

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN KARYAWAN  
TERHADAP KEPUASAN PEMBELIAN KONSUMEN  
PADA GROSIR USAHA DAGANG  
BERKAH JAYA**

**SKRIPSI**

**OLEH  
HARAHAP TOGA LANGIT HARAHAP  
20090006**



**PROGRAM STUDI KEWIRAUSAHAAN PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS BISNIS DAN PENDIDIKAN TERAPAN  
UNIVERSITAS AUFA ROYHAN DI KOTA  
PADANGSIDIMPUAN  
2024**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN KARYAWAN  
TERHADAP KEPUASAN PEMBELIAN KONSUMEN  
PADA GROSIR USAHA DAGANG  
BERKAH JAYA**

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh  
Gelar Sarjana Bisnis (S.Bns)

**OLEH:**

**HARAHAP TOGA LANGIT HARAHAP  
20090006**



**PROGRAM STUDI KEWIRAUSAHAAN PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS BISNIS DAN PENDIDIKAN TERAPAN  
UNIVERSITAS AUFA ROYHAN DI KOTA  
PADANGSIDIMPUAN  
2024**

## LEMBAR PENGESAHAN

### PENGARUH KUALITAS PELAYANAN KARYAWAN TERHADAP KEPUASAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA GROSIR USAHA DAGANG BERKAH JAYA

Skripsi ini telah diseminarkan dan dipertahankan dihadapan tim  
penguji Progam Studi Kewirausahaan Program Sarjana  
Universitas Aafa Royhan di Kota Padangsidempuan

Menyetujui  
Komisi Pembimbing

**Pembimbing Utama**



**Nurlaila, S.Pd, M.M**  
**NIDN. 0119079102**

**Pembimbing Pendamping**



**Yulia Pratiwi Siregar, M.Pd**  
**NIDN. 0111068901**

**Ketua Program Studi  
Kewirausahaan Program Sarjana**



**Nurlaila, S.Pd, M.M**  
**NIDN. 0119079102**

**Dekan Fakultas Bisnis Dan  
Pendidikan Terapan**



**Indra Maulana, S. Pd, M. Pd**  
**NIDN. 0110099101**

## SURAT PERTANYAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Harahap Toga Langit Harahap

NIM : 20090006

Program Studi : Kewirausahaan Program Sarjana

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Karyawan Terhadap Kepuasan Pembelian Konsumen Pada Grosir Usaha Dagang Berkah Jaya” benar bebas plagiat, dan apabila suatu saat nanti terbukti saya melakukan plagiat, maka saya akan menerima sanksi yang telah ditetapkan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Padangsidempuan, Agustus 2024

Peneliti



Harahap Toga Langit Harahap

## **IDENTITAS PENULIS**

Nama : Harahap Toga Langit Harahap  
Nim : 20090006  
Tempat/Tanggal Lahir : Lantosan 1, 2 Oktober 2001  
Jenis Kelamin : Laki-Laki  
Alamat : Desa Lantosan 1, Kecamatan Portibi, Kabupaten Padang Lawas Utara  
Riwayat Pendidikan :

1. SD Negeri 101670 Aek Haruaya : Lulus Tahun 2013
2. MTs.S Al-Mukhtariyah Gunung Raya : Lulus Tahun 2016
3. MAS Islamiyah Gunung Raya : Lulus Tahun 2019

## KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan kekuatan dan kesempatan sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini. Skripsi ini diperuntukkan guna memperoleh gelar Sarjana pada program studi Kewirausahaan Program Sarjana Fakultas Bisnis Dan Pendidikan Terapan Universitas Afa Royhan di kota Padangsidempuan.

Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Karyawan Terhadap Kepuasan Pembelian Konsumen Pada Grosir Usaha Dagang Berkah Jaya”** ini di susun untuk melengkapi sebagian persyaratan untuk menyelesaikan kuliah pada jurusan Program Studi Kewirausahaan.

Berkat bantuan dan bimbingan serta dorongan dari Ibu pembimbing, keluarga, akhirnya Skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Atas bantuan dan bimbingan serta perhatian yang telah diberikan kepada Penulis, maka dalam kesempatan ini Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada Bapak dan Ibu. Yang terhormat:

1. Dr. Anto, SKM, M.Kes, MM, selaku Rektor Universitas Afa Royhan Di Kota Padangsidempuan
2. Indra Maulana, S.Pd, M,Pd selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Pendidikan Terapan Universitas Afa Royhan Kota Padangsidempuan, sekaligus anggota penguji yang telah memberikan masukan dalam penyusunan skripsi ini.
3. Nurlaila, S.Pd, MM, selaku Ketua Program Studi Kewirausahaan Program Sarjana Fakultas Bisnis dan Pendidikan Terapan Universitas Afa Royhan

Kota Padangsidimpuan, sekaligus pembimbing utama yang telah meluangkan waktu untuk membimbing skripsi ini .

4. Yulia Pratiwi Siregar, M.Pd, selaku pembimbing pendamping yang telah meluangkan waktu untuk membimbing skripsi ini .
5. Nazaruddin Nasution, SE, MM, selaku Ketua penguji yang telah memberikan masukan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Program studi Kewirausahaan Program Sarjana Fakultas Bisnis dan Pendidikan Terapan Universitas Afa Royhan Kota Padangsidimpuan.
7. Amrin Harahap, SE selaku pemilik Usaha Dagang Berkah Jaya.
8. Teristimewa saya ucapkan kepada Ayahanda dan Ibunda tersayang yang telah memberikan kasih sayang, semangat, dukungan dan motivasi serta do`a selama menjalani pendidikan.semoga ayah dan ibunda diberikan kesehatan dan umur panjang sehingga toga bisa mengangkat derajat ayah dan ibu.
9. Kepada ke empat saudara penulis, Suhutan Harahap, Togap Bayo Angin Harahap, Amin Ropyi Harahap, Abdul Rosyid Harahap yang memberikan dukungan serta semangat kepada penulis
10. Kepada puan Heppi Ulia Hasna Siregar S.Pd yang menjadi salah satu penyemangat karena telah menjadi support system penulis pada hari yang tidak mudah selama proses pengerjaan skripsi. Terima kasih telah mendengarkan keluh kesah penulis, memberkan dukungan, semangat. Terima kasih telah menjadi bagian dalam perjalanan penyusunan skripsi saya hingga penyusunan skripsi ini selesai.

11. Kepada teman-teman yang telah banyak membantu dan memberikan dorongan untuk menyelesaikan Skirpsi ini.
12. Kepada diri sendiri terima kasih telah kuat sampai pada tahap ini dibalik banyaknya masalah dan rintangan yang telah dilalui dalam beberapa tahun terakhir ini, semoga semakin menjadi pribadi yang lebih baik lagi kedepannya.

