 berbunyi Allah SWT berfirman, sebagai berikut :

فَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ خَيْرًا يَرَهُ, وَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ شَرًّا يَرَهُ

Artinya : Barang siapa yang mengerjakan kebaikan seberat biji dzarrah, dia akan melihat (balasan)nya dan barang siapa yang mengerjakan kejahatan sebesar biji dzarrah, niscaya ia akan melihat balasannya pula

Ayat ini memberikan peringatan dan sekaligus motivasi kepada setiap Muslimin bahwa tidak ada amal perbuatan, baik ataupun buruk, yang luput dari pengawasan dan pembalasan Allah SWT. Kebaikan sekecil apapun akan diganjar pahala, dan keburukan sekecil apapun akan mendapat balasan yang setimpal. Oleh karena itu, dalam menjalani kehidupan, termasuk dalam aktivitas ekonomi, penting bagi setiap muslim untuk selalu menjaga kejujuran, keadilan, dan integritas. Karena apa yang dilakukan, sekecil apa pun, akan di perhitungkan kelak di hari pembalasan.

Utomo (2023) menjelaskan ayat ini mendorong setiap muslim memiliki etika bisnis yang benar. Pemahaman mengenai kepuasan, kepercayaan, dan layanan menjadi seperti dikawal oleh kesadaran adanya pengawasan dari Sang Maha Pencipta. Aktivitas sekecil apa pun tetap berdimensi spiritual jika dilakukan oleh seorang pelaku bisnis yang bertaqwa.

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.

Suatu transaksi ekonomi tentunya tidak lepas dari penjualan dan pembelian yang digambarkan dalam bentuk kualitas pelayanan terhadap produk atau jasa yang diperoleh dari penjualan. Dalam hal memberikan layanan yang berkualitas, Islam telah mengatur bagaimana menghasilkan layanan yang berkualitas bagi pelanggannya. Pencapaian kualitas pelayanan yang terbalik dalam suatu organisasi atau perusahaan memerlukan landasan manajemen yang Islami, atau disebut juga “*Total Islamic Quality*” (TIQ), yang berdasarkan sumber-sumber dari Al-Qur'an dan Hadist, dan dapat terbentuk jika ada instrumen sebagai berikut :

1. Harus dilandasi kesabaran yang kuat.
2. Komitmen jangka panjang.
3. Peningkatan kualitas layanan secara terus menerus.
4. Kerjasama dan rasa hormat untuk semua orang.
5. Pendidikan dan Pelatihan.

2.6 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian yang penulis jadikan pedoman serta perbandingan dalam melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 2. 1: Penelitian Terdahulu

No	Nama Penulis & Tahun	Metode Analisis	Variabel	Hasil	Publikasi
1.	Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Kepercayaan	Teknik analisis menggunakan analisis data dengan metode kuantitatif dan	X1: nilai pelanggan X2: kepercayaan	Kepercayaan (X2) Berpengaruh positif dan signifikan secara	Jurnal manajemen dan bisnis, Vol 3 No 1, Bulan Juli



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.	Terhadap kepuasan Pelanggan Pengguna jasa gojek di Kota Singaraja (krisnanto & Yulianthini, 2021)	analisis regresi linier berganda.	X3: kepuasan pelanggan	parsial terhadap Keuasan pelanggan (Y) pengguna gojek di kota singaraja. Dengan nilai p-value = $0,048 < \alpha$ dan sumbangan nya 4%	Tahun 2021 P-ISSN: 2685-5526
		The influence of Store atmosphere, Product quality, and service quality on customer satisfaction at seniman coffe studio (Kusuma et al., 2023)	Teknik analisis menggunakan model persamaan struktural (<i>structural equation modelling</i> – <i>SEM</i>) berbasis <i>partial least square (PLS)</i>	X1: store atmosphere X2: kualitas produk X3: kualitas layanan Y: kepuasan pelanggan	Kualitas layanan (X3) berpengaruh signifikan dan memiliki nilai positif terhadap Kepuasan pelanggan (Y) dengan koefisien jalur 0,417 sudah signifikan dengan p-value sebesar (0,000) dan memiliki original sampel bernilai positif.	Jurnal Manajemen Vol. 9 No. 1, April 2023 P-ISSN: 2476-8782
		Pengaruh kualitas pelayanan dan Lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada citra laundry di kota pariaman (zulkifli 2017)	Teknik analisis menggunakan analisis data dengan metode kuantitatif dan analisis regresi linier berganda.	X1: kualitas pelayanan X2: Lokasi Y: kepuasan pelanggan	Variabel Kualitas pelayanan (X1) berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan pelanggan (Y) Dimana $t_{hitung} > t_{table}$ Kepuasan pelanggan, Dimana $3,791 > 1,701$ atau $sig < 0,001 < 0,05$	Jurnal penelitian dan kajian ilmiah Vol. XI jilid 2 No 78 November 2017 ISSN: 1693-2617 E ISSN: 2528-7613
		Pengaruh <i>customer experience</i> terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan	Analisis yang digunakan adalah analisis jalur sebagai Teknik Analisa data.	X1: <i>Customer experience</i> Y: kepuasan pelanggan Z: loyalitas pelanggan	<i>Customer Experience</i> (X) berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan pelanggan (Y). Pengaruh	Jurnal administrasi bisnis (JAB) Vol.1 28 No.1 November 2015



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

	(survei pada pelanggan KFC kawu malang) (Azhari 2015)			tersebut menunjukkan nilai dengan koefisien beta sebesar 0,8874 dan p-value sebesar 0,000(<0,05)	
5.	Pengaruh kepercayaan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan pada CV Mitra Perkasa Utomo (Mahendra & Indriyani 2018)	Teknik analisis menggunakan analisis data dengan metode kuantitatif dan analisis regresi linier sederhana.	X1: Kepercayaan pelanggan Y: kepuasan pelanggan.	Kepercayaan pelanggan (X1) berpengaruh positif terhadap Kepuasan pelanggan (Y) pada produk oli di CV Mitra Perkasa Utomo. Kepercayaan Pelanggan sebesar 0,000 atau lebih kecil dari <i>level of significance</i> 0,05	Jurnal Manajemen AGORA Vol. 7 No.1 2018
6.	Pengaruh pengalaman pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening (studi kasus pada konsumen mie rampok tahanan Surabaya) (Wardhana, 2016)	Metode kuantitatif dan menggunakan Teknik nonprobability sampling dengan menggunakan analisis jalur.	X1: pengalaman pelanggan Y: loyalitas pelanggan Z: kepuasan pelanggan	Variabel pengalaman pelanggan (X1) Memiliki pengaruh yang signifikan Terhadap Kepuasan pelanggan (Z) dengan hasil nilai t hitung sebesar 9,436 > 2,00 nilai probabilitas signifikansi nya sebesar 0,000 (p < 0,05)	Jurnal ilmu manajemen Vol 4 No 3 jurusan manajemen fakultas ekonomi universitas negeri surabaya.
7.	Pengaruh transaksi online shopping dan kepercayaan konsumen	Metode deskriptif dan analisis statistik menggunakan analisis regresi berganda.	X1: transaksi online shopping X2: kepercayaan	Variabel kepercayaan konsumen (X2) berpengaruh signifikan dan positif terhadap	Jurnal ilmu dan riset manajemen Vol 6 No 7, Juli 2017 e-

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

	terhadap kepuasan pada e-commerce (Andhini 2017)		Y: kepuasan konsumen.	Kepuasan pelanggan (Y) pada e-commerce pada Pengaruh koefisien 0,275 dan sig value sebesar 0,003. oleh karena itu $(0,003) < \text{sig.} (0,005)$	ISSN: 2461-0593
8.	Pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen kepri mall (D. Septian, 2020)	metode analisis yang digunakan adalah menggunakan analisis regresi linier berganda menggunakan SPSS 25.	X1: promosi X2: Kualitas pelayanan Y: kepuasan pelanggan.	Kualitas pelayanan (X2) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kepuasan konsumen kepri mall (Y). berdasarkan hasil nilai t hitung $(4,603) > t \text{ table } (1,660)$ dengan nilai signifikansi = 0,000 lebih kecil 0,005 maka hipotesis 2 diterima.	Jurnal manajemen, ISSN: 2502-4434 (print), ISSN: 2686-259x

2.7 Pengaruh Antar Variabel

2.7.1 Pengaruh pengalaman pelanggan (*Customer Experience*) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Endang Laundry Di Kecamatan Tualang.

Penelitian yang dilakukan oleh Azhari (2015) Menunjukkan bahwa *Customer Experience* memiliki pengaruh langsung terhadap Kualitas Pelanggan yang membuktikan bahwa konsumen mengalami pengalaman yang mempengaruhi keputusan pembelian dan konsumsi produk, serta memberikan dampak positif terhadap kepuasan

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.

konsumen, terutama saat konsumen merasakan manfaat yang melebihi harapan mereka.

Penelitian **Eka Wardhana (2016)** Menunjukkan bahwa adanya hubungan positif antara pengalaman konsumen dengan kepuasan konsumen, yang tercermin dalam pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Semakin tinggi pengalaman konsumen yang dirasakan, semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen.

H1: diduga pengalaman konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Endang laundry di kecamatan tualang.

2.7.2 Pengaruh kepercayaan (*Trust*) Konsumen terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh **Andhini & Khuzaini (2017)** dimana semakin tinggi tingkat kepercayaan maka akan semakin meningkatkan kepuasan konsumen dan konsumen akan merasa puas apabila perilaku, menjalankan tingkat kepercayaan setiap konsumennya dengan memenuhi janji-janjinya yang diberikan kepada setiap konsumen sehingga konsumen akan merasa nyaman dan percaya, serta informasi yang ditawarkan adalah jujur sehingga menciptakan kepercayaan pada masing-masing konsumen dan tidak akan menimbulkan keraguan.

Krisnanto dan Yulianthini (2021) Memberikan hasil penelitian bahwa terdapat pengaruh positif signifikan secara parsial dari

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.

kepercayaan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dikarenakan selalu menawarkan pelayanan jasa dengan kualitas jasa yang berbeda dibandingkan dengan kompetitor lainnya sehingga menjadi kepercayaan para konsumen.

Dari beberapa penelitian yang disimpulkan di atas dapat maka dapat ditarik suatu hipotesis yaitu:

H2 : Diduga kepercayaan (*Trust*) konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Endang Laundry di Kecamatan Tualang.

2.7.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan (*Service Quality*) terhadap Kepuasan Konsumen

Menurut **Mutiara (2021)** Keberhasilan utama sebuah perusahaan adalah kualitas pelayanan, karena dengan kualitas pelayanan baik dapat memberi nilai lebih terhadap para konsumen dan juga bisa mempengaruhi kepuasan konsumen sebab terjadinya interaksi menjadikan kerjasama antara konsumen dengan perusahaan.

Penelitian yang dilakukan **Afrianti (2017)** menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, adanya koresponsifan dan kehandalan dari pelayanan pihak penyedia jasa kepada konsumen mampu memberikan jaminan atau pertanggungjawaban atas persoalan konsumen sehingga konsumen masih berkeyakinan untuk menggunakan jasa Citra Laundry.

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 hasil penelitian **Priadi & Utomo (2021)** bahwa hasil yang menunjukkan Kualitas pelayanan Sampurna *Laundry* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan konsumen. Adanya hubungan terkait konsumen yang menggunakan jasa Sampurna *Laundry* dengan pelayanan pesan antar secara gratis akan memudahkan konsumen untuk terus menggunakan jasa *laundry* yang sesuai harapan dan kebutuhan. Dalam hal ini mampu menunjang kepuasan konsumen Sampurna *Laundry*. Dari penelitian yang disimpulkan di atas dapat maka dapat ditarik suatu hipotesis yaitu:

H3: Diduga Kualitas Pelayanan (*service quality*) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Endang *Laundry* di Kecamatan Tualang.

2.7.4 Pengaruh *Customer Experience*, *trust* dan *service quality* terhadap Kepuasan Konsumen

Pengalaman konsumen memiliki peran penting dalam pengalaman yang dibeli melalui pelayanan yang balik, yang menimbulkan kesan balik antara konsumennya dalam karyawan, sehingga terciptalah kepuasan bagi konsumen dalam menggunakan jasa tersebut (**Maulana 2021**).

Berdasarkan penelitian oleh **Mahendra (2019)** adanya pengaruh kepuasan konsumen yang signifikan terhadap kepuasan konsumeln CV Mitral Perkasa Utomo dapat dinyatakan diterima dan terbukti kebenarannya. Dimana kepuasan konsumeln berhubungan erat

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.

dengan kepuasan konsumen terhadap suatu produk, jasa, dan pelayanan yang dirasakan konsumen.

Selain itu, hasil penelitian dari **Priadi & Utomo (2021)** Kualitas pelayanan sempurna laundry juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Adanya hubungan terikat konsumen yang menggunakan jasa laundry dengan pelayanan pesan antar secara gratis akan memudahkan konsumen untuk menggunakan jasa laundry yang sesuai haraan dan kebutuhan mereka, dimana hal ini mampu menunjang kepuasan konsumen jasa laundry. Dari penelitian yang disimpulkan di atas dapat ditarik suatu hipotesis yaitu:

H4 : Di duga *Customer Experience, trust* dan *service quality* Berpengaruh Signifikan Terhadap kepuasan Konsumen pada Endang Laundry di Kecamatan Tualang.

2.8 Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini ada tiga variabel bebas dan satu variable terikat. Variabel-variabel dalam pernerlitan ini adalah :

- a. Variable bebas (*independent variable*) variable yang mempengaruhi atau menjadi penyebab perubahan pada variabel dependent (**Sugiyono 2022**).

Dalam penelitian ini, variabel berbas yang digurnakan adalah:

X1 = *Customer Experience* (Pengalaman Pelanggan)

X2 = *Trust* (Kepercayaan)

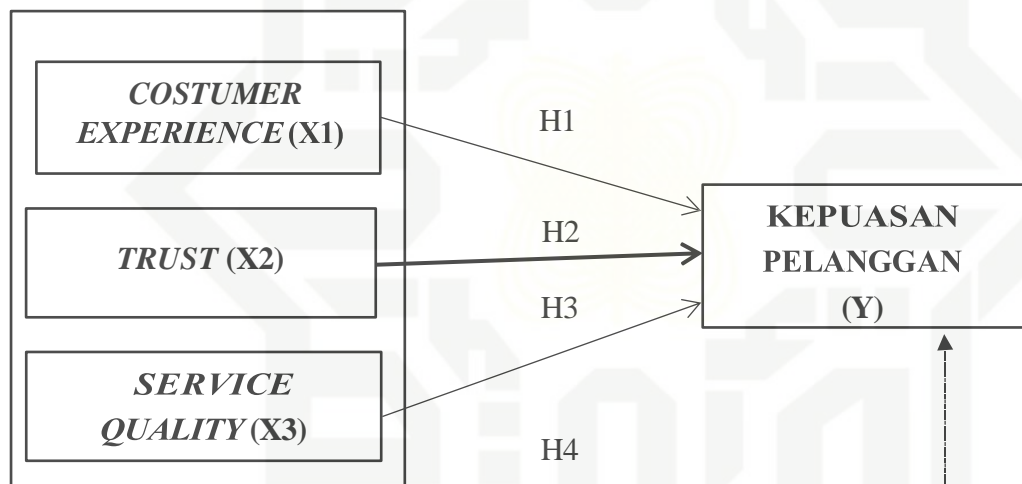
X3 = *Service Quality* (Kualitas Pelayanan)

- b. Variabel terikat (*dependent variable*) adalah variabel yang dipengaruhi

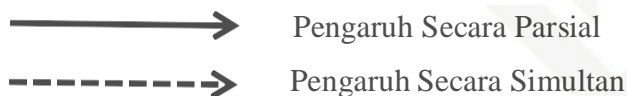
atau menjadi akibat dari adanya variabel bebas (Sugiyono 2022). Dalam penelitian ini, variabel terikat yang digunakan adalah Kepuasan Pelanggan (Y).