Padangsidempuan, Agustus 2024

Penulis



**PROGRAM STUDI KEWIRAUSAHAAN PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS BISNIS DAN PENDIDIKAN TERAPAN  
UNIVERSITAS AUFA ROYHAN  
DI KOTA PADANGSIDIMPUAN  
2024**

Laporan penelitian, Agustus 2024  
Harahap Toga Langit Harahap

Pengaruh Kualitas Pelayanan Karyawan Terhadap Kepuasan Pembelian  
Konsumen Pada Grosir Usaha Dagang Berkah Jaya

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) bagaimanakah gambaran pelayanan karyawan Grosir Usaha Dagang Berkah Jaya, 2) bagaimanakah gambaran kepuasan konsumen Grosir Usaha Dagang Berkah Jaya, 3) apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan karyawan terhadap kepuasan konsumen Grosir Usaha Dagang Berkah Jaya. Waktu penelitian selama 3 bulan mulai dari bulan juni sampai dengan bulan agustus 2024. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 300 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *sampling incidental* yang berjumlah 36 konsumen. Teknik pengumpulan data diperoleh dengan angket. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif. Berdasarkan perhitungan yang diperoleh dari hasil pengolahan data menggunakan bantuan SPSS 22 hasil dari variabel pelayanan karyawan (X) dan variabel kepuasan konsumen (Y) diperoleh nilai uji t 2,956 dengan nilai signifikan 0,004, maka dapat diketahui bahwa nilai signifikan lebih kecil dari  $\alpha$  ( $0,004 < 0,05$ ). Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak. Artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan karyawan terhadap kepuasan konsumen pada Grosir Usaha Dagang Berkah Jaya.

**Kata-kata kunci : Pelayanan Karyawan, Kepuasan Konsumen**

**ENTREPRENEURSHIP STUDIES PROGRAM GRADUATE  
PROGRAM FACULTY OF APPLIED BUSINESS AND  
EDUCATION AUFA ROYHAN UNIVERSITY  
IN PADANGSIDIMPUAN CITY 2024**

Research report, August 2024  
Harahap Toga Langit Harahap

*The Influence of Employee Service Quality on Consumer Purchase Satisfaction at the Berkah Jaya Wholesale Trading Business*

***ABSTRACT***

*This research aims to find out: 1) what is the description of employee service at Berkah Jaya Wholesale Trading Enterprises, 2) what is the description of consumer satisfaction at Berkah Jaya Wholesale Trading Enterprises, 3) is there a significant influence between employee service on customer satisfaction at Berkah Jaya Wholesale Trading Enterprises. The research period was 3 months starting from June to August 2024. The research method used was a descriptive method. The population in this study was 300 people. The sampling technique used was incidental sampling, totaling 36 consumers. Data collection techniques were obtained using questionnaires. The data analysis technique uses descriptive analysis. Based on calculations obtained from the results of data processing using SPSS 22, the results of the employee service variable (X) and customer satisfaction variable (Y) obtained a t test value of 2.956 with a significant value of 0.004, so it can be seen that the significant value is smaller than  $\alpha$  ( $0.004 < 0.05$ ). So it can be concluded that  $H_a$  is accepted and  $H_o$  is rejected. This means that there is a significant influence between employee service on customer satisfaction at the Berkah Jaya Wholesale Trading Business.*

***Key words: Employee Service, Customer Satisfaction***



## DAFTAR ISI

Halaman

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>SURAT PERTANYAAN TIDAK PLAGIAT .....</b>	<b>iii</b>
<b>IDENTITAS PENULIS .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat penelitian .....	5
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	5
1.4.2 Manfaat Praktis .....	5
<b>BAB 2 TINJAUAN TEORI .....</b>	<b>7</b>
2.1 Landasan Teori .....	7
2.1.1 Pengertian Kepuasan konsumen.....	7
2.1.2 Aspek-aspek kepuasan konsumen .....	8
2.1.3 Pengukuran Kepuasan Konsumen.....	10
2.1.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen	
11	
2.1.5 Hakikat Pelayanan Karyawan .....	12
2.1.6 Pengukuran Pelayanan .....	13
2.2 Kajian Relevan.....	16
2.3 Kerangka Berfikir .....	17
2.4 Hipotesis .....	18
<b>BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>20</b>
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	20
3.1.1 Waktu Penelitian .....	21
3.2 Metode Penelitian .....	21
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian .....	23
3.3.1 Populasi Penelitian .....	23
3.3.2 Sampel Penelitian .....	24
3.4 Defenisi Operasional.....	25
3.5 Instrumen Penelitian .....	26
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.7 Angket.....	29
3.8 Tehnik Analisis Data .....	29
3.8.1 Analisis Dekskriptif.....	30

3.8.2 Analisis Statistik Inferensial.....	30
<b>BAB 4 HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>32</b>
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	32
4.1.1 Keadaan Geografis .....	32
4.1.2 Demografi.....	32
4.1.3 Deskriptif Data .....	32
<b>BAB 5 PEMBAHASAN .....</b>	<b>40</b>
<b>BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>43</b>
6.1 Kesimpulan .....	43
6.2 Saran .....	44
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Jadwal dan Waktu Penelitian .....	20
Tabel 3.1 Kisi-kisi Instrumen Pelayanan Usaha Dagang Berkah Jaya.....	26
Tabel 3.2 Kisi-kisi Instrumen Kepuasan Konsumen .....	26
Tabel 3.3 Kriteria Penilaian Pelayanan di Grosir Usaha Dagang Berkah Jaya .....	29
Tabel 4.1 Data pelayanan karyawan terhadap kepuasan konsumen pada Grosir Usaha Dagang Berkah Jaya .....	31
Tabel 4.2 Distribusi frekuensi data pelayanan jaryana Usaha Dagang Berkah Jaya.....	33

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat survey pendahuluan dari Universitas Afa Royhan di Kota Padangsidempuan
- Lampiran 2 Surat balasan survey pendahuluan dari tempat penelitian
- Lampiran 3 Surat izin penelitian dari Universitas Afa Royhan di Kota Padangsidempuan
- Lampiran 4 Surat balasan penelitian dari tempat penelitian
- Lampiran 5 Kuesioner
- Lampiran 6 Rekapitulasi data angket pelayanan
- Lampiran 7 Rekapitulasi data angket kepuasan konsumen
- Lampiran 8 Hasil SPSS
- Lampiran 9 Lembar konsultasi

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Dalam era perkembangan zaman yang semakin maju menjadikan Persaingan yang semakin ketat menuntut pelaku usaha untuk mempunyai keunggulan kompetitif agar mampu bertahan dan bersaing dengan pesaing usaha yang lain. Upaya yang dapat dilakukan dengan meningkatkan kualitas pelayanan, produk serta menerapkan konsep pemasaran yaitu berorientasi pasar atau konsumen karena merupakan ujung tombak keberhasilan usaha. Andini dan Aditiya (2002) persaingan adalah usaha untuk memperhatikan keunggulan masing-masing yang dilakukan perseorangan atau badan hukum dalam bidang perdagangan, produksi, dan pertahanan. Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memberikan pelayanan yang lebih baik dari pesaingnya.

Dalam dunia bisnis, kepuasan pelanggan merupakan elemen penting dalam menentukan dan mempertahankan maupun menumbuhkan perusahaan. Apabila perusahaan meningkatkan kualitas pelayanan di perusahaan tersebut, maka konsumen atau pelanggan akan dengan senang hati dan sendirinya datang untuk berlangganan di perusahaan tersebut. Kotler (2009), menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan suatu perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk yang dihasilkan perusahaan. Tjiptono (2008) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan

didefinisikan sebagai evaluasi pasca konsumsi bahwa suatu alternatif yang dipilih setidaknya memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.

Keunggulan kompetitif dapat di capai apabila pelaku usaha mampu memberikan kepuasan kepada konsumennya. Keunggulan kompetitif adalah keunggulan atas kompetisi yang ada yang tidak dapat dilakukan oleh kompetitor dan dapat diterapkan dalam jangka waktu yang lama (Pakpahan, 2016). Perusahaan harus mempunyai komitmen manajemen untuk meningkatkan pelayanan yang diberikan untuk memuaskan konsumen secara terus menerus, kepuasan konsumen menjadi sangat penting pada kenyataan yang ada, konsumen yang tidak puas terhadap pelayanan karyawan yang di dapatkannya cenderung akan mencari penyediaan pelayanan karyawan yang lain yang mampu memuaskan kebutuhannya.

Seiring dengan perkembangan dunia usaha, bisnis usaha grosir menjadi salah satu usaha yang menjanjikan. Munculnya usaha seperti usaha grosir lainnya yang tersebar di setiap tempat memberikan pelayanan karyawan yang memuaskan konsumen, baik yang bersifat resmi maupun tidak resmi. Keberadaan usaha seperti grosir yang resmi maupun yang tidak resmi menjadi sebuah persaingan bisnis yang ketat karena usaha ingin mendapatkan yang sebanyak-banyaknya agar mendapatkan keuntungan yang besar. Marbun (2003) Persaingan usaha atau bisnis adalah usaha dari dua pihak/lebih perusahaan yang masing-masing bergiat memperoleh pesanan dengan menawarkan harga atau syarat yang paling menguntungkan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan. Perusahaan yang berhasil bertahan dalam perdagangan



adalah perusahaan yang mampu memberikan kepuasan pelayanan bagi kepada konsumen dan pelayanan yang lebih baik dari pesaingnya. Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan sekarang susah menjadi hal yang penting bagi perusahaan. Kualitas pelayanan merupakan factor terpenting yang menentukan kepuasan konsumen, karena kepuasan pelanggan merupakan hasil penilaian pelanggan terhadap suatu produk atau jasa setelah menggunakan kepuasan tertentu (Razak, 2019). Hal ini dikarenakan pelanggan selalu mencari nilai yang dianggap paling tinggi dari beberapa produk atau jasa lainnya.

Kualitas pelayanan merupakan bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang di harapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Kepuasan yang telah terbentuk dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian dan nantinya akan menjadi pelanggan setia. Fred Luthans dalam bukunya moenir (1995), menjelaskan pelayanan sebagai sebuah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain yang menyangkut segala usaha yang dilakukan orang lain dalam rangka mencapai tujuan.

Grosir Usaha Dagang Berkah Jaya merupakan jaringan mini market yang menyediakan kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari. Grosir ini didirikan pada 16 maret 2008, yang beralamatkan di Desa Lantosan 1, Kecamatan Portibi, Kabupaten Padang Lawas Utara Sumatera utara Indonesia. Grosir Usaha Dagang Berkah Jaya ini menjalankan perannya sesuai degan tujuan mereka. Namun tidak sepenuhnya apa yang di

rencanakan berjalan sesuai dengan apa yang direncanakan berjalan sesuai dengan yang diharapkan. Untuk itu perusahaan atau pimpinan perlu mengevaluasi dan melakukan pemberdayaan terhadap karyawan agar lebih bekerja sepenuh hati dan bersikap profesional agar tujuan perusahaan dapat tercapai dengan semestinya.

Hasil dari observasi awal yang telah dilakukan dan hasil wawancara dengan beberapa konsumen kualitas pelayanan di Usaha Dagang Berkah Jaya masih kurang baik. Keberhasilan usaha dimulai dari kemampuan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas baik kepada konsumennya. Apabila perusahaan mampu memberikan kualitas pelayanan dengan mutu terjamin, *cost* akan turun, permintaan pasar dan produktivitas akan naik, hasilnya adalah kepuasan pelanggan dan peningkatan benefit bagi pelaku usaha.

Berdasarkan uraian di atas, dapat di ketahui bahwa untuk membentuk kepuasan pelanggan, maka pihak grosir harus mengambil strategi yang di perlukan sehingga para konsumen akan merasa puas dengan layanan karyawan grosir, dengan penjelasan di atas, penulis bermaksud untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Grosir Usaha Dagang Berkah Jaya.**

## **1.2 Rumusan masalah**

Berdasarkan masalah diatas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pembelian konsumen pada grosir Usaha Dagang Berkah Jaya?
2. Bagaimana kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen di grosir Usaha Dagang Berkah Jaya?
3. Bagaimana kualitas pelayanan, kualitas produk, dan persepsi harga secara bersama-sama mempengaruhi kepuasan konsumen di grosir Usaha Dagang Berkah Jaya?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan konsumen terhadap kepuasan pembelian konsumen pada grosir Usaha Dagang Berkah Jaya.

### **1.4 Manfaat penelitian**

#### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan kualitas pelayanan terhadap perusahaan
2. Hasil penelitian ini digunakan sebagai acuan dan bahan perkembangan bagi peneliti
3. Sebagai sarana untuk meningkatkan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

1. Bagi Institusi

Adapun manfaat penelitian ini bagi pihak universitas adalah dapat dijadikan sebagai sumbangan pemikiran untuk mewujudkan

## 2. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini dapat menjadi bahan pustaka ataupun referensi maupun dapat menambah wawasan bagi mahasiswa.

## 3. Bagi peneliti

Bagi peneliti penelitian ini diyakini dapat membantu peneliti untuk menambah wawasan dan pemahaman tentang pemasaran khususnya pada variabel kualitas pelayanan, kualitas produk, dan persepsi harga yang memengaruhi kepuasan konsumen. Penelitian ini dijadikan sebagai tugas akhir skripsi S1 Bisnis dan dapat mempertajam kemampuan berfikir dalam pemecahan masalah yang penting dimasa depan.

## 4. Bagi dunia usaha

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai masukan bagi perusahaan mengenai kesadaran bagi pemilik akan pentingnya strategi yang perlu diperhatikan di dalam menjalankan bisnisnya agar meningkatkan kepuasan konsumen dengan baik guna mencapai sebuah tujuan.