2.9 Kerangka Pemikiran

Menurut Sugiyono (2018) Kerangka berpikir merupakan suatu model konseptual yang tersusun dan bagaimana, yang menggambarkan hubungan teori dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi, sebagai masalah yang penting dalam menjelaskan secara teoritis pertemuan antara variabel.



keterangan :



Sumber : Kurnia, 2022

Gambar 2. 1: Kerangka Pemikiran

2.10 Konsep Operasional

Menurut (Sugiyono, 2018) adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari objek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya

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 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

Terhadap kerangka teoritis yang terdapat dalam penelitian. Hal ini sangat perlu supaya memudahkan penulis untuk melakukan pengukuran di lapangan. Sesuai dengan pokok permasalahan penelitian ini yang akan dicari adalah pengaruh *customer experience*, *trust*, dan *service quality* terhadap kepuasan pelanggan pada Endang *laundry* di kecamatan tualang.

Tabel 2. 2: Konsep Operasional

No	Variabel Penelitian	Defenisi	Indikator	Skala
1	Kepuasan Pelanggan (Y)	Kepuasan pelanggan ialah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. sesuatu yang timbul tanpa adanya paksaan tetapi timbul dengan sendirinya Menurut Kotler & Keller (2021) ,	<ol style="list-style-type: none"> Kesesuaian harapan, yaitu kepuasan tidak di ukur secara langsung tetapi di simpulkan berdasarkan kesesuaian harapan pelanggan dengan kinerja perusahaan. Minat berkunjung kembali, di ukur dengan menanyakan apakah pelanggan ingin membeli atau mnggunakan kembali jasa perusahaan. Merekomendasikan yaitu, di ukur dengan menanyakan apakah pelanggan akan merekomendasikan produk atau jasa kepada org lain. Menurut indikasari (2019) 	<i>Likert</i>
2	<i>Customer Experience</i> (X1)	Berpendapat dapat bahwa pengalaman konsumen/ <i>Customer Experience</i> didefinisikan sebagai pengalaman yang didapatkan oleh konsumen baik itu secara langsung maupun tidak langsung melalui proses pelayanan, perusahaan, fasilitas-fasilitas, dan	<p>Ada beberapa indikator pengalaman :</p> <ol style="list-style-type: none"> <i>Sense</i> (Rasa), menyangkut dengan ke lima panca indra manusia yaitu melihat, merasa, meraba, mendengar, dan mencium sesuai dengan apa yang di harapkan konsumen. <i>Feel</i> (perasaan), emosi atau perasaan positif yang di rasakan konsumen 	<i>Likert</i>

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.

		<p>bagaimana cara seorang konsumen berinteraksi dengan perusahaan dan dengan konsumen lainnya. Menurut Kotler & Keller (2016)</p>	<p>ketika mengonsumsi suatu produk.</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. <i>Think</i> (berfikir), kemampuan konsumen berfikir dan menilai kembali suatu barang atau jasa yang sudah di konsumsi. 4. <i>Act</i> (bertindak), mengenai perubahan atau tingkah laku secara fisik yang mengakibatkan konsumen berperilaku lebih aktif terkait suatu produk. 5. <i>Relate</i> (berhubungan), upaya untuk menghubungkan suatu produk atau merek dengan kepribadian konsumen, budaya atau lingkungannya. Menurut Schmitt & Dewi hasibuan (2019) 	
3	<i>Trust (X2)</i>	<p>Kepercayaan merupakan sumber kekuatan yang mendorong dan mempengaruhi pelanggan dari kemauan untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan dan juga memenuhi janji yang telah dibuat agar sesuai dengan harapan konsumen. Menurut Mardhatillah (2020)</p>	<p>Ada 4 indikator kepercayaan konsumen :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Benevolence</i> (kesungguhan atau ketulusan) seberapa besar seseorang percaya kepada penjual untuk berperilaku baik ke konsumen. 2. <i>Ability</i> (kemampuan sebuah penilaian terkini atas apa yang dapat dilakukan seseorang, dan bagaimana cara meyakinkan pembeli dan memberikan jaminan kepuasan dan keamanan dalam bertransaksi. 3. <i>Integrity</i> (Integritas) seberapa yakin seseorang terhadap kejujuran penjual untuk menjaga dan memenuhi untuk kesepakatan yang telah dibuat dengan konsumen. 4. <i>Willings to depend</i> (kemauan konsumen untuk 	<i>Likert</i>

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.

			bergantung) berupa penerimaan resiko atau konsekuensi negatif yang mungkin terjadi. Menurut kotler & keller (2016)	
4	<i>Service Quallity</i> (x3)	Kualitas pelayanan adalah metrik yang menilai seberapa baik tingkat layanan perusahaan memenuhi atau melampaui harapan konsumen. Menurut Tjiptono (2018)	Ada 5 indikator <i>service quality</i> adalah : <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Reability</i> (keandalan) kemampuan untuk memberikan pelayanan yang akurat sesuai dengan janji dan kemampuan perusahaan menyelesaikan pekerjaan tepat waktu sesuai dengan apa yang telah di janji kan ke konsumen. 2. <i>Responsives</i>(daya tanggap) kesediaan membantu pelanggan dan menyediakan pelayanan sesuai dengan yang di harapkan pelanggan. 3. <i>Assurance</i>(jaminan) pengetahuan atau perilaku karyawan untuk membangun keyakinan pelanggan dalam berinteraksi dengan pelanggan. 4. <i>Emphaty</i> (empati) kemampuan karyawan untuk memberikan perhatian langsung ke pelanggan baik secara individu,dan juga kepekaan terhadap kebutuhan pelanggan. 5. <i>Tangibles</i>(bukti fisik) merupakan bukti nyata dari kepedulian dan perhatian yang telah di berikan oleh penyedia jasa ke pelanggan. Menurut (Sumarwan & Tjiptonon, 2019) 	<i>Likert</i>

2.11 Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan sementara atas perumusan masalah yang diteliti. Berdasarkan masalah yang ada tersebut, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

H1 : Diduga Pengalaman konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Endang *Laundry* di Kecamatan Tualang.

H2 : Diduga kepercayaan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Endang *Laundry* di Kecamatan Tualang.

H3: Diduga kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Endang *Laundry* di Kecamatan Tualang.

H4 : Diduga *customer experience*, *trust* dan *service quality* berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada Endang *Laundry* di Kecamatan Tualang.

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.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi yang digunakan berlokasi di Endang Laundry di Kecamatan Tualang, Kabupaten Siak. Waktu penelitian akan dimulai pada bulan Desember sampai dengan Februari 2025.

3.2 Jenis dan Sumber Data

a. Jenis Data

Sesuai permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode kuantitatif. Sedangkan jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif, yaitu metode penelitian untuk penelitian eksperimen dan survei dengan pengumpulan data seperti kuesioner.

b. Sumber Data

1. Data Primer

Menurut **Sugiyono (2018)** sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh berdasarkan jawaban kuesioner yang dibagikan kepada seluruh responden. Data primer dari penelitian ini berupa data dari pengisian kuesioner yang diisi langsung oleh konsumen yang menggunakan jasa Endang *Laundry*.

2. Data Sekunder

Menurut (**Sugiyono, 2018**) data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat

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.

orang lain atau lewat dokumen. Data sekunder merupakan data untuk melengkapi data primer jika dibutuhkan. Penelitian ini menggunakan data sekunder berupa kajian teori, penelitian terdahulu, jurnal ilmiah, literatur, catatan, laporan, dan penelusuran Google.

3.3 Teknik Pengumpulan data

1. Kuesioner

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kuesioner menurut **Sugiyono (2018)** kuesioner merupakan metode pengumpulan data berupa serangkaian pertanyaan/ Pernyataan tertulis yang diberikan kepada responden untuk dijawab. Penelitian ini akan menggunakan kuesioner untuk membuat analisis data lebih mudah Skala Pengukuran Data.

Penulis dalam melakukan skala pengukuran kuesioner yaitu menggunakan skala *Likert*. Menurut **Sugiyono (2018)** skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala *likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif.

Pemilihan jawaban dalam menggunakan skala likert yaitu :

- a) Angka 1 mewakili keterangan sangat tidak setuju (STS)
- b) Angka 2 mewakili keterangan tidak setuju (TS)

- c) Angka 3 mewakili keterangan setuju (ST)
- d) Angka 4 mewakili keterangan sangat setuju (SS)

3.4 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut **Sugiyono (2018)** menyatakan bahwa Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen pengguna jasa Endang *Laundry* di Kecamatan Tualang Kabupaten Siak.

2. Sampel

Menurut **Sugiyono (2018)** Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam penelitian ini, pengambilan sampel menggunakan teknik Purposive Sampling. Menurut **Sugiyono (2018)** *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel data yang berdasarkan pada pertimbangan tertentu. Pada penelitian ini dilakukan teknik pengambilan sampel dengan menggunakan purposive sampling artinya setiap individu yang digunakan sebagai sampel dipilih dengan berdasarkan pertimbangan tertentu, pertimbangan untuk *purposive sampling* memiliki karakteristik dari responden sendiri. Karakteristik yang ditetapkan pada penelitian ini untuk memilih sampel adalah konsumen Endang *Laundry* di Kecamatan Tualang Kabupaten Siak.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Dalam pertimbangan tersebut, maka kriteria dalam memilih sampel dalam penelitian ini adalah :

1. Konsumen yang menggunakan jasa Endang *Laundry* di Kecamatan Tualang Kabupaten Siak.
2. Konsumen yang menggunakan jasa laundry di Kecamatan Tualang, Kabupaten Siak minimal 2 kali.

Dikarenakan populasi dalam penelitian ini tidak diketahui jumlahnya dengan pasti atau tidak jelas, sehingga jumlah sampel yang akan diambil dapat dihitung dengan menggunakan rumus Slovin adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{Z^2 P(1 - P)}{d^2}$$

Keterangan

n : Jumlah sampel yang dicari

Z : Skor Z pada kepercayaan 95% = 1,96

P : Maksimal Estimasi

d : Alpha (0,10) atau sampling eror 10%

Berdasarkan rumus tersebut, maka jumlah sampel yang digunakan adalah :

$$n = 1,962.0,5 \frac{1 - 0,5}{0,12}$$

$$n = \frac{3,8416.0,5.0,5}{0,12}$$

$$n = \frac{0,9604}{(0,1)2}$$

$$n = 96,04 = 96$$

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 rumus hasil perhitungan di atas, diketahui jumlah sampel sebanyak 96 responden, yaitu sampel pun yang pernah menggunakan jasa Endang Laundry di Kecamatan Tualang, Kabupaten Siak..

3.5 Teknik Pengambilan Sampel

Menurut (Sugiyono, 2018) menyatakan bahwa Teknik pengumpulan data adalah langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tujuan dari teknik pengumpulan data adalah untuk mendapatkan data yang valid, akurat dan terpercaya sehingga kesimpulan penelitian tidak akan diragukan kebenarannya. Teknik pengambilan sample adalah *random* maka setiap populasi memiliki peluang yang sama untuk menjadi anggota sampel.

3.6 Analisis Data

3.6.1 Uji Kualitas Data

1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2018) hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan suatu yang diukur oleh kuesioner tersebut.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2018) menyatakan uji reliabilitas adalah derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan Data yang tidak reliabel, tidak dapat di proses lebih lanjut karena akan

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.

menghasilkan kesimpulan yang bias. Untuk mengukur reliabilitas dengan melihat cronbach alpha. Suatu variabel dapat dikatakan reliable jika memberikan nilai cronbach alpha $>0,60$ Cronbach >0.60 maka dapat disimpulkan bahwa variabel tersebut dapat dikatakan reliabel atau konsisten dalam mengukur.

Kemudian, berdasarkan uji reliabilitas kusioner perilaku prososial yang telah diolah menggunakan SPSS diketahui nilai reliabilitas kusioner 0.613 yang artinya nilai Alpha Cronbach dari kusioner perilaku prososial >0.60 . kemudian ketentuan lain, reliabel atau tidaknya nilai kusioner tersebut perlu dibandingkan dengan ketentuan reliabilitas yang sudah diakui. Berdasarkan tabel kriteria reliabilitas dan ketentuan nilai Alpha Cronbach pada kusioner harus >0.60 maka dapat disimpulkan bahwa kusioner perilaku prososial yang disusun oleh peneliti adalah reliabel atau konsiten dengan kategori sedang.

3.6.2 Uji Asumsi Klasik

Menurut **Sugiyono (2018)** pengujian asumsi klasik dilakukan untuk memastikan bahwa hasil penelitian sah atau valid dan data teoritis yang digunakan tidak bias dan stabil, dan penaksiran koefisien regresinya efisien.

1. Uji Normalitas

Menurut **Sugiyono (2018)** uji normalitas digunakan untuk menguji apakah variabel *dependent*, *independen*, atau keduanya

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.

berdistribusi secara normal mendekati normal. Pada uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji KolmogorovSmirnov *Test* dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa data penelitian berdistribusi normal.
- b. Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa data penelitian tidak berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Menurut **Sugiyono (2018)** Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui jika pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independent, jika terdapat korelasi maka terdapat masalah multikolinearitas yang harus diatasi Untuk mengetahui ada tidaknya gejala multikolinearitas dapat dilihat dari besarnya nilai *Tolerance* dan *VIF (Varians Inflation Factor)* melalui program SPSS. Nilai umum yang biasa dipakai adalah *Tolerance Value* $> 0,1$ atau *VIF* < 10 maka tidak terjadi multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut **Sugiyono (2018)** Uji heteroskedastisitas dilakukan guna mengetahui jika didalam model sebuah regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Asumsi dalam uji heteroskedastisitas tidak boleh terjadi korelasi yang cukup kuat antara variabel bebas dengan residualnya. Syarat yang harus dipenuhi adalah $\text{Sig} > 0,05$.

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.