## **BAB 2**

### **TINJAUAN TEORI**

#### **2.1 Landasan Teori**

##### **2.1.1 Pengertian Kepuasan konsumen**

kepuasan konsumen merupakan ukuran perasaan yang muncul setelah seorang pelanggan menggunakan produk maupun layanan yang diberikan karyawan. “kepuasan konsumen adalah situasi yang di tunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik”. Menurut Dwi Alawiyah Apriani, sunarti dalam Tjiptono (2012). Sedangkan menurut Marlina Kurnia, Suwikyo dalam kotler dan keller (2012) “kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja atau hasil yang diharapkan. “Apabila kinerja gagal memenuhi ekspektasi, konsumen akan tidak puas. Sedangkan menurut Marlina Kurnia, Suwikyo dalam Lovelock (2007) menjelaskan bahwa “kepuasan adalah keadaan emosional, ketidakpuasan, kejengkelan, kegembiraan atau kesenangan.

Berdasarkan pendapat para ahli di atas peneliti dapat menyimpulkan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang yang muncul pada diri seseorang karena mendapatkan barang yang di harapkan (sesuai) keinginan dan mendapatkan pelayanan kerja yang ada di grosir tersebut.

### 2.1.2 Aspek-aspek kepuasan konsumen

Supranto (2006) mengemukakan kepuasan konsumen telah dibagi ke dalam enam aspek yang berbeda. Keenam aspek kepuasan konsumen tersebut ialah *Availability of service*, *Responsiveness of service*, *timeliness of service*, *professionalism of service*, *Overall Satisfaction service*, dan *Overall Satisfaction With Product*.

Penjelasan mengenai keenam aspek kepuasan konsumen diatas adalah sebagai berikut:

- a. *Availability of service* (ketersediaan layanan) Meliputi kenyamanan, mudah di perbaiki, serta penanganan keluhan yang memuaskan. Pelayanan yang di berikan tidak hanya sebatas sebelum penjualan, tetapi juga selama proses penjualan hingga purna jual, yang mencakup pelayanan reparasi dan ketersediaan komponen yang di butuhkan.
- b. *Responsiveness of service* (responsipitas layanan) merupakan kondisi layanan dapat beraksi dan menangani seluruh permintaan maupun keluhan konsumen
- c. *Timeliness of service* (ketetapan waktu layanan) merupakan kondisi dimana pekerjaan di selesaikan oleh penyedia layanan sesuai dengan perjanjian yang disepakati dengan konsumen.
- d. *Professionalism of service* (profesionalisme layanan) Merupakan kondisi dimana penyedia layanan bersikap secara profesional ketika melaksanakan pekerjaannya dan menangani seluruh permintaan konsumen.

- e. *Overall satisfaction service* (kepuasan layanan secara keseluruhan)  
Merupakan kondisi dimana penyedia layanan dapat memberikan pelayanan dan perlakuan secara baik dan maksimal kepada konsumen.

Lupiyoadi (2008) mengemukakan ada beberapa aspek dalam mengetahui kepuasan konsumen yakni:

- a. Memperkecil kesenjangan-kesenjangan yang terjadi antara pihak grosir dan konsumen
- b. Perusahaan harus mampu membangun komitmen bersama untuk menciptakan visi di dalam perbaikan proses pelayanan
- c. Memberi kesempatan kepada pelanggan untuk menyampaikan keluhan
- d. Mengembangkan dan menerapkan *accountable, proactive, dan partnership marketing* sesuai dengan situasi pemasaran.

Menurut Suci Wulan Dari dalam Tjiptono dan Diana (2015) mengemukakan pendapat bahwa terdapat lima elemen pada kepuasan konsumen yaitu:

- a. *Expectation* (harapan) diartikan konsumen menyusun harapan tentang apa yang akan diterima dari produk.
- b. *Performance* (kinerja) yaitu sesama kegiatan konsumsi, konsumen merasakan kinerja dan manfaat dari produk secara aktual dilihat dari dimensi kepentingan konsumen.
- c. *Comparison* (perbandingan) yaitu setelah mengkonsumsi, baik harapan sebelum pembelian dan persepsi kinerja aktual dibandingkan oleh konsumen.

- d. *Confirmation* (penegasan) yaitu pengesahan dari harapan konsumen, apakah harapan pra-pembeli dengan persepsi pembelian sama atau tidak.
- e. *Discrepancy* (ketidak sesuaian) yaitu dikonfirmasi yang negatif menentukan kinerja yang aktual ada di bawah tingkat harapan maka semakin besar ketidakpuasan konsumen.

Berdasarkan pendapat para ahli di atas peneliti dapat menyimpulkan bahwa aspek kepuasan konsumen harus ada harapan, kinerja, kesesuaian, penegasan, ketidaksesuaian yang harus dipenuhi oleh perusahaan dalam memuaskan konsumen agar menjadi pelanggan tetap dalam perusahaan.

### **2.1.3 Pengukuran Kepuasan Konsumen**

Kepuasan konsumen ini dapat diukur, apakah konsumen merasa puas atau tidak puas. Menurut Kotleriya menyatakan ada empat metode yang banyak digunakan dalam pengukuran kepuasan konsumen, yaitu:

- a. Sistem keluhan dan saran

Setiap perusahaan yang berorientasi pada pelanggan wajib memberikan kesempatan bagi para konsumen untuk menyampaikan saran, kritik, pendapat, dan keluhan merek.

- b. *Gostshopping*

Salah satu metode untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan konsumen adalah dengan mempekerjakan beberapa orang untuk berperan sebagai pelanggan potensial produk perusahaan dan pesaing. Menceritakan berdasarkan pengalamannya mengenai kekuatan dan kelemahan produksi dibandingkan pada pesaing.



c. *Lost Customer Analysis*

Perusahaan menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih produk lain agar dapat memahami hal ini terjadi dan dapat mengambil perbaikan selanjutnya

d. Survei Kepuasan Pelanggan

Umumnya sebagai penelitian mengenai kepuasan konsumen menggunakan metode survei, baik via pos, telepon, e-mail, maupun wawancara langsung.

#### **2.1.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen**

Membangun kepuasan pada konsumen dapat dicapai dengan harapan dari suatu produk perusahaan yang memiliki kelebihan dari produk lain. Menurut Dewi Alawiyah Apriani dalam Grigoroudis dan Y.Sisko (2018), menyebutkan ada enam faktor utama yang perlu di perhatikan, antara lain:

a. Nilai produk

Nilai produk yang di tawarkan perusahaan terhadap konsumen seperti produk yang lengkap dan berkualitas. Dan nilai produk juga dapat berubah sebuah pembandingan dengan produk yang di tawarkan orang lain dengan jenis yang sama. Nilai yang terkandung dalam suatu produk akan berpengaruh terhadap nilai jual di pasaran.

b. Kualitas produk

Konsumen akan puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Produk di katakan berkualitas bagi seseorang, jika produk itu dapat memenuhi kebutuhannya.

c. Manfaat produk

Konsumen tidak membeli atribut tetapi mereka membeli manfaat produk tersebut. Oleh karena itu atribut harus di terjemahkan menjadi manfaat fungsional dan emosional.

d. Fitur produk

Fitur adalah alat persaingan membedakan produk perusahaan terhadap produk sejenis menjadi pesaingnya. Menjadi produsen awal yang mengenalkan fitur baru yang di butuhkan dan di anggap bernilai menjadi salah satu cara yang efektif untuk bersaing.

e. Desain produk

Desain merupakan salah satu aspek membentuk citra produk. Sebuah desain yang unik, lain daripada yang lain, bisa merupakan satu-satunya ciri pembeda produk. Desain yang baik dapat memberikan kontribusi dalam hal kegunaan produk dan juga penampilannya. Gaya dan desain yang baik dapat menarik perhatian, meningkatkan kinerja produk, memotong biaya produk, dan memberikan keunggulan bersaing di pasar sasaran.

f. Keandalan produk

Kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal di pakai produk.

### **2.1.5 Hakikat Pelayanan Karyawan**

Kemajuan teknologi akan mengakibatkan persaingan sangat ketat untuk memperoleh dan mempertahankan pelanggan. Pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan suatu perusahaan agar mampu bertahan dan bersaing untuk mendapatkan kepercayaan pelanggan menurut Dwi Alawiyah

Apriani, Sunarti dalam Supranto (2006) mengatakan “kualitas pelayanan adalah sesuatu yang harus dikerjakan oleh si penyedia jasa dengan baik. Pelayanan seperti yang dirasakan oleh konsumen, berasal dari suatu perbandingan antara apa yang di tawarkan oleh suatu perusahaan pelayanan yaitu harapan dan dengan persepsi mereka tentang kinerja pemberi jasa”. Menurut Umar (2003) pelayanan secara umum adalah rasa menyenangkan yang di berikan kepada orang lain disertai kemudahan-kemudahan dan memenuhi segala kebutuhan mereka.

Berdasarkan pendapat para ahli di atas peneliti dapat menyimpulkan bahwa pelayanan adalah suatu yang harus di kerjakan dengan adanya bukti, kehandalan, tanggapan, jaminan, dan empati dari setiap karyawan tanpa ada paksaan tetapi karena tanggung jawab yang harus dijalankan dari perusahaan.

#### **2.1.6 Pengukuran Pelayanan**

Pelayanan adalah hasil kerja yang di capai oleh pegawai dalam melaksanakan tugas sesuai dengan tanggung jawab. Ada lima dimensi yang di pakai untuk mengukur pelayanan, menurut Alawiyah Dwi dalam Zeithaml, Bitner, dan Gremler (2009) dalam bukunya *Service marketing* yaitu :

##### **1. Bukti Langsung (*Tangible*)**

Berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan, pegawai, dan material yang di pasang. Menggambarkan wujud secara fisik dan layanan yang akan di terima oleh konsumen. Contohnya seperti keadaan gedung, fasilitas grosir, desain, dan keterampilan karyawan.

## 2. Keandalan (*Reability*)

Kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan handal dan akurat. Jika dilihat dalam bidang usaha jasa grosir, maka sebuah layanan yang handal adalah ketika seorang karyawan mampu memberikan pelayanan sesuai yang di janjikan dan membantu penyelesaian masalah yang dihadapi konsumen dengan cepat.

## 3. Daya tanggap (*Responsiveness*)

Kemauan untuk membantu konsumen dan memberikan jasa dengan cepat. Jika dilihat lebih mendalam pada layanan yang cepat tanggap di sebuah grosirbisa dilihat dari kemampuan karyawan yang cepat memberikan pelayanan kepada konsumen dan cepat menangani keluhan mereka.

## 4. Jaminan (*Assurance*)

Pengetahuan sopan santun, dan kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan. Sebuah jasa grosir kepastin menjadi hal yang penting untuk dapat memberikan kepada konsumennya, seperti jaminan keamanan dan keselamatan dalam bertransaksi dan kerahasiaan konsumen yang terjamin.

## 5. Kepedulian/Empati (*Empathy*)

Kepedulian dan perhatian secara pribadi yang diberikan kepada pelanggan. Layanan yang di berikan kepada pelanggan. Layanan yang di berikan oleh karyawan harus dapat menunjukkan kepedulian mereka kepada konsumen.

Sedangkan menurut Hardiyansyah dalam Lovelock (2011) mengemukakan lima prinsip yang harus diperhatikan untuk mengevaluasi kualitas pelayanan jasa, yaitu:

1. *Responsipness* (daya tangkap) adalah suatu respon/ kesigapan karyawan dalam membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap
2. *Reability* (kehandalan) adalah satu kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan akurat dan tepercaya.
3. *Assurance*(jaminan) adalah kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas, keramahtamahan, perkataan atau kesopanan dalam memberikan informasi dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan.
4. *Empathy*(perhatian)adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan perhatian yang bersifat individual atau pribadi terhadap para konsumen.
5. *Tangibles* (kemampuan fisik) adalah suatu bentuk penampilan fisik, peralatan personal, media komunikasi dan hal-hal yang lainnya yang bersifat fisik.

Berdasarkan pendapat para ahli di atas peneliti dapat menyimpulkan bahwa pengukuran pelayanan karyawan harus ada bukti langsung, dan kepedulian yang harus ada dalam diri setiap karyawan untuk memuaskan para konsumen yang datang.

## 2.2 Kajian Relevan

Kajian penelitian maksudnya peneliti memaparkan hasil penelitian terlebih dahulu yang relevan dengan topik yang di teliti. Dengan tujuan agar tidak terjadi timpang tindih terhadap apa yang di teliti.

NO	Tahun penelitian	Nama peneliti	Hasil penelitian
	2015	Sabariah, yang berjudul “pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan rumah tangga pada PT. PLN (Persero) Rayon Samarinda Ulu	Penelitian ini bertujuan untuk mengukur kekuatan pengaruh kualitas pelayanan pada PT. PLN (Persero) Rayon Samarinda Ulu. Populasi yang diambil dalam penelitian ini menggunakan sampling random ( <i>Probality Sampling</i> ), sedangkan jenis <i>probality sampling</i> yang di gunakan adalah <i>cluter sampling</i> . Analisis data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah korelasi statistik parametris. Yaitu koefisien product moment dan analisis bregresi linier sederhana. Berdasarkan analisis data dan pengajuan hipotesis di ketahui bahwa kedua variabel yaitu kualitas pelayanan (X) dan kepuasan pelanggan (Y) mempunyai pengaruh yang positif dan sedang. Hal ini di buktikan dengan $r = 0,85$ dimana pedoman untuk memberikan interprestasi yang berada pada interval $0,80 - 1,00$ yang masuk kategori sangat. Kualitas pelayanan PT. PLN (persero) Rayon Samarinda Ulu memiliki pengaruh yang kuat terhadap kepuasan pelanggan yaitu sebesar 72,25% oleh karena itu kualitas pelayanan pada PT. PLN (persero) Rayon Samarinda Ulu harus di pertahankan dan di tingkatkan lagi agar kualitas pelayanan yang Usaha Dagang ada dapat lebih baik guna memberikan kepuasan kepada pelanggan.
	2013	Jimmy dkk, (2013) yang berjudul Analisa pengaruh service Quality, Food Quality, dan price terhadap kepuasan pelanggan restoran Yung Ho Surabaya	Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh dari service Quality, Food Quality, dan price terhadap kepuasan pelanggan di Yung Ho Surabaya serta mengetahui faktor mana yang berpengaruh dominan terhadap customer satisfaction di perusahaan tersebut. Penelitian ini dilaksanakan dengan menyebarkan kusioner pada 100 responden konsumen dari Yung Ho Restaurant Surabaya. Alat analisa yang

			digunakan untuk mengukur pengaruh service Quality, Food Quality, dan price berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Yung Ho Restaurant Surabaya. Sedangkan faktor yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan di restoran ini adalah service Quality.
--	--	--	---