Pengujian heterokedastisitas yang diterapkan pada penelitian ini adalah dengan metode Glejser. Metode ini dilakukan dengan meregresikan semua variabel terhadap nilai mutlak residualnya. Berikut pengujiannya:

1. Jika nilai signifikan (Sig) besar dari 0,05 ($\text{Sig} > 0,05$) maka kesimpulannya adalah tidak terjadi gejala Heterokedastisitas.
2. Jika nilai signifikan (Sig) kecil dari 0,05 ($\text{Sig} < 0,05$) maka terjadi gejala heterokedastisitas

4. Uji Autokorelasi

Menurut **Sugiyono (2018)** uji autokorelasi menguji hubungan antara residual satu observasi lainnya. Autokorelasi lebih mudah timbul pada data yang bersifat runtut waktu, karena berdasarkan sifatnya, data masa sekarang dipengaruhi oleh data pada masa-masa sebelumnya. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada masalah autokorelasi. Model regresi yang baik adalah bebas dari autokorelasi.

Ada beberapa cara yang dapat digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi. Salah satu ukuran dalam menentukan ada atau tidaknya masalah autokorelasi dengan uji Durbin-Watson (DW) dengan ketentuan sebagai berikut :

- a. Terjadi autokorelasi positif, jika nilai DW di bawah -4 ($\text{DW} < -4$)
- b. Tidak terjadi autokorelasi, jika nilai DW di atas -4 dan DW +4

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.

atau $-4 \leq DW \leq +4$

- c. Terjadi autokorelasi negatif jika nilai DW di atas +4 atau $DW > +4$

3.6.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut **Sugiyono (2018)** analisis regresi linier berganda merupakan regresi yang memiliki satu variabel dependen dan dua atau lebih variabel independen. Model analisis regresi berganda digunakan untuk menjelaskan hubungan dan pengaruh variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen). Analisis dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan antar variable *Customer Experience* (X1), *Trust* (X2) dan *Service Quality* (X3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). persamaan regresi linear berganda menggunakan rumus sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

Y : Keputusan pembelian

a : Konstanta

b_1, b_2, b_3 : koefisien Regresi

X_1 : *Customer Experience*

X_2 : *Trust*

X_3 : *Service Quality*

e : Tingkat Kesalahan (Error)

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.

3.6.4 Uji Hipotesis

Menurut **Sugiyono (2018)** Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum di dasarkan pada fakta-fakta empiris yang yang diperoleh melaui pengumpulan data. Jadi hipotesis dapat di rumuskan sebagai jawaban eoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban empiris.

1. Uji T (Parsial)

Menurut **Sugiyono (2018)** uji t digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini secara individual dalam menerangkan variabel dependen secara parsial.

- a. Menentukan tingkat signifikan (α) sebesar 0,05.

$T \text{ hitung} = \text{Koefisien Regresi} / \text{Standar Deviasi}$

- 1) Jika $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$, Variabel independen secara individual tidak Berpengaruh terhadap variabel dependen.
- 2) Jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$, Variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen..

- b. Menentukan berdasarkan t hitung.
- c. Menentukan t tabel.

Tabel distribusi t dicari pada $\alpha = 5\%$ atau 0,05. Sedangkan

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.

besaran nilai derajat kebebasan (dk) dicari menggunakan rumus $n-1-k$, dimana n adalah besar sampel dan k adalah banyaknya variabel bebas. .

d. Kriteria Pengujian

2. Uji F (Simultan)

Menurut **Sugiyono (2018)** uji F digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat apabila signifikan. Untuk menguji hipotesis ini digunakan dengan kriteria

1. Tentukan tingkat signifikan 95 %

Dengan tingkat keyakinan 95%, $\alpha = 5\%$ dengan derajat kebebasan $df_1 = (k-1)$ dan $df_2 = (n-k-1)$, dimana n adalah jumlah observasi dan k adalah variabel independen.

2. Membandingkan F hitung dengan F tabel:

- a. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, variabel independen secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
- b. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen.

3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut **Sugiyono (2018)** koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi-variabel dependen. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan

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.

variasi-variabel dependen amat terbatas dan nilai yang mendekati satu berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel independen. Besarnya koefisien determinasi dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$Kd = (r)^2 \times 100\%$$

Nilai (kd) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Dan sebaliknya, jika nilai mendekati 1 menunjukkan bahwa variabel-variabel independen memiliki informasi-informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

Tabel 3. 1: Penilaian Koefisien Korelasi

Nilai korelasi	Keterangan
0,000-0,199	Sangat rendah
0,200-0,399	Rendah
0,400-0,599	Sedang
0,600-0,799	Tinggi
0,800-1,000	Sangat tinggi

Sumber: Sugiyono (2018)



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

BAB IV

GAMBARAN UMUM LOKASI

4.1 Sejarah Singkat Kecamatan

Kecamatan Tualang merupakan salah satu kecamatan yang berada di Kabupaten Siak dengan Ibu kota Kecamatan Tualang adalah Perawang. Pada dahulunya Kecamatan Tualang adalah sebuah desa di Kecamatan Siak sebelum dimekarkan dari Kabupaten induk yaitu Kabupaten Bengkalis. Menurut cerita yang berkembang di masyarakat Tualang, dahulunya desa ini hanya di huni oleh seorang gadis yang masih perawan, sehingga pendatang yang tiba kemudian di desa ini menyebutkan perawan dan lama kelamaan berubah menjadi perawang. Namun tak banyak sejarah pasti mengenai berdirinya Kecamatan Tualang ini.

Namun permulaan kota ini berasal dari sebuah dusun tepi Sungai Siak (Desa Perawang) dan semakin berkembang seiring berdirinya perusahaan PT Surya Dumai, PT Lumber, PT Kulim dan PT Indah Kiat Plup & Paper (IKPP). Saat ini Perawang sudah berkembang menjadi sebuah kota industri dengan fasilitas pendukung yang sudah tersedia. Perawang secara umum berada pada daerah dimana sektor industri pengolahan merupakan motor penggerak perekonomian yang sangat dominan tidak saja bagi Perawang sendiri tetapi juga menjadi sektor andalan Kabupaten Siak sehingga tidak berlebihan apabila daerah ini disebut daerah industri.

4.2 Geografis kecamatan tualang

Kecamatan Tualang merupakan pemekaran dari kecamatan Siak, yang dimekarkan menjadi 13 Kecamatan, yaitu, Kecamatan Siak, Tualang, kerinci Kanan, Dayun, Sungai Apit, Minas, Kandis, Mandau, Mempura, Sabak Auh, Bunga Raya, Gasib, dan Kecamatan Lubuk Dalam, berdasarkan Perda No.13 Tahun 2001 yang di Keluarkan oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Siak pada tanggal 14 Agustus 2001, yang mana tujuan dari pemekaran ini adalah untuk mempermudah masyarakat dan juga pemerintah Daerah dalam menjalankan hubungan administrasi, serta untuk mempermudah jangkauan pembangunan dan pemerintahan Kecamatan.

Luas Wilayah Kecamatan Tualang terletak antara 0°32'-0°51' Lintang Utara 101°28'-101°52' Bujur Timur dengan Luas keseluruhan Kecamatan Tualang yaitu 373,75 KM². Kecamatan Tualang terdiri dari 7 (tujuh) desa dan 1 (satu) kelurahan, sedangkan jarak desa paling jauh dari pusat pemerintahan kecamatan hanya lebih kurang 15 km dan hanya 2 (dua) desa saja yaitu Desa Maredan dan Maredan Barat. Secara garis besar hutan yang ada di Kecamatan Tualang telah dijadikan lahan perkebunan, yang didominasi oleh tanaman sawit, dapat dilihat dari setiap sudut perbatasan Kecamatan Tualang dengan Kecamatan yang lainnya, terdapat perkebunan sawit dan karet, hal ini yang sebagian besar dimiliki oleh perusahaan swasta di Kecamatan Tualang dan perkebunan masyarakat.

Hutan boleh dikakatan tidak ada lagi, namun ada sebagian kecil hutan bekas tebangkan atau bekas perladangan yang skala luasnya terpisah-pisah, dan ini sebagian milik masyarakat. Lahan yang belum tertanami tersebut baru dapat digunakan apabila pembukaan lahan dengan cara dibakar oleh masyarakat yang nantinya akan mereka tanami dengan tanaman perkebunan,

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.

seperti kelapa sawit, kelapa dan pinang. Dan hutan saat sekarang ini yang dapat dilihat adalah hutan tanaman industri (HTI) milik perusahaan Arara abadi Grup PT. Indah Kiat. Yang banyak terdapat pada Desa Pinang Sebatang Timur dan Pinang Sebatang Barat. Umumnya tanaman ini adalah akasia yang menjadi tanaman hutan untuk kebutuhan Perusahaan.

Tabel 4.1: Batas - Batas Kecamatan

Bagian	Batas
Utara	Kecamatan Mandau
Selatan	Kecamatan Kerinci Kanan, Pekanbaru
Barat	Kecamatan Minas
Timur	Sungai Mandau Dan Koto Gasib

Sumber : Kantor Camat Tualang 2024

Bahwa dari tabel di atas dapat di lihat bahwa bagian utara berbatasan dengan kecamatan Mandau, bagian Selatan berbatasan dengan kecamatan kerinci kanan dan pekanbaru, bagian barat berbatasan dengan kecamatan minas dan bagian timur berbatasan dengan Sungai Mandau dan koto gasib.

Tabel 4. 2: Batas Kampung/Kelurahan di Kecamatan Tualang Tahun 2024

Desa/kelurahan	Utara	Selatan	Barat	Timur
Kelurahan Perawang	Pinang Sebatang	Pinang Sebatang Barat	Perawang Barat	Tualang
Perawang Barat	Tualang	Maredan barat	Kelurahan tualang	Tualang
Tualang	Pinang sebatang	Maredan	Maredan	Kelurahan Tualang
Maredan	Tualang	Kota pekanbaru	Kota pekanbaru	Kuala gasib
Maredan barat	Perawang barat	Sungai siak	Sungai lukut	Sungai pulai
Pinang sebatang	Kuala gasib	Tualang	Kecamatan minas	Kuala gasib

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.

Pinang sebatang barat	Mandiingin	Kelurahan perawang	Kelurahan perawang	Pinang sebatang timur
Pinang sebatang timur	Kuala gasib	Pinang sebatang	Kuala gasib	Pinang sebatang barat

Sumber : Kantor Camat Tualang Tahun 2024

Dari tabel Batas Kampung/Kelurahan di Kecamatan Tualang Tahun 2024 ada 8 desa di kecamatan tualang dengan Batas bagian utara, Selatan, barat dan timur. Adapun Batasan Batasan tersebut adalah kelurahan perawang bagian utara berbatasan dengan pinang sebatang, bagian Selatan berbatasan dengan pinang sebatang barat, bagian barat berbatasan dengan perawang barat dan bagian timur berbatasan dengan tualang. Desa perawang barat bagian utara berbatasan dengan tualang, bagian Selatan berbatasan dengan maredan barat, bagian barat berbatasan dengan keurahn tualang, dan bagian timur berbatasan dengan tualang. Desa tualang bagian utara berbatasan dengan pinang sebatang, bagian Selatan berbatasan dengan maredan, bagian barat berbatasan dengan maredan, dan bagian timur berbatasan dengan kelurahan tualang.

Desa maredan bagian timur berbatasan dengan tualang, bagian Selatan berbatasan dengan kota pekanbaru, bagian barat berbatasan dengan kota pekanbaru, bagian timur berbatasan dengankuala gasib. Desa maredan barat bagian utara berbatasan dengan perawang barat, bagian Selatan berbatasan dengan Sungai siak, bagian barat berbatasan dengan Sungai lukut dan bagian timur berbatasan dengan Sungai pulai. Desa pinang sebatang bagiaann utara berbatasan dengan kuala gasib, bagian Selatan berbatasan

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

dengan tualang, bagian barat berbatasan dengan kecamatan minas dan bagian timur berbatasan dengan kuala gasib.

Desa pinang sebatang barat bagian utara berbatasan dengan mandiingin, bagian Selatan berbatasan dengan kelurahan perawang, bagian barat berbatasan dengan kelurahan perawang dan bagian timur berbatasan dengan pinang sebatang timur. Desa pinang sebatang timur bagian utara berbatasan dengan kuala gasib, bagian Selatan berbatasan dengan pinang sebatang, bagian barat berbatasan dengan kuala gasib dan bagian timur berbatasan dengan pinang sebatang barat.

Tabel 4. 3: Jarak Antara Pusat Pemerintahan Kampung dengan Ibu kota Kecamatan Tualang Tahun 2024

Kampung/kelurahan	Jarak lurus (KM)
Kelurahan perawang	7 km
Tualang	10 km
Perawang barat	4 km
Maredan	12 km
Maredan barat	12 km
Pinang Sebatang	11 km
Pinang sebatang barat	10 km
Pinang sebatang timur	8 km

Sumber: Kantor Camat Tualang Tahun 2024.

Tabel tersebut menunjukkan jarak lurus dalam kilometer dari beberapa kampung atau kelurahan di Kecamatan Tualang. Kelurahan Perawang memiliki jarak lurus sejauh 7 km, sementara Kelurahan Tualang berjarak 10 km. Perawang Barat memiliki jarak terdekat, yaitu 4 km. Kampung Maredan dan Maredan Barat memiliki jarak yang sama, yakni 12 km. Pinang Sebatang berjarak 11 km, sedangkan Pinang Sebatang Barat memiliki jarak 10 km. Adapun Pinang Sebatang Timur berjarak 8 km. Data ini memberikan

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.

gambaran mengenai distribusi geografis masing-masing kampung atau kelurahan berdasarkan jarak lurusnya.

Tabel 4. 4: Pusat Pemerintahan, Luas Wilayah, Jumlah RW dan RT

No	Desa/ Kelurahan	Pusat Pemerintahan	Luas Wilayah (Ha)	Jumlah (RW)	Jumlah (RT)
1.	Kelurahan Perawang	Perawang	20	8	91
2.	Tualang	Tualang	43,16	9	67
3.	Perawang Barat	Perawang Barat	45,18	9	74
4.	Maredan	Maredan	145,25	7	22
5.	Maredan Barat	Maredan Barat	28,98	4	12
6.	Pinang Sebatang	Pinang Sebatang	40,88	5	17
7.	Pinang Sebatang Barat	Pinang Sebatang Barat	21,46	6	19
8.	Pinang Sebatang Timur	Bunut	38,16	6	24
9.	Tualang Timur	Bakal	0	7	20
	Jumlah		373,75	61	

Sumber : Kantor Camat Tualang Tahun 2024.

Tabel tersebut menyajikan data mengenai desa dan kelurahan di Kecamatan Tualang, mencakup pusat pemerintahan, luas wilayah, serta jumlah Rukun Warga (RW) dan Rukun Tetangga (RT) di masing-masing wilayah. Kelurahan Perawang memiliki luas wilayah 20 hektar dengan 8 RW dan 91 RT, sementara Kelurahan Tualang memiliki luas 43,16 hektar dengan 9 RW dan 67 RT. Perawang Barat memiliki luas wilayah lebih besar, yaitu 45,18 hektar, dengan jumlah RW dan RT masing-masing 9 dan 74.

Desa Maredan tercatat sebagai wilayah terluas dengan luas 145,25 hektar, namun hanya memiliki 7 RW dan 22 RT. Maredan Barat memiliki luas 28,98 hektar dengan 4 RW dan 12 RT. Selanjutnya, Pinang Sebatang memiliki luas 40,88 hektar dengan 5 RW dan 17 RT, sementara Pinang Sebatang Barat mencakup wilayah seluas 21,46 hektar dengan 6 RW dan 19 RT. Pinang

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.

Sebatang Timur, dengan pusat pemerintahan di Bunut, memiliki luas 38,16 hektar dengan 6 RW dan 24 RT.

Terakhir, Tualang Timur memiliki 7 RW dan 20 RT, tetapi luas wilayahnya tidak tercatat dalam tabel. Secara keseluruhan, total luas wilayah yang tercatat dalam tabel ini mencapai 373,75 hektar dengan jumlah RW sebanyak 61.

4.3 Demografis Kecamatan Tualang

Dari hasil registrasi penduduk di Kecamatan Tualang bulan Mei 2022 sebanyak 120.784 jiwa dengan jumlah laki-laki 63.443 jiwa dan perempuan sebanyak 57.341 jiwa sehingga didapatkan sex ratio sebesar 110. Sedangkan jumlah keluarga sebanyak 34.022 sehingga diperoleh penduduk per rumah tangga adalah 3.49 dari jumlah penduduk sebanyak 120.784 jiwa tersebut dapat dilihat penyebaran serta persentase pada masing-masing Kampung/Kelurahan sebagai berikut :

Tabel 4. 5: Penyebaran dan Persentase Penduduk

No	Kampung /Kelurahan	Jumlah Penduduk	Persentase
1.	Tualang	15.938	13,2 %
2.	Perawang	44.188	36,6 %
3.	Perawang Barat	27.657	22,9 %
4.	Maredan	3.234	2,68 %
5.	Maredan Barat	2.914	2,41 %
6.	Pinang Sebatang	4.886	4,05 %
7.	Pinang Sebatang Barat	5.281	4,37 %
8.	Pinang Sebatang Timur	10.374	8,59 %
9.	Tualang Timur	6.312	5,23 %
Jumlah		120.784	

Sumber: Kantor Penghulu Kampung Kecamatan Tualang Tahun 2024.

Tabel ini menyajikan jumlah penduduk dan persentase distribusinya di berbagai kampung dan kelurahan di Kecamatan Tualang. Kelurahan

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 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

Perawang memiliki jumlah penduduk tertinggi, yaitu 44.188 jiwa atau sekitar 36,6% dari total populasi kecamatan. Disusul oleh Perawang Barat dengan 27.657 jiwa (22,9%) dan Tualang dengan 15.938 jiwa (13,2%). Pinang Sebatang Timur memiliki jumlah penduduk sebesar 10.374 jiwa (8,59%), sedangkan Tualang Timur mencatat 6.312 jiwa (5,23%). Pinang Sebatang Barat dan Pinang Sebatang masing-masing memiliki 5.281 jiwa (4,37%) dan 4.886 jiwa (4,05%). Sementara itu, Maredan dan Maredan Barat memiliki jumlah penduduk paling sedikit, yaitu masing-masing 3.234 jiwa (2,68%) dan 2.914 jiwa (2,41%). Secara keseluruhan, jumlah penduduk Kecamatan Tualang mencapai 120.784 jiwa, dengan distribusi yang bervariasi di setiap kampung dan kelurahan.

Tabel 4.6: Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin di Kecamatan Tualang Tahun 2024

No	Desa/Kelurahan	Laki – laki	Perempuan	Jumlah
1.	Tualang	7.758	8.127	15.885
2.	Perawang	22.921	21.292	44.213
3.	Perawang Barat	15.206	14.437	29.643
4.	Maredan	1.656	1.578	3.234
5.	Maredan Barat	1.509	1.355	2.864
6.	Pinang Sebatang	3.065	1.815	4.880
7.	Pinang Sebatang Barat	2.722	2.576	5.301
8.	Pinang Sebatang Timur	5.897	4.333	10.230
9.	Tualang timur	3.319	3.004	6.323
Jumlah		64.053	58.517	122.573

Sumber: Kantor Penghulu Kampung /Kelurahan Kec.Tualang Tahun 2024.

Tabel ini menyajikan data jumlah penduduk berdasarkan jenis kelamin di setiap desa dan kelurahan di Kecamatan Tualang. Kelurahan Perawang memiliki jumlah penduduk tertinggi dengan total 44.213 jiwa, terdiri dari 22.921 laki-laki dan 21.292 perempuan. Perawang Barat menyusul 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.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

29.643 jiwa (15.206 laki-laki dan 14.437 perempuan), sedangkan Kelurahan Tualang memiliki 15.885 jiwa, dengan jumlah perempuan (8.127) sedikit lebih banyak dibandingkan laki-laki (7.758). Desa Pinang Sebatang Timur mencatat 10.230 jiwa, dengan 5.897 laki-laki dan 4.333 perempuan. Tualang Timur memiliki 6.323 jiwa, terdiri dari 3.319 laki-laki dan 3.004 perempuan. Pinang Sebatang Barat memiliki jumlah penduduk 5.301 jiwa, sedangkan Pinang Sebatang memiliki 4.880 jiwa. Maredan dan Maredan Barat memiliki jumlah penduduk yang lebih kecil dibandingkan desa lainnya. Maredan memiliki 3.234 jiwa dengan jumlah laki-laki sedikit lebih banyak (1.656) dibandingkan perempuan (1.578), sementara Maredan Barat memiliki 2.864 jiwa, terdiri dari 1.509 laki-laki dan 1.355 perempuan. Secara keseluruhan, jumlah penduduk Kecamatan Tualang mencapai 122.573 jiwa, dengan komposisi 64.053 laki-laki dan 58.517 perempuan.

Tabel 4. 7: Laju Pertumbuhan Penduduk Di Kecamatan Tualang Tahun 2024

No	Kampung/Kelurahan	2023	2024
1.	Tualang	15.938	15.885
2.	Perawang	44.188	44.213
3.	Perawang Barat	27.657	29.643
4.	Maredan	3.234	3.234
5.	Maredan Barat	2.914	2.864
6.	Pinang Sebatang	4.886	4.880
7.	Pinang Sebatang Barat	5.281	5.301
8.	Pinang Sebatang Timur	10.374	10.230
9.	Tualang Timur	6.312	6.323
	J u m l a h	120.784	122.573

Sumber : Kantor Penghulu Kampung/kelurahan Tualang Tahun 2024.

Tabel ini menunjukkan perubahan jumlah penduduk di setiap kampung dan kelurahan di Kecamatan Tualang antara tahun 2023 dan 2024. Secara keseluruhan, jumlah penduduk mengalami peningkatan dari 120.784

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

jiwa pada tahun 2023 menjadi 122.573 jiwa pada tahun 2024, dengan kenaikan sebesar 1.789 jiwa. Beberapa wilayah mengalami peningkatan jumlah penduduk, seperti Perawang yang bertambah dari 44.188 jiwa menjadi 44.213 jiwa, Perawang Barat yang meningkat signifikan dari 27.657 jiwa menjadi 29.643 jiwa, serta Tualang Timur yang bertambah dari 6.312 jiwa menjadi 6.323 jiwa. Pinang Sebatang Barat juga mengalami kenaikan dari 5.281 jiwa menjadi 5.301 jiwa. Namun, beberapa wilayah mengalami sedikit penurunan jumlah penduduk, seperti Kelurahan Tualang yang berkurang dari 15.938 jiwa menjadi 15.885 jiwa, Maredan Barat dari 2.914 jiwa menjadi 2.864 jiwa, dan Pinang Sebatang dari 4.886 jiwa menjadi 4.880 jiwa. Penurunan juga terjadi di Pinang Sebatang Timur, dari 10.374 jiwa menjadi 10.230 jiwa. Sementara itu, jumlah penduduk di Desa Maredan tetap stabil pada angka 3.234 jiwa dalam dua tahun berturut-turut. Data ini menunjukkan adanya dinamika kependudukan di Kecamatan Tualang, dengan beberapa wilayah mengalami pertumbuhan, sementara yang lain mengalami sedikit penurunan jumlah penduduk.

Tabel 4.8: Jumlah Rumah Tangga, Penduduk Dan Rata-Rata Penduduk Per Rumah Tangga Di Kecamatan Tualang Tahun 2024

No	Kampung/Kelurahan	Kartu Keluarga	Penduduk	Rata-rata Penduduk Perumahtangga
1.	Tualang	3.709	15.938	23,3
2.	Perawang	12.221	44.188	27,7
3.	Perawang Barat	7.645	27.657	27,6
4.	Maredan	764	3.234	23,6
5.	Maredan Barat	788	2.914	27
6.	Pinang Sebatang	2.717	4.886	55,6
7.	Pinang Sebatang Barat	1.658	5.281	31,4
8.	Pinang Sebatang Timur	2.674	10.374	25,8
9.	Tualang Timur	1.856	6.312	29,4
J u m l a h		34.032	120.784	28,2

Sumber: Kantor Penghulu Kampung Kecamatan Tualang Tahun 2024.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Tabel ini menunjukkan jumlah kartu keluarga (KK), penduduk, dan rata-rata penduduk per rumah tangga di Kecamatan Tualang. Secara keseluruhan, terdapat 34.032 KK dengan total 120.784 jiwa, sehingga rata-rata penduduk per rumah tangga adalah 28,2 jiwa. Kelurahan Perawang memiliki jumlah KK dan penduduk tertinggi, yaitu 12.221 KK dengan 44.188 jiwa, serta rata-rata 27,7 jiwa per rumah tangga. Perawang Barat menyusul dengan 7.645 KK dan 27.657 jiwa.

Sementara itu, Pinang Sebatang mencatat rata-rata penduduk per rumah tangga tertinggi, yaitu 55,6 jiwa. Sedangkan kampung dengan jumlah KK dan penduduk terendah adalah Maredan Barat, dengan 788 KK dan 2.914 jiwa. Data ini menggambarkan distribusi kependudukan dan jumlah rata-rata penghuni dalam satu rumah tangga di berbagai wilayah Kecamatan Tualang.

4.4 Pendidikan

Kabupaten Siak masih berusia sangat muda, dalam usia yang masih muda tersebut, tentu membutuhkan dukungan seluruh daerah bawahannya untuk berperan serta dalam proses pembangunan. Proses pembangunan akan dapat berjalan dengan baik apabila didukung oleh sumber daya manusia yang berkualitas. Sumber Daya Manusia yang berkualitas tentu saja merupakan hasil dari proses belajar mengajar yang selama ini dilakukan baik di wilayah Kecamatan Tualang atau diluar Kecamatan Tualang. Sumber Daya Manusia yang berkualitas dapat dicerminkan dari jumlah sarana dan prasarana pendidikan yang dimiliki oleh Kecamatan ini, baik pada tingkat pendidikan dasar, pendidikan menengah dan juga pendidikan tinggi. Namun demikian

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:

- 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 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

banyak kendala yang dihadapi oleh Kecamatan Tualang untuk dapat meningkatkan sumber daya manusia disamping terbatasnya jumlah sarana dan prasarana pendidikan juga penyebaran penduduk yang tidak merata.

Sejalan dengan hal tersebut di atas, peran pendidikan di Kecamatan Tualang dirasa perlu terus ditingkatkan, baik sarana dan prasarana maupun sumber tenaga pengajarnya sehingga dapat menunjang kelancaran proses belajar mengajar. Peran pendidikan di daerah Kecamatan Tualang dirasa sangat perlu ditingkatkan, baik berupa fasilitas penunjang maupun sumber daya guru pengajar sehingga dapat menunjang kelancaran proses belajar dan mengajar.

Dalam publikasi ini yang dapat disediakan hanya sebatas murid dan jumlah guru sehingga analisa yang diperoleh belum dapat terperinci.

Tabel 4. 9: Jumlah Sekolah Di Kecamatan Tualang Tahun 2024

Kampung /Kelurahan	TK		SD	
	Negeri	Swasta	Negeri	Swasta
Perawang	0	9	3	7
Tualang	0	11	3	5
Perawang Barat	1	12	4	4
Maredan	0	2	2	0
Maredan Barat	0	2	2	0
Pinang Sebatang	0	1	1	0
Pinang Sebatang Barat	0	2	2	1
Pinang Sebatang Timur	0	3	2	2
Tualang Timur	1	1	1	0
J u m l a h	2	44	20	19

Sumber : Kwarcab Pendidikan Kec.Tualang Tahun 2024.

Dari tabel di atas jumlah sekolah TK negeri yang ada di kecamatan tualang sebanyak 2 sekolah dan TK swasta sebanyak 44 sekolah, jumlah sekolah SD negeri yang ada di kecamatan sebanyak 20 sekolah dan jumlah sekolah SD swasta yang ada di kecamatan tualang sebanyak 19 sekolah.

Tabel 4. 10: Jumlah Sekolah Menurut Tingkatan dan Status

No	Tingkatan Sekolah	Negeri	Swasta
1.	PAUD	0	18
2.	TK	2	40
3.	SD	20	13
4.	SLTP	14	10
5.	SMU	6	0
6.	SMK	1	5
7.	MA	0	2
Jumlah		43	88

Sumber : Kwarcab Pendidikan Kec.Tualang Tahun 2024.

Dapat di lihat dari tabel yang ada di atas Banyak sekolah menurut tingkatan dan status di kecamatan tualang tahun 2024 mulai dari tingkatan paud negeri dan swasta sampai dengan tingkatan MA negeri dan swasta. Di kecamatan tualang pada tingkatan paud negeri tidak terdapat sekolah dan pada tingkatan paud swasta terdapat 18 sekolah. Pada tingkatan TK negeri terdapat 2 sekolah pada tingkatan TK swasta terdapat 40 sekolah. Pada tingkatan SD negeri terdapat 20 sekolah dan pada tingkatan SD swasta terdapat 13 sekolah, Pada tingkatan SLTP negeri terdapat 14 sekolah dan pada tingkatan SLTP swasta terdapat 10 sekolah, pada SMU negeri terdapat 6 sekolah dan pada SMU swasta tidak terdapat sekolah, pada SMK negeri terdapat 1 sekolah dan pada SMK swasta terdapat 5 sekolah, pada MA negeri tidak terdapat sekolah dan pada MA swasta terdapat 2 sekolah. Data data tabel di atas jumlah sekolah negeri yang ada di kecamatan tualang sebanyak 48 sekolah dan sekolah swasta sebanyak 88 sekolah swasta.

4.5 Kesehatan Dikecamatan Tualang

Derajat kesehatan suatu masyarakat tidak lepas dari perhatian pemerintahnya, terutama mengenai fasilitas kesehatan yang disediakan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

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.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Terjaminnya kesehatan masyarakat tidak hanya diperoleh dari fasilitas yang ada, tetapi juga tenaga kesehatan yang tersedia dan mencukupi kebutuhan. Dengan demikian peningkatan derajat kesehatan masyarakat dapat dipenuhi. Pada tahun 2024 di Kecamatan Tualang terdapat 1 RSUD Type D, 2 puskesmas, dan 7 puskesmas pembantu. Sedangkan untuk pelayanan masyarakat di kampung/kelurahan terdapat 8 polindes dan 67 posyandu.