Dari kedua penelitian di atas perbedaan dengan penelitian ini, yaitu: indikator, tempat, dan waktu. Karena penelitian ini memfokuskan terhadap pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada grosir Usaha Dagang Berkah Jaya di Desa Lantosan1, Kecamatan Portibi, Kabupaten Padang Lawas Utara. Dengan tujuan untuk membuktikan apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan karyawan terhadap kepuasan konsumen grosir Usaha Dagang Berkah Jaya.

### 2.3 Kerangka Berfikir

kerangka berfikir merupakan suatu unsur pokok dalam penelitian guna persamaan anggapan terhadap variabel-variabel yang berhubungan dengan penelitian. Kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berkaitan erat dengan kepuasan pembelian. Dalam kerangka konseptual menggambarkan hubungan dan pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan membeli, dan dapat membangkitkan pada keputusan konsumen.

Kepuasan konsumen merupakan tujuan dari suatu pemasaran jasa. Apabila pelanggan puas, maka perusahaan penyelenggaraan jasa dapat melakukan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelayanan jasa. Untuk mempermudah penelitian dan pengukuran kualitas pelayanan di kembangkan suatu alat ukur yang sangat berpengaruh terhadap kualitas pelayanan.

Berdasarkan pernyataan tersebut diduga bahwa variabel terikat (Y) di pengaruhi oleh variabel bebas (X) maka hubungan antar variabel dalam penelitian ini dapat di lihat pada paradigma penelitian seperti gambar berikut.

## 2.4 Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan atau jawaban sementara terhadap permasalahan yang perlu pembuktian melalui teori dan praktek. Pengajuan ini sangat penting dalam penelitian untuk mendapatkan jawaban yang benar. Jadi hipotesis dapat di terima apabila fakta membenarkan dan di tolak apabila fakta tidak di benarkan. Seperti apa yang di kemukakan dalam buku Bungin (2005) “Hipotesis merupakan bentuk dari *hypo* dan *thesis* yang artinya kurang dari pendapat yang diartikan sebagai suatu kesimpulan yang masih kurang pendapat atau yang masih belum sempurna”. Selanjutnya menurut Sekaran dalam Noor (2011) mengatakan bahwa “ Hipotesis sebagai hubungan yang di perkirakan secara logis diantara dua atau lebih variabel yang di ungkap dalam bentuk pertanyaan yang dapat diuji”.

Berdasarkan pendapat ahli di atas dapat disimpulkan bahwa hipotesis adalah jawaban sementara yang harus diuji kebenarannya melalui metode dan teknik penelitian tertentu terdapat permasalahan yang tujuan dalam penelitian setelah peneliti mengemukakan landasan teori dan kerangka berfikir.

Berdasarkan pendapat diatas, penulis membuat pengajuan hipotesis sebagai berikut:

Ha :Terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan karyawan terdapat kepuasan konsumen Grosir Usaha Dagang Berkah Jaya.



Ho : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan karyawan terhadap kepuasan konsumen Grosir Usaha Dagang Berkah Jaya.

## BAB 3

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Lantosan 1, Kecamatan Portibi, Kabupaten Padang Lawas Utara, Sumatera Utara yang dipimpin oleh Bapak Amrin Harahap S.E. Adapun alasan peneliti memilih tempat ini, karena menurut informasi belum pernah ada penelitian dengan judul pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pembelian konsumen yang masih dan sangat penting untuk dikaji lebih mendalam yang nantinya akan meningkatkan pelayanan karyawan terhadap kepuasan konsumen. Disamping itu karena lokasi penelitian ini tidak jauh dari tempat tinggal peneliti, sehingga dapat menghemat waktu, biaya, dan tenaga.

Berdasarkan jenis penelitian diatas maka penulis menggunakan metode penelitian deskriptif. Metode penelitian ini menggambarkan variabel X dan variabel Y. menurut Nizar (2016) ”penelitian deskriptif merupakan penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel bebas, baik satu variabel atau lebih (*indevenden*) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan antara variabel yang satu dengan yang lain”. Sedangkan menurut Sukmadinata (2010) “penelitian deskriptif merupakan suatu bentuk penelitian yang paling dasar. Ditujukan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan fenomena-fenomena yang ada”. Selanjutnya menurut Nizar (2011) “metode penelitian deskriptif merupakan suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu system pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang.

### 3.1.1 Waktu Penelitian

**Tabel 3.1 Waktu Penelitian**

Kegiatan	Waktu penelitian						
	Feb	Mar	Apr	Mei	Juni	Juli	Ags
Pengajuan judul	■						
Penyusunan proposal	■	■	■	■	■		
Seminar proposal					■		
Pelaksanaan penelitian						■	■
Pengolahan data						■	■
Seminar akhir							■

### 3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan cara yang digunakan penulis untuk memperoleh suatu tujuan atau pemecahan masalah yang dihadapi dan untuk menyelesaikan suatu penelitian. Menurut Sugiyono (2019), Mengemukakan bahwa “Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Metode peneliti berhubungan erat dengan prosedur, tehnik alat serta desain penelitian yang digunakan. Desain penelitian harus cocok dengan pendekatan penelitian yang di pilih”. Menurut Nizar (2016) Berpendapat bahwa “Metode penelitian merupakan suatu cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat di temukan, dikembangkan, atau di buktikan, sehingga pengetahuan tertentu sehingga pada giliraannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan, dan mengantisipasi masalah dalam bidang tertentu.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas penulis dapat menyimpulkan bahwa metode penelitian merupakan suatu cara yang digunakan oleh peneliti ini agar dapat memberikan gambaran yang jelas secara sistematis, faktual, dan akurat agar dapat memperoleh data yang di ambil.