Tabel 4. 11: Jumlah Fasilitas Kesehatan Menurut Kampung/Kelurahan di Kecamatan Tualang

Desa/Kel	Puskesmas	Puskesmas		Polindes	Posyandu
		Keliling	Pembantu		
Perawang	1	0	0	0	15
Tualang	1	0	1	1	17
Perawang Barat	0	0	1	2	11
Maredan	0	0	1	1	7
Maredan Barat	0	0	1	1	2
Pinang Sebatang	0	0	1	1	3
Pinang Sebatang Barat	0	0	1	1	4
Pinang Sebatang Timur	0	0	1	1	4
Tualang Timur	0	0	3	2	4
J u m l a h	2	0	7	8	67

Sumber : Puskesmas Kecamatan Tualang Tahun 2024.

Tabel ini menyajikan data mengenai fasilitas kesehatan di berbagai desa dan kelurahan di Kecamatan Tualang, yang mencakup jumlah puskesmas, puskesmas keliling, puskesmas pembantu, polindes (Pondok Bersalin Desa), dan posyandu (Pos Pelayanan Terpadu). Kelurahan Perawang dan Tualang masing-masing memiliki satu *puskesmas*, sementara desa dan kelurahan lainnya tidak memiliki fasilitas ini. Tidak ada puskesmas keliling yang tercatat di wilayah tersebut, dan hanya terdapat satu puskesmas pembantu di Kelurahan Tualang.

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.

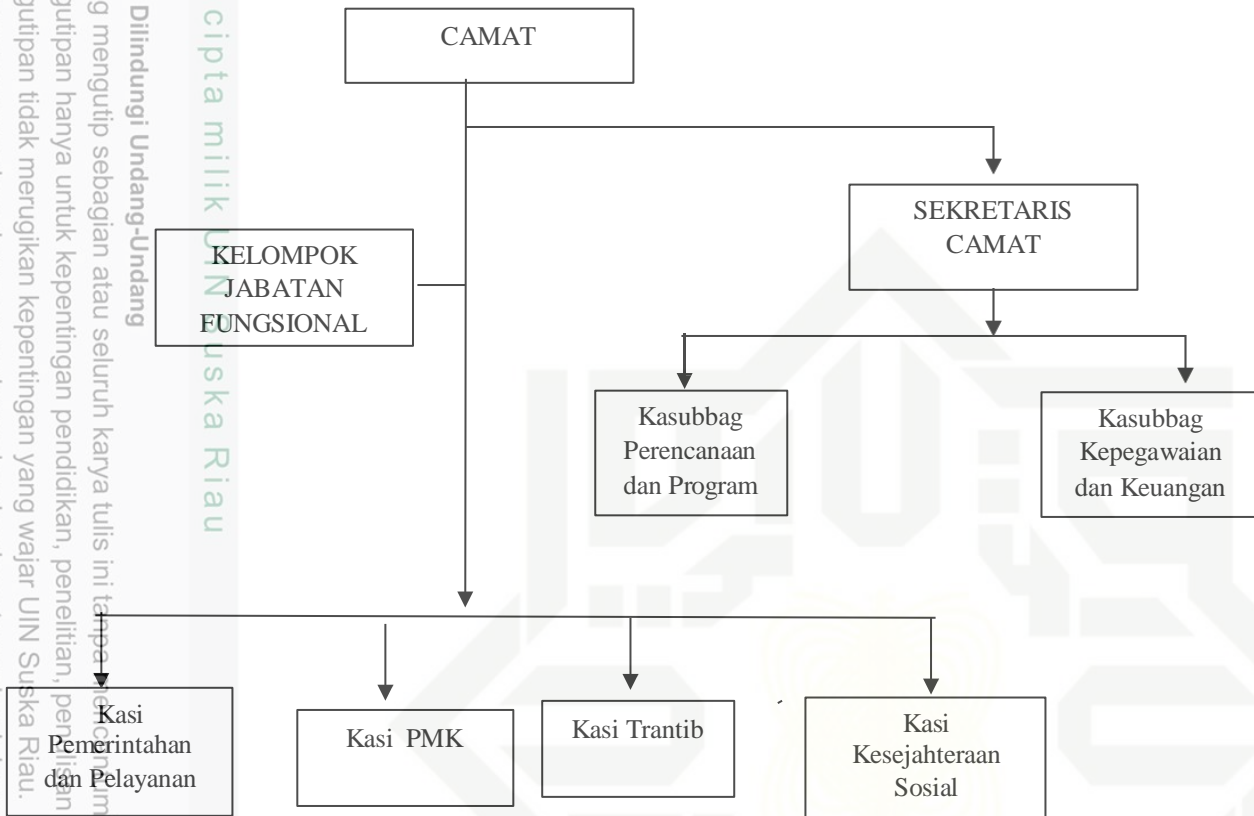
Jumlah polindes terbanyak terdapat di Tualang Timur dengan tiga unit, sementara desa dan kelurahan lainnya masing-masing memiliki satu unit, kecuali Perawang yang tidak memiliki polindes. Fasilitas posyandu tersebar di seluruh wilayah, dengan jumlah terbanyak di Kelurahan Tualang (17 unit) dan Perawang (15 unit). Sementara itu, desa dengan jumlah posyandu paling sedikit adalah Maredan Barat, yang hanya memiliki dua unit.

Secara keseluruhan, Kecamatan Tualang memiliki 2 puskesmas, 7 polindes, 8 puskesmas pembantu, dan total 67 posyandu, yang berperan penting dalam pelayanan kesehatan masyarakat di wilayah tersebut.

4.6 Struktur Organisasi

Struktur organisasi adalah suatu susunan dan hubungan antara tiap bagian serta posisi yang ada pada suatu organisasi atau perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasional untuk mencapai tujuan yang di harapkan dan di inginkan. Struktur Organisasi menggambarkan dengan jelas pemisahan kegiatan pekerjaan antara yang satu dengan yang lain dan bagaimana hubungan aktivitas dan fungsi dibatasi. Dalam struktur organisasi yang baik harus menjelaskan hubungan wewenang siapa melapor kepada siapa, jadi ada satu pertanggung jawaban apa yang akan di kerjakan. Selanjutnya untuk melihat bagan struktur organisasi dari Kecamatan Tualang dapat dilihat pada table berikut ini :

Tabel 4. 12: Bagan Susunan Organisasi Kantor Camat Tualang



Sumber : Kantor Camat Tualang, Tahun 2024.

4.7 Uraian Tugas

4.7.1 Tugas dan Fungsi Camat

1. Camat mempunyai tugas dan fungsi melaksanakan sebagian urusan otonomi daerah yang dilimpahkan oleh bupati;
2. Pelimpahan urusan otonomi daerah sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur dalam peraturan bupati;
3. Selain tugas sebagaimana dimaksud pada ayat (1), camat juga menyelenggarakan tugas umum pemerintahan meliputi :
 - a. Mengkoordinasikan kegiatan pemberdayaan masyarakat;

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.

- b. Mengkoordinasikan upaya penyelenggaraan ketenteraman dan ketertiban umum;
- c. Mengkoordinasikan penerapan dan penegakan peraturan perundang-undangan;
- d. Mengkoordinasikan pemeliharaan prasarana dan fasilitas pelayanan umum;
- e. Mengkoordinasikan penyelenggaraan kegiatan pemerintahan di tingkat kecamatan;
- f. Membina penyelenggaraan pemerintahan desa dan atau kelurahan;
- g. Melaksanakan pelayanan masyarakat yang menjadi ruang lingkup tugasnya dan atau yang belum dapat dilaksanakan pemerintahan desa atau kelurahan.

4.7.2 Tugas dan Fungsi Sekretaris Kecamatan

1. Sekretariat kecamatan mempunyai tugas pokok menyusun rencana, melaksanakan tugas-tugas kesekretariatan yang meliputi administrasi kepegawaian keuangan, umum dan membuat laporan pelaksanaan tugas.
2. Dalam menyelenggarakan tugas pokok dimaksud ayat (1), sekretariat kecamatan mempunyai fungsi :
 - a. Pelaksanaan urusan umum;
 - b. Pelaksanaan urusan administrasi kepegawaian;
 - c. Pelaksanaan urusan administrasi keuangan;

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.

- d. Pelaksanaan urusan perlengkapan;
- e. Pelaksanaan urusan ketatausahaan kecamatan.
3. Sekretaris mempunyai tugas merencanakan operasionalisasi, memberi tugas, memberi petunjuk, menyelia, mengatur, mengevaluasi, dan melaporkan pelaksanaan tugas kesekretariatan.
4. Dalam menyelenggarakan tugas sebagaimana dimaksud pada ayat (1), sekretaris mempunyai fungsi :
 - a. Penyusunan kebijakan teknis administrasi kepegawaian, administrasi keuangan ,perencanaan pelaporan dan urusan rumah tangga;
 - b. Penyelenggaraan kebijakan administrasi umum;
 - c. Pembinaan, pengkoordinasian , pengendalian, pengawasan program dan kegiatan sub bagian;
 - d. Penyelenggaraan evaluasi program dan kegiatan sub bagian.

4.7.3 Tugas Dan Fungsi Seksi Pemberdayaan Masyarakat dan Desa

1. Seksi pemberdayaan masyarakat dan desa mempunyai tugas pokok membantu camat dalam membina, mengkoordinasikan dan melaksanakan tugas bidang pemberdayaan masyarakat dan desa.
2. Rincian tugas seksi pemberdayaan masyarakat dan desa sebagai berikut :
 - a. Menyusun program dan kegiatan;
 - b. Melaksanakan fasilitasi dan koordinasi penyelenggaraan pemberdayaan masyarakat dan desa;

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.

- c. Melaksanakan pelayanan kepada masyarakat di bidang pemberdayaan masyarakat dan desa;
- d. Membantu koordinasi pelaksanaan pemberdayaan masyarakat dan desa serta menjaga dan memelihara sarana dan prasarana dalam wilayah kelurahan;
- e. Melaksanakan pembinaan dan pengembangan usaha perekonomian;
- f. Melaksanakan dan memfasilitasi pemungutan atas pajak dan retribusi daerah di wilayahnya;
- g. Mengkoordinasikan kegiatan perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan pembangunan dalam wilayah kecamatan;
- h. Memfasilitasi pelaksanaan musyawarah pembangunan temu karya unit daerah kerja pembangunan;
- i. Merencanakan dan menyusun program pelaksanaan kegiatan perekonomian dan usaha kecil masyarakat lintas kelurahan;
- j. Melaksanakan pemantauan, evaluasi kelancaran produksi dan distribusi barang-barang kebutuhan masyarakat;
- k. Membantu instansi terkait dalam penataan dan pemuktahiran data masyarakat miskin;
- l. Memfasilitasi pembinaan organisasi kepemudaan dan olah raga lintas kelurahan;
- m. Melaksanakan pembinaan terhadap lembaga keagamaan, pemberian bantuan sarana dan prasarana rumah ibadah;

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. Mengkoordinasikan kegiatan pencegahan dan penanggulangan bencana alam;
- o. Mengkoordinasikan bimbingan pencegahan dan pemberantasan penyakit menular;
- p. Memfasilitasi penyelenggaraan sarana pendidikan dan kesehatan;
- q. Melaksanakan pembinaan kegiatan peningkatan partisipasi dan peranan wanita;
- r. Memberi saran dan pertimbangan kepada camat;
- s. Menginventarisir permasalahan-permasalahan dan menyiapkan data/bahan pemecahan masalah sesuai bidang tugasnya;
- t. Membuat laporan sebagai bahan pertanggungjawaban pelaksanaan tugas;
- u. Melaksanakan tugas kedinasan lain yang diberikan oleh camat.

4.7.4 Tugas dan Fungsi seksi ketentraman dan ketertiban umum

1. Seksi ketentraman dan ketertiban umum mempunyai tugas pokok membantu camat dalam membina, mengkoordinasikan dan melaksanakan tugas di bidang ketentraman dan ketertiban umum.
2. Rincian tugas seksi ketentraman dan ketertiban umum sebagai berikut :
 - a. Menyusun rencana dan program kerja dan kegiatan;
 - b. Menyelenggarakan pembinaan ketentraman dan ketertban, ideology, kesatuan bangsa serta kemasyarakatan;

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.

- c. Melaksanakan pembinaan ketentraman dan ketertiban umum dengan koordinasi apar keamanan yang terkait dalam wilayah kecamatan;
- d. Menyelenggarakan fasilitasi partisipasi masyarakat dan pembinaan rukun warga dalam bidang ketentraman dan ketertiban umum;
- e. Menyelenggarakan fasilitasi pembinaan kerukunan antar umat beragama;
- f. Membantu satuan polisi pamong praja dalam menegakkan dan melaksanakan peraturan daerah dan keputusan bupati serta perundang-undangan;
- g. Memberi saran dan pertimbangan kepada camat;
- h. Membuat laporan sebagai bahan pertanggungjawaban pelaksanaan tugas;
- i. Melaksanakan tugas kedinasan lain yang diberikan oleh camat.

4.7.5 Tugas dan Fungsi Seksi Kesejahteraan sosial

1. Seksi kesejahteraan sosial mempunyai tugas pokok membantu camat dalam penyelenggaraan pemerintahan di bidang pemberian kesejahteraan sosial kepada masyarakat.
2. Rincian tugas seksi kesejahteraan sosial sebagai berikut :
 - a. Menyusun rencana dan program kerja sebagai pedoman
 - b. Mengolah, merumuskan dan mengevaluasi program yang terkait dengan kesejahteraan rakyat;

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.

- c. Memfasilitasi kegiatan perkoperasian, dunia usaha, perdagangan dan perbankan;
- d. Mendorong dan memberdayakan kelompok –kelompok tani, dan peternak.
- e. Melayani dan memberdayakan organisasi keagamaan, pkk dan organisasi social kemasyarakatan lainnya;
- f. Mendorong dan memberdayakan organisasi profesi;
- g. Menyelenggarakan kegiatan pelayanan dan kesejahteraan pada sekretaris kecamatan;
- h. Menilai hasil kerja bawahan dengan cara mengevaluasi hasil pelaksanaan tugas;
- i. Menilai prestasi kerja bawahan untuk pembinaan karir;
- j. Membuat laporan sebagai bahan pertanggung jawaban pelaksanaan tugas;
- k. Melaksanakan tugas kedinasan lainnya yang diberikan atasan;

4.7.6 Tugas dan Fungsi Seksi Pemerintahan

1. Seksi tata pemerintahan yang mempunyai tugas membantu camat dalam membina, mengkoordinasikan dan melaksanakan tugas di bidang pemerintahan;
2. Rincian tugas seksi tata pemerintahan sebagai berikut :
 - a. Menyusun program dan kegiatan seksi tata pemerintahan;
 - b. Menyelenggarakan penilaian lomba kelurahan tingkat kecamatan;

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.