Sehubungan dengan pendapat diatas, maka ada lima kelompok penelitian menurut Nazir (2011) yaitu:

1. Metode sejarah, merupakan suatu usaha untuk melakukan interpretasi dari bagian *trend* yang naik-turun dari suatu status keadaan di masa yang lampau untuk memperoleh suatu generalisasi yang berguna untuk memahami kenyataan sejarah, membandingkan dengan keadaan sekarang untuk memahami kenyataan sejarah.
2. Metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang.
3. Metode eksperimen adalah penelitian yang dilakukan dengan mengadakan manipulasi terhadap objek penelitian serta adanya kontrol.
4. *Grounded Research* adalah suatu metode penelitian yang mendasarkan kepada fakta menggunakan analisis perbandingan bertujuan untuk mengadakan generalisasi empiris, menetapkan konsep-konsep, pembuktian teori dan mengembangkan teori dimana pengumpulan data dan analisis data berjalan pada waktu yang bersamaan.
5. Metode penelitian tindakan adalah suatu penelitian yang dikembangkan bersama-sama antara peneliti dan *decision maker* tentang variabel-variabel yang dapat di manipulasikan dan dapat segera digunakan untuk menentukan kebijakan dan pembangunan.

Menurut Setiyosari (2010) “metode penelitian kuantitatif terdiri dari

- a. penelitian deskriptif merupakan penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan atau mendeskripsikan suatu keadaan, peristiwa, objek apakah

orang atau segala sesuatu yang berkaitan dengan variabel-variabel yang bias dijelaskan baik dengan angka-angka ataupun kata-kata.

- b. Penelitian kualitatif adalah penelitian dimana peneliti dalam melakukan penelitiannya dalam menggunakan teknik-teknik observasi, wawancara, atau interview, analisis isi dan metode pengumpulan data lainnya untuk menyajikan respon-respon atau pelaku subjek.
- c. Penelitian eksperimen merupakan satu-satunya penelitian tipe penelitian yang lain, dalam menentukan relasi hubungan sebab akibat hal ini dimungkinkan karena dalam penelitian eksperimen peneliti berdaya dan dapat melakukan pengawasan (*control*) terhadap variabel bebas baik sebelum penelitian maupun selama penelitian. Disamping itu dapat pengaruh komponen lain, yang diduga akan mempengaruhi hasil penelitian seperti pengaruh lingkungan sekitar responden penelitian.
- d. Penelitian eksperimen semua pada dasarnya sama dengan penelitian eksperimen murni, bedanya adalah dalam pengontrolan variabel.
- e. Penelitian eksperimen murni (*true experimental*) sesuai dengan namanya merupakan metode eksperimen yang paling mengikuti prosedur dan memenuhi syarat-syarat eksperimen.

### **3.3 Populasi dan Sampel Penelitian**

#### **3.3.1 Populasi Penelitian**

Populasi merupakan semua nilai hasil perhitungan maupun pengukuran, baik kuantitatif maupun kualitatif dari pada karakteristik tertentu mengenai sekelompok objek yang lengkap dan jelas. Menurut Nizar (2016) menyatakan bahwa “populasi merupakan serumpun atau sekelompok objek

yang menjadi sasaran penelitian”. Sugiyono (2014) mengemukakan bahwa “populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya”.

Frankel dan Wallen (Nizar,2016) mengemukakan bahwa “populasi ada dua macam, yaitu populasi target (*target population*) dan populasi yang dapat diakses (*Accessible population*). Populasi target merupakan populasi aktual kemana peneliti benar-benar ingin menggeneralisasikan hasil penelitiannya (pilihan ideal). Populasi yang dapat diakses merupakan populasi yang dapat diakses merupakan populasi kemana peneliti mampu menggeneralisasikan hasil penelitiannya (pilihan realistik).

Berdasarkan pendapat diatas maka peneliti menyimpulkan bahwa populasi merupakan keseluruhan objek atau subjek yang menjadi sasaran peneliti untuk memperoleh data yang dibutuhkan oleh peneliti. Populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak  $\pm 300$  orang.

### **3.3.2 Sampel Penelitian**

Sampel merupakan sebagian dari populasi yang mewakili karakteristik secara menyeluruh dalam suatu penelitian. Nizar (2016) mengatakan bahwa “sampel merupakan sebagian dari objek yang akan diteliti dan dipilih sedemikian rupa sehingga mewakili keseluruhan objek (populasi) yang ingin diteliti”. Sugiyono (2014) mengemukakan bahwa “sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.

Dimana menurut Arikunto (2002) *accidental sampling* adalah mengambil responden sebagai sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data.

### **3.4 Defenisi Operasional**

Untuk menyusun instrument penelitian terlebih dahulu peneliti merumuskan definisi operasional masing-masing variabel yang dapat diukur secara jelas tentang apa yang akan dibahas dalam penelitian ini diantaranya pelayanan karyawan (variabel X) dan kepuasan konsumen (variabel Y).

Pelayanan adalah salah satu yang harus dilakukan atau diberi setiap perusahaan untuk menarik minat konsumen. Apabila layanan yang diberikan sesuai dengan kemauan maka kualitas layanan yang dipersepsikan baik dan memuaskan. Dan apabila pelayanan melebihi apa yang diharapkan, maka dapat dikatakan pelayanan yang ideal. Baik tidaknya layanan tergantung pada kemampuan penyediaan layanan dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan konsumen yang merasa puas. Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat antara lain pengaruh antara perusahaan dan konsumen menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembeli ulang dan terciptanya loyalitas konsumen, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of-mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan.

### 3.5 Instrumen Penelitian

Salah satu pola prosedur yang tidak bias diabaikan oleh peneliti adalah menentukan serta menyusun instrumen yang dilakukan pada penelitian. Menurut Arikunto (2010) mengemukakan bahwa “instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam pengumpulan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik, dalam arti lebih cermat, lengkap, dan sistematis sehingga lebih mudah diolah”. Sedangkan menurut Sugiyono (2015) “instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati”. Kemudian Bungin (2010) “instrumen penelitian hanyalah pelengkap dari sekian banyak alat-alat bantu penelitian yang diperlukan oleh peneliti pada pengumpulan data yang menggunakan instrumen penelitian”.

Dari beberapa pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian adalah alat bantu yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data sehingga pekerjaan peneliti lebih mudah dan sistematis. Oleh karena itu baik tidaknya suatu penelitian didasarkan atas baik tidaknya instrumen yang digunakan. Dengan adanya instrumen penelitian maka bias mempercepat peneliti mengumpulkan data yang diterima lebih akurat serta dapat dipercaya kebenarannya.

Untuk menyusun instrumen penelitian terlebih dahulu peneliti merumuskan defenisi operasional masing-masing variabel yang dapat diukur secara jelas tentang apa yang akan dibahas dalam penelitian ini diantaranya pelayanan karyawan (variabel X) dan kepuasan konsumen (variabel Y).



Adapun indikator dari pelayanan adalah sebagai berikut: 1. *Tangible* (bukti langsung), 2. *Reability* (keadaan), 3. *Responsiveness* (daya tanggap), 4. *Empaty* (kepedulian), 5. *Assurance* (jaminan). Dari kelima indikator dapat disusun instrument 20 butir Pertanyaan. Adapun kisi-kisi instrument penelitian tentang strategi pemasaran adalah sebagai berikut.

**Tabel 3.2 Kisi-kisi Instrumen Pelayanan Usaha Dagang Berkah Jaya**

Adapun indikator dari pelayanan karyawan adalah sebagai berikut.