- c. Menyelenggarakan fasilitasi kerjasama antar kelurahan dan penyelesaian perselisihan antar kelurahan;
- d. Melaksanakan kegiatan administrasi kependudukan dan catatan sipil, inventarisasi aset daerah atau kekayaan daerah lainnya yang ada di wilayahnya;
- e. Menilai prestasi kerja bawahan untuk pembinaan karier;
- f. Merencanakan dan menyusun serta menyelenggarakan program-program kegiatan pengembangan pemberdayaan masyarakat lintas kelurahan dalam wilayah kecamatan;
- g. Mempersipakan bahan dan data untuk penyelenggaraan pemilihan umum;
- h. Mempersiapkan bahan dan data untuk pembinaan ideology negara, kesatuan bangsa dan peningkatan partisipasi politik masyarakat lintas kelurahan;
- i. Melaksanakan pembinaan keagrarian dalam rangka tertib pertanahan;
- j. Melakukan inventarisasi terhadap permasalahan-permasalahan dan memberikan solusi pemecahan;
- k. Memberikan saran dan pertimbangan kepada camat;
- l. Membuat laporan sebagai bahan pertanggungjawaban pelaksanaan tugas;
- m. Melaksanakan tugas kedinasan lain yang diberikan oleh camat.

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.

4.7.7 Tugas dan Fungsi Kasubag Umum dan Kepegawaian

1. Sub bagian umum dan kepegawaian mempunyai tugas merencanakan operasionalisasi, memberi tugas, memberi petunjuk, menyelia, mengatur, mengevaluasi dan melaporkan kegiatan administrasi umum dan kepegawaian
2. Rincian tugas dimaksud pada ayat (1) sebagai berikut :
 - a. Membuat rencana operasionalisasi program kerja sub bagian umum dan kepegawaian;
 - b. Mengendalikan surat masuk dan surat keluar, arsip, kegiatan pengetikan, administrasi barang dan perlengkapan dinas, pelaksanaan administrasi penggunaan dan pemakaian kendaraan dan rumah tangga serta penggunaan kantor;
 - c. Melaksanakan pengaturan urusan rumah tangga dan keamanan lingkungan dinas serta rumah dinas kantor;
 - d. Melaksanakan tugas humas dan keprotokoleran dinas, mengumpulkan, mengelola, dan menyimpan data kepegawaian dinas;
 - e. Mempersiapkan rencana kebutuhan pegawai dinas dan bahan usulan kenaikan pangkat, gaji berkala pegawai., penyiapan bahan dan data pegawai yang akan mengikuti pendidikan pelatihan kepegawaian;
 - f. Mempersiapkan bahan pemberhentian, teguran pelanggaran disiplin, pensiun dan surat cuti pegawai dinas;

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.

- g. Melaksanakan pengelolaan perpustakaan dinas;
- h. Melaksanakan pengurusan, pengadaan, penyimpanan, pendistribusian, inventarisasian perlengkapan dinas;
- i. Melaksanakan pemeliharaan dan perawatan gedung kantor, perlengkapan dan kendaraan dinas;
- j. Menyelenggarakan administrasi kepegawaian meliputi penempatan, kenaikan pangkat, gaji berkala;
- k. Mempersiapkan bahan dan rencana kesejahteraan pegawai serta mengatur kehadiran pegawai;
- l. Membuat laporan kepegawaian dan daftar urutan kepegawaian (duk) dan bahan pembuatan dp-3 setiap pegawai;
- m. Mengevaluasi hasil program kerja;
- n. Menyusun laporan hasil kegiatan;
- o. Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh pimpinan.

4.7.8 Tugas dan Fungsi Kasubag Keuangan

1. Sub bagian keuangan mempunyai tugas merencanakan operasionalisasi, memberi petunjuk, memberi tugas, menyelia, mengatur, mengevaluasi dan melaporkan urusan keuangan, kegiatan kebendaharawan dalam rangka pelaksanaan anggaran pendapatan dan belanja daerah (apbd);
2. Rincian tugas dimaksud pada ayat (1) sebagai berikut :
 - a. Membuat rencana operasionalisasi program kerja sub bagian keuangan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

- b. Membuat daftar usulan kegiatan;
- c. Membuat daftar gaji dan melaksanakan penggajian;
- d. Menyiapkan proses administrasi terkait dengan penatausahaan keuangan daerah sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
- e. Menyiapkan pembukuan setiap transaksi keuangan pada buku kas umum;
- f. Melaksanakan perbendaharaan keuangan dinas;
- g. Melaksanakan pengendalian pelaksanaan tugas pembantu pemegang kas;
- h. Mengajukan spp untuk pengisian kas, spp beban tetap dan spp gaji atas persetujuan pengguna anggaran (kepala satuan kerja perangkat daerah/lembaga teknis daerah yang ditetapkan sebagai pengguna anggaran dengan keputusan bupati;
- i. Memeriksa pembayaran gaji skpp pegawai yang mutasi;
- j. Mendistribusikan uang kerja kegiatan kepada pemegang kas kegiatan sesuai dengan jadwal kegiatan atas persetujuan pengguna anggaran;
- k. Melaksanakan kegiatan meneliti, mengoreksi dan menandatangani surat pertanggungjawaban (spj) atas penerimaan dan pengeluaran kas beserta lampirannya dan laporan bulanan;
- l. Mengevaluasi hasil program kerja;
- m. Membuat laporan hasil kegiatan;

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. Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh pimpinan.

4.7.9 Tugas dan Fungsi Kasubag Program

1. Sub bagian penyusunan program mempunyai tugas merencanakan operasionalisasi kerja, memberi tugas, memberi petunjuk, menyelia, mengatur, mengevaluasi dan melaporkan tugas dibidang penyusunan program, perencanaan dan pelaporan.
2. Rincian tugas dimaksud pada ayat (1) sebagai berikut :
 - a. Menyusun rencana operasionalisasi kegiatan kerja sub bagian penyusunan program;
 - b. Mendistribusikan tugas dan memberi petunjuk kepada staff;
 - c. Memberi petunjuk operasional kegiatan kepada staffnya;
 - d. Menyusun rencana perjalanan dinas;
 - e. Mengendalikan rencana tahunan;
 - f. Merencanakan kebutuhan sarana dan prasarana dinas meliputi pemeliharaan gedung, pemeliharaan peralatan;
 - g. Menyiapkan bahan laporan bulanan, triwulan dan tahunan;
 - h. Melaksanakan penyimpanan berkas kerja, data dan bahan menurut ketentuan yang berlaku;
 - i. Mengumpulkan dan mengolah data laporan hasil kegiatan dinas;
 - j. Melaksanakan pengumpulan, pengolahan, penganalisaan dan penyajian data statistik serta informasi;
 - k. Melaksanakan penyusunan bahan rencana strategis (renstra);
 - l. Melaksanakan monitoring dan evaluasi kegiatan dinas;

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.

- m. Melaksanakan penyusunan bahan laporan akuntabilitas kinerja instansi pemerintah (lakip);
- n. Melaksanakan penyiapan bahan dan penyusunan rask / dask;
- o. Melaksanakan inventarisasi permasalahan penyelenggaraan program dan kegiatan;
- p. Mengevaluasi hasil program kerja;
- q. Membuat laporan hasil kegiatan;
- r. Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh pimpinan.

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

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan judul ”Pengaruh *Customer Experience*, *Trust* dan *Service Quality* terhadap Kepuasan Pelanggan pada Endang *Laundry* di Kecamatan Tualang Kabupaten Siak” maka dapat disimpulkan:

1. *Customer Experience* secara parsial berpengaruh signifikan dan positif terhadap Kepuasan Pelanggan pada Endang *Laundry* di Kecamatan Tualang Kabupaten Siak, terbukti dari hasil olah data t hitung (3.838 dengan nilai sig 0,000 < 0,05)
2. *Trust* secara parsial berpengaruh signifikan dan positif terhadap Kepuasan Pelanggan pada Endang *Laundry* di Kecamatan Tualang Kabupaten Siak, terbukti dari hasil olah data t hitung (2.340 dengan nilai sig 0,021 < 0,05)
3. *Service Quality* secara parsial berpengaruh signifikan dan positif terhadap Kepuasan Pelanggan pada Endang *Laundry* di Kecamatan Tualang Kabupaten Siak, terbukti dari hasil olah data t hitung (3.422 dengan nilai sig 0,001 < 0,05)
4. Berdasarkan perhitungan Koefisien Determinasi (R^2) nilai R^2 square sebesar 0,660 atau 60,6% Hal ini menunjukkan bahwa kontribusi variabel *Customer Experience*, *Trust* dan *Service Quality* terhadap Kepuasan Pelanggan penggunaan sebesar 60,6%, sedangkan 39,4% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis menyadari bahwa masih terdapat keterbatasan dalam penelitian ini. Namun, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat bagi pihak terkait.

Berikut beberapa saran yang dapat diimplementasikan ke depan:

1. **Peningkatan *Customer Experience***

Dari variabel *Customer Experience*, menunjukkan bahwa pengalaman yang dirasakan oleh konsumen sudah baik, Hasil penelitian menunjukkan bahwa *customer experience* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Endang Laundry. Oleh karena itu, perusahaan dapat lebih meningkatkan pengalaman pelanggan dengan memberikan layanan yang lebih personal, melayani dengan lebih ramah, senyum dan responsif. Selain itu, Dengan meningkatnya pengalaman pelanggan, diharapkan tingkat kepuasan mereka juga semakin tinggi.

2. **Penguatan Kepercayaan (*Trust*) Pelanggan**

Dari variabel *Trust* menunjukkan bahwa kepercayaan konsumen kepada Endang laundry juga sudah baik, namun agar lebih baik jika staff diedukasi untuk merespon dengan cara yang menunjukkan bahwa mereka peduli terhadap kepercayaan pelanggan. Kemudian pada indikator yang memiliki nilai paling rendah yaitu integritas Endang Laundry dapat mengevaluasinya. Adapun bentuk evaluasi yang dapat dilakukan oleh Endang Laundry salah satunya adalah menampilkan daftar harga yang jelas dan mudah di baca dilokasi.

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. Peningkatan Kualitas Layanan (*Service Quality*)

Kualitas layanan yang baik, terutama dalam aspek keamanan dan kehandalan, merupakan faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Untuk meningkatkan kualitas layanan, Endang *Laundry* perlu memastikan bahwa setiap pakaian yang dicuci dikembalikan dalam kondisi baik tanpa kerusakan atau kehilangan. Selain itu, perusahaan dapat menerapkan standar operasional prosedur (SOP) yang lebih ketat dalam menangani pakaian pelanggan serta memberikan garansi layanan jika terjadi kesalahan dalam proses pencucian. Hal ini pada akhirnya dapat meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan.

4. Peningkatan kepuasan pelanggan

Kepuasan pelanggan memiliki peran penting sebuah bisnis. Oleh karena itu, Endang *Laundry* perlu memastikan transparansi dalam pelayanan, misalnya dengan memberikan nama dengan steples di setiap baju pelanggan agar tidak tertukar dengan konsumen lainnya. Dengan meningkatnya kepuasan pelanggan, diharapkan tingkat loyalitas mereka juga semakin tinggi.

5. Saran untuk Penelitian Selanjutnya

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, seperti harga, lokasi, atau efektivitas promosi. Selain itu, metode analisis yang lebih mendalam, seperti *structural equation modeling* (SEM), dapat digunakan untuk menguji hubungan antar variabel dengan lebih kompleks.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Quran dan Terjemahan

Afrianti, R. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Citra Laundry Kota Pariaman. *Menara Ilmu: Jurnal Penelitian dan Kajian Ilmiah*, 11(78).

Andhini, A., & Khuzaini, K. (2017). Pengaruh transaksi online shopping, dan kepercayaan konsumen terhadap kepuasan konsumen pada e-commerce. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(7).

Antara, H., Siswanto, S., & Damarsiwi, E. P. M. (2020). the Effect of Customer Experience and Brand Trust on Customer Loyalty on Allbaik Chicken. *BIMA Journal (Business, Management, & Accounting Journal)*, 1(2), 115–125.

Azhari, M. I., Fanani, D., & Mawardi, M. K. (2015). Pengaruh Customer Experience terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pelanggan KFC Kawi Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 28(1), 143–148.

BAŞ, Y. N. (2022). A Study on The Effects of Experiential Value, Altruism and Self-Efficacy on Customer Engagement Behavior. *Ekonomi İşletme ve Maliye Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 103–125. <https://doi.org/10.38009/ekimad.1115320>

Budianto, A. (2019). Customer loyalty: quality of service. *Journal of management review*, 3(1), 299–305.

Eka Wardhana, R. (2016). Pengaruh Customer Experience Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Mie Rampok Tahanan Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 4(3), 1–9.

Faradila, R. S. N., & Soesanto, H. (2016). Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Manfaat terhadap Minat Beli dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Studi Manajemen Organisasi*, 13(2), 149.

Febriani, R. R., & Sudaryanto, B. (2018). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Layanan Terhadap Kepercayaan dan Keputusan Pembelian Pada Toko Online (Studi pada Konsumen OLX.co.id di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 7(2), 1–11.

Fitri, D. Y., Nisa, P. C., Unggul, U. E., & Barat, J. (2022). *Pengaruh Trust , Word of Mouth Dan Repurchase Intention terhadap Kepuasan Pelanggan Generasi Millennial Produk Minuman Street Boba*. 6(2), 1–9.

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.
- Fitria, D. N. T., Yohana, C., & Saidani, B. (2021). Pengaruh Pengalaman Pelanggan Terhadap Niat Membeli Kembali Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 2(2), 592–610.
- Garg, R., Rahman, Z., & Qureshi, M. N. (2014). Measuring customer experience in banks: scale development and validation. *Journal of Modelling in Management*, 9(1), 87–117.
- Gemilang, B., & Sutedjo, B. (2023). Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Nilai Pelanggan dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Pengguna Laptop ASUS Republic of Gamers). *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 400–407.
- GUSTIANTO, B., Putri, L. T., & Salis, M. (2022). Effect of Trust, Quality of Service and Product Quality on Consumer Loyalty in Cv. Naisha Madu Nusantara. *Jurnal Riset Manajemen Indonesia*, 4(1), 54–64. <https://doi.org/10.55768/jrmi.v4i1.92>
- Hasan, A. (2018). *Marketing dan kasus-kasus pilihan*.
- Ismail, T., & Yusuf, R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Kantor Indihome Gegerkalong di Kota Bandung. *JIMEA / Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 5(3), 413–423.
- Izogo, E. E., Jayawardhena, C., & Kalu, A. O. U. (2018). Examining customers' experience with the Nigerian Bank Verification Number (BVN) policy from the perspective of a dual-lens theory. *International Journal of Emerging Markets*, 13(4), 709–730.
- Krisnanto, A., & Yulianthini, N. N. (2021). Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Gojek di Kota Singaraja. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 74–80.
- Kusuma, G. W., Susila, G. P. A. J., Sumadi, K. E., & Yudiaatmaja, F. (2023). The Influence of Store Atmosphere, Product Quality, and Service Quality on Customer Satisfaction (Study on Customers Rumah Kopi Nusantara). *Bisma: Jurnal Manajemen*, 9(1), 16–21. <https://doi.org/10.23887/bjm.v9i1.58873>
- Lahagu, R., Sulistyandari, & Binangkit, I. D. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, 2(1), 104–116.
- Latifah, N., Widayani, A., & Normawati, R. A. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness dan Trust terhadap Kepuasan Konsumen pada E- Commerce Shopee. *Bisma: Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 14(1), 82–91

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.
- Mahendra, K. P. (2019). Pengaruh kepercayaan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan CV Mitra Perkasa Utomo. *Agora*, 7(1).
- Mamonto, Tumbuan, & Rogi. (2021). Analisis Faktor-Faktor Bauran Pemasaran (4P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Podomoro Poigar Di Era Normal Baru. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(2), 110–121.
- Mantala, R., & Firdaus, M. R. (2016). Pengaruh customer experience terhadap customer satisfaction pada pengguna smartphone android (studi pada mahasiswa politeknik negeri banjarmasin). *Jurnal Wawasan Manajemen*, 4(2), 153–164.
- Mutiara, S., Hamid, R. S., & Suardi, A. (2021). Pengaruh kualitas layanan persepsi harga dan cita rasa terhadap kepuasan konsumen. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 4(1), 411–427.
- Nur, I., Aini, K., Marlien, R. A., & Riva, A. R. (2022). Jurnal Mirai Management Pengaruh Citra Merek, Pengalaman Konsumen, dan Word of Mouth Terhadap Niat Beli Ulang (Studi Pada Konsumen KFC di Kota Semarang). *Jurnal Mirai Management*, 7(2), 263–276. <https://doi.org/10.37531/mirai.v7i2.2107>
- Putri, N. D., Novitasari, D., Yuwono, T., & Asbari, M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. *JOCE IP*, 15(1), 30–47.
- Restiani, I., & Ardiansyah, I. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek Lembaga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Mahasiswa) di Perguruan Tinggi Bandung. *KarismaPro*, 14(1), 43–54. <https://doi.org/10.53675/karismapro.v14i1.1072>
- Septian, B. P., & Handaruwati, I. (2021). Pengaruh Customer Experience terhadap Kepuasan Konsumen Produk Kuliner Lokal Soto Mbok Geger Pedan Klaten. *Jurnal Bisnisan : Riset Bisnis dan Manajemen*, 3(2), 16–33. <https://doi.org/10.52005/bisnisan.v3i2.45>
- Septian, D. (2020). *Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kepri Mall*. Prodi Manajemen.
- Setiobudi, A., Sudyasjayanti, C., & Danarkusuma, A. A. (2021). Pengaruh Pengalaman Pelanggan, Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kesiapan Untuk Membayar. *JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Informatika)*, 17(3), 238–252. <https://doi.org/10.26487/jbmi.v17i3.12442>

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.

- Solihin, D. (2020). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal MANDIRI: Ilmu Pengetahuan, Seni, dan Teknologi*, 4(1 SE-Articles). <https://doi.org/10.33753/mandiri.v4i1.99>
- Sugiyono, P. D. (2018). Quantitative, qualitative, and R&D research methods. *Bandung:(ALFABETA, Ed.)*.
- Sumarwan, U., & Tjiptonon, F. (2019). *Strategi pemasaran dalam perspektif perilaku konsumen*.
- Susiloadi, P., & Nirmala, V. S. I. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Customer Experience Terhadap Kepuasan Pelanggan Kereta Rel Listrik (KRL) Jogja-Solo. *Spirit Publik: Jurnal Administrasi Publik*, 17(2), 204. <https://doi.org/10.20961/sp.v17i2.66883>
- Tjiptono, F., Albert, & Elfitasari, T. (2018). Consumer ethics among youths in Indonesia: do gender and religiosity matter? *Asian Journal of Business Ethics*, 7(2), 137–149. <https://doi.org/10.1007/s13520-017-0081-y>
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2017). Manajemen Pemasaran dan Analisa Perilaku Konsumen. *Yogyakarta: BPFE*.
- Utarsih, H., Suryana, Y., Sucherly, S., & Sari, D. (2020). Pengaruh Pemasaran Eksperiental dan Pemasaran Kerelasian Pelanggan terhadap Nilai dan Kepercayaan Pelanggan UMKM di Lingkungan Pariwisata Jawa Barat. *Altasia Jurnal Pariwisata Indonesia*, 2(2).
- Venessya, J., & Sugiyanto, S. (2023). Pengaruh Customer Experience dan Customer Value terhadap Repurchase Intention melalui Customer Satisfaction pada Spotify Premium. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 11(2). <https://doi.org/10.37641/jimkes.v11i2.1998>
- Wardhana, R. E. (2016). Pengaruh customer experience terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening (Studi pada konsumen Mie Rampok Tahanan Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 4(3), 1–9.
- Zare, M., & Mahmoudi, R. (2020). The effects of the online customer experience on customer loyalty in e-retailers. *International Journal of Advanced Engineering, Management and Science*, 6(5), 208–214.

LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE, TRUST DAN SERVICE QUALITY TERHADAP KEPUASAAN PELANGGAN PADA ENDANG LAUNDRY DI KECAMATAN TUALANG KABUPATEN SIAK.

KUESIONER

Assalamualaikum wr.wb.

Perkenalkan Saya Muthia Ramadhani Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Universitas Uin Sultan Syarif Kasim Riau. Saat ini sedang melakukan penelitian sebagai Tugas Akhir Skripsi. Saya mohon kesediaan saudara/i untuk meluangkan waktu sejenak membaca dan mengisi kuesioner ini.

Dalam pengisian kuesioner ini tidak ada jawaban benar atau salah dan hanya di gunakan untuk kepentingan penelitian saja. Seluruh identitas dan respon jawaban yang saudara/i berikan akan di jaga kerahasiannya oleh peneliti sesuai dengan etika dalam sebuah penelitian. Atas kesediannya saya ucapkan Terimakasih.

A. Identitas Responden

Petunjuk : Isilah dan berilah tanda centang pada jawaban yang sesuai dengan diri anda.

Nama :

Lokasi :

- Tualang
- Tualang timur
- Pinang sebatang
- Pinang sebatang timur
- Pinang sebatang barat
- Maredan
- Maredan barat
- Perawang barat
- Kelurahan perawang

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.

Usia :

- a. 18 – 23
- b. 24 – 30
- c. 31 – 35
- d. > 35

Jenis Kelamin :

- a. Laki-laki
- b. Perempuan

Apakah anda menggunakan jasa Endang Laundry lebih dari 2x ?

- b. Iya
- c. tidak

B. Pengisian Kuesioner

Mohon kesediaan Anda untuk memberikan tanda centang sesuai dengan pilihan Anda masing-masing. Terima Kasih.

Keterangan :

STS : Sangat Tidak Setuju (1)

TS : Tidak Setuju (2)

S : Setuju (3)

SS : Sangat Setuju (4)

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 Pelanggan

No	Pernyataan	(1)	(2)	(3)	(4)
		STS	TS	S	SS
Kesesuaian Harapan					
1.	Saya merasa aman dan nyaman ketika menggunakan layanan jasa pada <i>Endang Laundry</i> .				
2.	Saya merasa puas dengan hasil setrika yang rapi <i>Endang Laundry</i> .				
3.	Cucian tidak hilang dan tidak tertukar dengan pelanggan lainnya.				
Berkunjung Kembali					
4.	Saya merasa Puas menggunakan jasa <i>Endang Laundry</i> dan tidak tertarik untuk menggunakan jasa laundry lain.				
Rekomendasi					
5.	Saya Merekomendasikan endang Laundry kepada teman atau kerabat terdekat saya.				

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.

Customer Experience (Pengalaman Pelanggan)

No	Pernyataan	(1)	(2)	(3)	(4)
		STS	TS	S	SS
Sense					
1.	Saya merasa hasil pakaian pada <i>Endang laundry</i> bersih,wangi dan rapih.				
Feel					
2.	<i>Endang Laundry</i> memberikan pelayanan yang ramah dan baik kepada setiap pelanggan.				
Think					
3.	Saya bersedia memberikan penilaian terhadap jasa <i>Endang laundry</i> .				
Act					
4.	<i>Endang laundry</i> memberikan informasi yang jelas terkait jasa yang akan di berikan.				
Relate					
5.	<i>Endang laundry</i> memberi kesan menyenangkan karena sudah mengenal karyawan serta <i>ownermya</i> dengan baik.				

Trust (Kepercayaan)

No	Pernyataan	(1)	(2)	(3)	(4)
		STS	TS	S	SS
Benevolence					
1.	Saya merasa endang laundry benar benar peduli dengan kebersihan, kerapian dan wangi pada pakaian.				
Ability					
2.	Saya percaya Endang Laundry aman dalam bertransaksi.				
Integrity					
3.	Saya percaya bahwa Endang laundry selalu berusaha memberikan yang terbaik dalam setiap layanan.				
4.	Saya percaya Endang Laundry jujur dalam proses pengerjaan pakaian.				
Willing to depend					
5.	Ketika saya sudah memutuskan memilih jasa Endang laundry saya bersedia menerima konsekuensi negatif yang mungkin dapat terjadi				

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.

Service Quality (Kualitas Pelayanan)

No	Pernyataan	(1)	(2)	(3)	(4)
		STS	TS	S	SS
Realibility					
1.	Endang laundry memberikan pelayanan tepat serta menyediakan jasa delivery.				
Responsives					
2.	Karyawan Endang Laundry memberi tanggapan yang baik pada saat pelanggan menyampaikan keluhan dan saran.				
Assurance					
3.	Endang laundry bertanggung jawab jika ada kerusakan barang pada saat proses pelayanan.				
Emphaty					
4.	Endang laundry memberikan apa yang pelanggan butuhkan seperti pakaian sampai ke pelanggan sudah dalam keadaan bersih dan tidak ada kurang satupun.				
Tangibles					
5.	Endang laundry memastikan mengantar pakaian sudah dalam keadaan bersih.				

Lampiran 2 : Tabulasi Data

KEPUASAN PELANGGAN						CUSTOMER EXPERIENCE (X1)						TRUST (X2)						SERVICE QUALITY (X3)					
Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y TOTAL	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X TOTAL	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X TOTAL	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X TOTAL
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	3	3	3	4	17	3	3	4	4	4	18
4	4	3	4	4	19	3	3	3	4	4	17	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
3	3	4	4	4	18	3	3	3	4	4	17	4	4	3	4	4	19	3	3	4	4	4	18
4	3	4	4	4	19	4	4	3	4	4	19	3	4	4	4	3	18	4	4	4	4	4	20
4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	3	19	3	4	3	3	3	16	3	3	4	4	4	18
3	4	3	4	4	18	3	3	4	4	3	17	4	4	3	3	3	17	4	4	4	4	4	20
4	4	4	3	4	19	3	4	4	4	4	19	3	3	3	4	4	17	4	3	4	3	3	17
4	4	4	4	4	20	3	4	3	4	3	17	4	4	4	3	4	19	3	3	4	4	4	18
4	4	4	4	3	19	3	3	4	4	4	18	4	4	4	3	4	19	3	4	4	4	4	19
4	4	4	4	4	20	3	3	4	4	4	18	4	4	4	4	3	19	4	4	3	3	4	18
4	4	4	4	4	20	3	3	4	4	4	18	3	3	3	4	4	17	4	4	3	4	4	19
4	4	4	3	4	19	4	4	4	3	3	18	3	4	4	4	4	19	4	4	4	3	3	18
4	3	3	4	3	17	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20	3	3	4	4	4	18	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20	4	4	3	3	4	18	3	4	4	4	4	19	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	3	19	3	4	4	3	4	18	4	3	4	4	4	19	4	3	4	4	4	19
4	4	4	4	4	20	4	3	4	3	4	18	4	4	4	4	4	20	4	4	3	4	4	19
4	4	4	4	3	19	3	4	4	4	4	19	4	4	3	4	4	19	4	3	4	4	4	19
3	3	3	4	4	17	4	4	4	3	3	18	4	4	3	3	3	17	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20	3	3	4	4	4	18	3	4	4	4	3	18	4	4	4	3	4	19
3	3	3	4	3	16	3	4	4	4	3	18	4	4	3	3	4	18	3	4	4	3	4	18

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

3	4	3	4	4	18	4	4	3	3	4	18	4	4	3	4	3	18	4	4	4	3	4	19
4	4	4	4	4	20	3	3	4	4	4	18	3	3	4	4	3	17	3	4	4	4	4	19
4	4	4	4	4	20	3	3	4	3	3	16	3	4	3	4	4	18	4	4	4	4	4	20
4	4	4	3	3	18	4	4	3	4	4	19	4	4	3	4	4	19	3	4	4	3	4	18
3	3	4	4	3	17	4	4	3	4	3	18	3	3	4	4	3	17	3	3	4	4	3	17
3	3	3	4	4	17	4	4	3	4	4	19	4	4	4	3	3	18	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	3	3	4	3	4	17	4	3	4	4	4	19
4	4	4	4	3	19	4	4	3	4	4	19	4	4	4	3	4	19	4	4	3	3	4	18
4	4	4	4	3	19	4	4	3	4	3	18	4	4	4	4	4	20	3	4	4	3	4	18
4	4	4	4	4	20	4	4	3	4	4	19	3	3	4	4	4	18	4	4	4	4	4	20
3	3	3	4	4	17	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	3	4	4	4	4	19
3	3	3	4	4	17	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	3	3	4	3	4	17
3	3	3	4	4	17	4	4	4	4	4	20	3	3	4	4	4	18	4	4	3	3	4	18
3	3	3	4	4	17	3	3	4	4	4	18	3	4	4	3	3	17	3	3	4	4	4	18
4	4	4	3	4	19	4	3	4	3	4	18	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	3	18
4	4	4	4	4	20	4	3	3	4	3	17	4	4	4	4	4	20	4	3	4	3	4	18
3	4	3	3	3	16	3	3	4	3	3	16	3	3	3	3	3	15	3	4	3	4	3	17
3	4	3	4	3	17	3	3	3	3	3	15	3	4	4	3	3	17	3	3	4	4	3	17
3	4	3	4	4	18	3	4	3	3	4	17	3	3	4	3	3	16	3	4	3	4	3	17
3	4	3	4	4	18	4	4	4	4	4	20	4	3	4	4	3	18	4	4	4	4	4	20
4	4	3	3	4	18	4	4	4	4	4	20	4	3	3	3	3	16	4	3	4	4	4	19
4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20

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, penerjemahan atau keperluan lain yang sah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun.

©

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, penerjemahan atau perbaikan terjemahan, atau untuk keperluan hukum yang sah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun.

4	3	4	4	3	18	4	4	3	4	4	19	4	4	4	3	3	18	3	3	3	3	4	16
3	4	4	4	4	19	4	3	4	4	4	19	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	3	19	3	4	3	4	4	18	4	4	4	4	3	19	4	4	3	4	4	19
4	4	4	4	4	20	3	4	4	4	4	19	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	3	19
4	4	3	4	3	18	4	3	4	3	4	18	4	3	4	3	3	17	4	3	4	3	4	18
4	4	4	4	4	20	3	3	4	4	4	18	4	3	4	4	4	19	4	4	4	4	4	20
4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	3	19
3	3	3	4	4	17	3	3	3	4	4	17	3	4	4	4	3	18	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	3	3	3	3	3	15	3	3	4	4	4	18
3	4	4	4	3	18	4	3	4	4	4	19	3	4	4	4	4	19	4	4	4	3	4	19
4	4	4	3	4	19	3	4	4	4	3	18	3	4	4	4	3	18	4	4	4	4	4	20
3	3	4	3	3	16	3	4	4	3	3	17	4	3	3	3	3	16	4	3	4	3	3	17
4	4	4	4	3	19	4	3	4	4	4	19	4	4	3	4	4	19	3	4	4	3	4	18
3	4	3	4	3	17	4	3	3	4	3	17	3	4	3	3	3	16	3	3	4	4	4	18
3	3	4	4	4	18	4	4	3	3	4	18	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
4	4	3	3	4	18	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20	4	3	3	4	4	18	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
4	4	4	3	4	19	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
4	3	3	4	4	18	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20	4	3	3	4	4	18	3	4	4	4	3	18	3	4	3	3	4	17
4	4	4	3	3	18	3	3	4	4	4	18	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	20
3	3	4	4	4	18	3	4	3	4	4	18	4	4	4	4	4	20	4	4	3	4	4	19
4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	4	20	4	3	3	4	4	18	3	3	3	4	4	17

©

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, penerjemahan atau keperluan resmi yang lain.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun.

3	3	4	4	3	17	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	4	20	3	3	4	4	4	18
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
3	3	4	3	4	17	3	3	4	3	4	17	3	3	4	4	4	18	4	3	3	4	3	17
2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	2	10	1	2	1	2	2	8	3	1	2	1	2	9
3	3	2	3	3	14	3	2	3	2	4	14	3	3	3	3	3	15	3	3	3	2	3	14
1	1	1	2	2	7	2	2	2	3	1	10	1	1	1	1	2	6	1	2	1	1	1	6
3	3	3	4	4	17	4	3	4	3	4	18	4	4	4	4	4	20	3	4	3	3	4	17
4	4	3	3	4	18	4	3	4	4	4	19	3	4	3	3	4	17	4	4	3	3	4	18
3	4	3	3	4	17	4	3	4	4	3	18	4	3	3	4	4	18	3	4	3	3	3	16
3	4	3	4	3	17	3	3	4	3	4	17	3	4	4	3	3	17	3	3	4	3	4	17
3	4	3	4	3	17	4	3	4	3	4	18	4	3	3	3	4	17	4	4	4	3	3	18
3	3	4	3	3	16	3	3	4	4	4	18	3	3	4	4	3	17	4	4	4	3	3	18
3	4	3	4	3	17	3	4	3	3	4	17	4	4	3	3	3	17	3	4	3	2	3	15
2	1	3	2	3	11	2	1	3	1	2	9	1	2	1	4	4	12	4	3	3	4	4	18
4	4	3	4	3	18	4	3	3	4	4	18	3	4	4	4	4	19	3	3	4	4	4	18
4	4	4	4	4	20	3	3	4	3	3	16	3	4	3	3	3	16	4	4	3	4	4	19
3	4	4	4	3	18	4	4	3	4	4	19	3	4	3	3	4	17	4	4	3	4	3	18
4	4	3	4	4	19	3	4	4	4	3	18	3	3	3	4	4	17	3	4	4	3	4	18
4	4	4	4	4	20	3	3	3	4	4	17	4	4	4	4	3	19	3	3	4	4	4	18
3	4	4	4	4	19	3	3	4	4	4	18	3	4	4	3	3	17	4	4	4	3	3	18
3	4	4	4	4	19	3	3	4	4	4	18	4	4	3	4	4	19	3	4	4	3	4	18
3	4	4	4	4	19	3	4	3	3	4	17	3	4	3	3	3	16	4	3	3	2	3	15
3	3	3	4	4	17	4	4	3	3	4	18	4	3	4	4	4	19	4	4	3	3	3	17
3	4	3	3	4	17	3	3	4	3	3	16	3	4	3	4	4	18	4	3	3	4	4	18
3	4	2	3	4	16	2	3	3	4	4	16	3	4	3	4	4	18	4	3	3	4	3	17

Lampiran 3 : Uji Validitas

Uji Validitas X1

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.TOTAL
X1.1	Pearson Correlation	1	.531**	.149	.326**	.384**	.720**
	Sig. (2-tailed)		.000	.146	.001	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96
X1.2	Pearson Correlation	.531**	1	.114	.437**	.345**	.741**
	Sig. (2-tailed)	.000		.268	.000	.001	.000
	N	96	96	96	96	96	96
X1.3	Pearson Correlation	.149	.114	1	.194	.238*	.486**
	Sig. (2-tailed)	.146	.268		.059	.019	.000
	N	96	96	96	96	96	96
X1.4	Pearson Correlation	.326**	.437**	.194	1	.395**	.704**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.059		.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96
X1.5	Pearson Correlation	.384**	.345**	.238*	.395**	1	.698**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.019	.000		.000
	N	96	96	96	96	96	96
X1.TOTAL	Pearson Correlation	.720**	.741**	.486**	.704**	.698**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96	96

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

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

Uji Validitas X2

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	1	.552**	.559**	.397**	.362**	.796**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96
X2.2	Pearson Correlation	.552**	1	.546**	.381**	.238*	.740**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.020	.000
	N	96	96	96	96	96	96

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

X2.3	Pearson Correlation	.559**	.546**	1	.507**	.222*	.787**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.030	.000
	N	96	96	96	96	96	96
X2.4	Pearson Correlation	.397**	.381**	.507**	1	.526**	.748**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96
X2.5	Pearson Correlation	.362**	.238*	.222*	.526**	1	.611**
	Sig. (2-tailed)	.000	.020	.030	.000		.000
	N	96	96	96	96	96	96
X2.TOTAL	Pearson Correlation	.796**	.740**	.787**	.748**	.611**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96	96

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

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

Uji Validitas X3

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.TOTAL
X3.1	Pearson Correlation	1	.439**	.306**	.367**	.298**	.662**
	Sig. (2-tailed)		.000	.002	.000	.003	.000
	N	96	96	96	96	96	96
X3.2	Pearson Correlation	.439**	1	.308**	.312**	.368**	.667**
	Sig. (2-tailed)	.000		.002	.002	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96
X3.3	Pearson Correlation	.306**	.308**	1	.499**	.535**	.730**
	Sig. (2-tailed)	.002	.002		.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96
X3.4	Pearson Correlation	.367**	.312**	.499**	1	.565**	.782**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.000		.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96
X3.5	Pearson Correlation	.298**	.368**	.535**	.565**	1	.762**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.000	.000		.000
	N	96	96	96	96	96	96
X3.TOTAL	Pearson Correlation	.662**	.667**	.730**	.782**	.762**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96	96

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

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.

Uji Validitas Y

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.TOTAL
Y.1	Pearson Correlation	1	.681**	.599**	.337**	.375**	.835**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.001	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96
Y.2	Pearson Correlation	.681**	1	.456**	.393**	.358**	.804**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96
Y.3	Pearson Correlation	.599**	.456**	1	.347**	.288**	.753**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.001	.004	.000
	N	96	96	96	96	96	96
Y.4	Pearson Correlation	.337**	.393**	.347**	1	.292**	.630**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.001		.004	.000
	N	96	96	96	96	96	96
Y.5	Pearson Correlation	.375**	.358**	.288**	.292**	1	.615**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.004	.004		.000
	N	96	96	96	96	96	96
Y.TOTAL	Pearson Correlation	.835**	.804**	.753**	.630**	.615**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96	96

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Sta Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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

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

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

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

Lampiran 4 : Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas X1

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.697	5

Uji Reliabilitas X2

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.791	5

Uji Reliabilitas X3

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.768	5

Uji Reliabilitas Y

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.783	5

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:

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

Lampiran 5 : Uji Asumsi Klasik

1. Uji normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.24359078
Most Extreme Differences	Absolute	.040
	Positive	.040
	Negative	-.038
Test Statistic		.040
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

2. Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance
1	(Constant)	.277	.257		1.080	.283	
	Customer Experience	.371	.097	.342	3.838	.000	.464
	Trust	.230	.098	.245	2.340	.021	.338
	Service Quality	.327	.095	.322	3.422	.001	.416

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

3. Uji Heterokedastisitas

Coefficients^a

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance
1	(Constant)	.258	.151		1.705	.092	
	Customer Experience	-.021	.057	-.057	-.375	.708	.464
	Trust	-.059	.058	-.180	-1.012	.314	.338
	Service Quality	.061	.056	.175	1.093	.277	.416

a. Dependent Variable: Abs_RES

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

4. Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.812 ^a	.660	.649	.2475	1.890

a. Predictors: (Constant), Service Quality, Customer Experience, Trust

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Lampiran 6 : Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.277	.257		1.080	.283		
Customer Experience	.371	.097	.342	3.838	.000	.464	2.155
Trust	.230	.098	.245	2.340	.021	.338	2.958
Service Quality	.327	.095	.322	3.422	.001	.416	2.404

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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

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

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

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

Lampiran 7 : Uji Hipotesis

Uji T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
1 (Constant)	.277	.257		1.080	.283		
Customer Experience	.371	.097	.342	3.838	.000	.464	2.155
Trust	.230	.098	.245	2.340	.021	.338	2.958
Service Quality	.327	.095	.322	3.422	.001	.416	2.404

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

UJI F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	10.949	3	3.650	59.567	.000 ^b
	Residual	5.637	92	.061		
	Total	16.586	95			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Service Quality, Customer Experience, Trust

Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.812 ^a	.660	.649	.2475

a. Predictors: (Constant), Service Quality, Customer Experience, Trust

b. Dependent Variable: Kepuasan 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 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

UIN SUSKA RIAU

Lampiran 8: Tabel statistik

1. Tabel r Statistik

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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

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

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

2. Dilarang 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.

84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

2. Tabel t Statistik

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

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

3. Tabel f Statistik

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

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:

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

4. Table durbin Watson (DW) $\alpha = 5\%$

n	k=1		k=2		k=3		k=4		k=5	
	dL	dU	dL	dU	dL	dU	dL	dU	dL	dU
71	1.5865	1.6435	1.5577	1.6733	1.5284	1.7041	1.4987	1.7358	1.4685	1.7685
72	1.5895	1.6457	1.5611	1.6751	1.5323	1.7054	1.5029	1.7366	1.4732	1.7688
73	1.5924	1.6479	1.5645	1.6768	1.5360	1.7067	1.5071	1.7375	1.4778	1.7691
74	1.5953	1.6500	1.5677	1.6785	1.5397	1.7079	1.5112	1.7383	1.4822	1.7694
75	1.5981	1.6521	1.5709	1.6802	1.5432	1.7092	1.5151	1.7390	1.4866	1.7698
76	1.6009	1.6541	1.5740	1.6819	1.5467	1.7104	1.5190	1.7399	1.4909	1.7701
77	1.6036	1.6561	1.5771	1.6835	1.5502	1.7117	1.5228	1.7407	1.4950	1.7704
78	1.6063	1.6581	1.5801	1.6851	1.5535	1.7129	1.5265	1.7415	1.4991	1.7708
79	1.6089	1.6601	1.5830	1.6867	1.5568	1.7141	1.5302	1.7423	1.5031	1.7712
80	1.6114	1.6620	1.5859	1.6882	1.5600	1.7153	1.5337	1.7430	1.5070	1.7716
81	1.6139	1.6639	1.5888	1.6898	1.5632	1.7164	1.5372	1.7438	1.5109	1.7720
82	1.6164	1.6657	1.5915	1.6913	1.5663	1.7176	1.5406	1.7446	1.5146	1.7724
83	1.6188	1.6675	1.5942	1.6928	1.5693	1.7187	1.5440	1.7454	1.5183	1.7728
84	1.6212	1.6693	1.5969	1.6942	1.5723	1.7199	1.5472	1.7462	1.5219	1.7732
85	1.6235	1.6711	1.5995	1.6957	1.5752	1.7210	1.5505	1.7470	1.5254	1.7736
86	1.6258	1.6728	1.6021	1.6971	1.5780	1.7221	1.5536	1.7478	1.5289	1.7740
87	1.6280	1.6745	1.6046	1.6985	1.5808	1.7232	1.5567	1.7485	1.5322	1.7745
88	1.6302	1.6762	1.6071	1.6999	1.5836	1.7243	1.5597	1.7493	1.5356	1.7749
89	1.6324	1.6778	1.6095	1.7013	1.5863	1.7254	1.5627	1.7501	1.5388	1.7754
90	1.6345	1.6794	1.6119	1.7026	1.5889	1.7264	1.5656	1.7508	1.5420	1.7758
91	1.6366	1.6810	1.6143	1.7040	1.5915	1.7275	1.5685	1.7516	1.5452	1.7763
92	1.6387	1.6826	1.6166	1.7053	1.5941	1.7285	1.5713	1.7523	1.5482	1.7767
93	1.6407	1.6841	1.6188	1.7066	1.5966	1.7295	1.5741	1.7531	1.5513	1.7772
94	1.6427	1.6857	1.6211	1.7078	1.5991	1.7306	1.5768	1.7538	1.5542	1.7776
95	1.6447	1.6872	1.6233	1.7091	1.6015	1.7316	1.5795	1.7546	1.5572	1.7781
96	1.6466	1.6887	1.6254	1.7103	1.6039	1.7326	1.5821	1.7553	1.5600	1.7785
97	1.6485	1.6901	1.6275	1.7116	1.6063	1.7335	1.5847	1.7560	1.5628	1.7790
98	1.6504	1.6916	1.6296	1.7128	1.6086	1.7345	1.5872	1.7567	1.5656	1.7795
99	1.6522	1.6930	1.6317	1.7140	1.6108	1.7355	1.5897	1.7575	1.5683	1.7799
100	1.6540	1.6944	1.6337	1.7152	1.6131	1.7364	1.5922	1.7582	1.5710	1.7804
101	1.6558	1.6958	1.6357	1.7163	1.6153	1.7374	1.5946	1.7589	1.5736	1.7809
102	1.6576	1.6971	1.6376	1.7175	1.6174	1.7383	1.5969	1.7596	1.5762	1.7813
103	1.6593	1.6985	1.6396	1.7186	1.6196	1.7392	1.5993	1.7603	1.5788	1.7818
104	1.6610	1.6998	1.6415	1.7198	1.6217	1.7402	1.6016	1.7610	1.5813	1.7823
105	1.6627	1.7011	1.6433	1.7209	1.6237	1.7411	1.6038	1.7617	1.5837	1.7827
106	1.6644	1.7024	1.6452	1.7220	1.6258	1.7420	1.6061	1.7624	1.5861	1.7832
107	1.6660	1.7037	1.6470	1.7231	1.6277	1.7428	1.6083	1.7631	1.5885	1.7837
108	1.6676	1.7050	1.6488	1.7241	1.6297	1.7437	1.6104	1.7637	1.5909	1.7841
109	1.6692	1.7062	1.6505	1.7252	1.6317	1.7446	1.6125	1.7644	1.5932	1.7846
110	1.6708	1.7074	1.6523	1.7262	1.6336	1.7455	1.6146	1.7651	1.5955	1.7851