No	Indikator	Butir angket	Nomor soal
1	<i>Tangible</i> ( Bukti langsung )	4	1,2,3,4
2	<i>Reability</i> (Keandalan)	4	5,6,7,8
3	<i>Responsiveness</i> (Daya tanggap)	4	9,10,11,12
4	<i>Assurance</i> (Jaminan)	4	13,14,15,16
5	<i>Empaty</i> (Kepedulian)	4	17,18,19,20
	Jumlah		20

Berikutnya akan di tuliskan secara rinci indikator dari kepuasan konsumen yaitu sebagai berikut: 1. Harapan, 2. Kinerja, 3. Kesesuaian, 4. Penegasan, 5. Ketidak sesuaian. Dari kelima indicator dapat disusun instrument 20 butir pertanyaan. Adapun kisi-kisi instrument penelitian tentang kepuasan konsumen adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.3 Kisi-kisi Instrumen Kepuasan Konsumen Usaha Dagang Berkah Jaya**

No	Indikator	Butir Angket	Nomor soal
1	Harapan	5	1,2,3,4,5
2	Kinerja	5	6,7,8,9,10
3	Kesesuaian	4	11,12,13,14
4	Penegasan	3	15,16,17
5	Ketidak sesuaian	3	18,19,20
	Jumlah		20

### 3.6 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan hal terpenting, karena sedikitnya ada kesalahan dalam penelitian akan sangat berpengaruh data yang diberikan oleh responden. Sebagaimana menurut Sugiyono (2015) menyatakan bahwa “teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan penelitian adalah mendapatkan data”. Sedangkan menurut Ulber (2012) menyatakan bahwa “teknik pengumpulan data merupakan suatu proses mendapatkan data empiris melalui responden dengan menggunakan metode tertentu. Sedangkan menurut Sugiyono (2015) cara mengumpulkan data dapat dilakukan dengan tehnik:

1. *Interview* (wawancara) digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil.
2. *Kusioner* (angket) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.
3. *Observasi* sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesipik bila dibandingkan dengan tehnik yang lain, yaitu wawancara dan kusioner.

Berdasarkan beberapa pendapat diatas, dapat disimpulkan bahwa teknik pengumpulan data adalah prosedur sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan. Dari beberapa tehnik pengumpulan data diatas, dalam penelitian ini peneliti untuk menjaring data yang dibutuhkan pada penelitian

ini, maka penulis menggunakan teknik pengumpulan data dengan dua cara yaitu angket (*kusioner*) dan dokumentasi.

### **3.7 Angket**

Untuk memperoleh data variabel X, peneliti menggunakan metode pengumpulan data dengan angket atau kusioner, dengan membagikan sejumlah angket berisi pertanyaan atau pernyataan untuk dijawab oleh responden. Angket merupakan lembar pertanyaan atau pernyataan yang harus diisi oleh responden. Menurut Bungin (2010) menyatakan bahwa “Angket merupakan serangkaian alat daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis, kemudian dikirim untuk diisi oleh responden”. Selanjutnya menurut Sugiyono (2014) “*kusioner* (angket) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya”.

Dari uraian yang telah dikemukakan oleh para ahli diatas maka penulis dapat menyimpulkan bahwa angket adalah sejumlah pertanyaan tertulis atau teknik pengumpulan data dimana partisipan /responden mengisi pertanyaan atau pernyataan kemudian diisi dengan lengkap oleh responden.

### **3.8 Tehnik Analisis Data**

Analisis data adalah cara mengelola data hasil penelitian sehingga membuktikan kebenaran hipotesis yang diajukan. Untuk mendapatkan pengaruh dari variabel maka peneliti melakukan analisis terhadap data yang diperoleh dalam pengolahan data penelitian ini menggunakan beberapa model analisis diantaranya sebagai berikut:

### 3.8.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah salah satu tehnik yang bertujuan untuk menggambarkan tentang kedua variabel yaitu pelayanan karyawan (variabel X) dan kepuasan konsumen (variabel Y). analisis deskriptif ini dilakukan berupa penentuan mean, median, modus, serta distribusi frekuensi, dan grafik histogram, dalam pengolahan data digunakan dengan melalui perhitungan manual.

**Tabel 3.4 Kriteria Penilaian Pelayanan di Grosir Usaha Dagang Berkah Jaya**

Presentase Nilai	Nilai	Nilai rata-rata	Penilaian	Keterangan
8-10	80-100	3,1-4	A	Sangat baik
7-7,9	70-79	2,1-3	B	Baik
6-6,9	60-69	1,1-2	C	Cukup
5-5,9	50-59	1	D	Kurang
0-4,9	0-49	0	E	Gagal

### 3.8.2 Analisis Statistik Inferensial

Tehnik analisis statistik inferensial digunakan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan di awal penelitian yaitu terdapat pengaruh yang signifikan antara pengaruh pelayanan karyawan terhadap kepuasan konsumen di Grosir Usaha Dagang Berkah Jaya, apakah diterima, atau ditolak. Menurut Sugiyono (2015) “statistik inferensial adalah tehnik statistik yang digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi”. Dalam pengujian ini dilakukan dengan menggunakan rumus korelasi “r” *product moment* dengan rumus :

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\}\{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

$r_{xy}$  : indeks korelasi *product moment*

$N$  : Jumlah sampel

$\sum x$  : jumlah variabel X

$\sum y$ : jumlah variabel Y

$\sum X^2$ :jumlah kuadrat variabel X

$\sum Y^2$ :jumlah kuadrat variabel Y

$\sum XY$ :hasil kali variabel X dan Y

Kemudian untuk melihat sejauh mana pengaruh yang signifikan antara kedua variabel digunakan uji t-test (“t”test).

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

$t$  = koefisien pengaruh

$n$  = banyaknya sampel

$r$  = koefisien korelasi

$r^2$  = kuadrat koefisien korelasi

Kemudian untuk melihat berapa persen pengaruh keduanya maka digunakan rumus koefisien determinasi dengan rumus :

$$KD (R) = (r)^2 \times 100\%$$

Keterangan :

$KD (R)$  : koefisien determinasi

$r^2$  : kuadrat koefisien *product moment*

## **BAB 4**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

##### **4.1.1 Keadaan Geografis**

Grosir usaha Dagang Berkah Jaya beralamatkan di jl.Gunungtua Binanga Desa Lantosan 1Kecamatan Portibi Kabupaten Padang Lawas Utara yang terletak di provinsi Sumatera Utara yang mempunyai luas wilayah 4.367 km dengan batas-batas sebagai berikut :

Sebelah Utara : Berbatasan dengan Kab. Labuhan Batu Selatan

Sebelah Selatan : Berbatasan dengan Kab. Padang Lawas

Sebelah Barat : Berbatasan dengan Kab. Tapanuli Selatan

##### **4.1.2 Demografi**

Secara demografi Grosir Usaha Dagang Berkah Jaya masuk kedalam kecamatan portibi, Kecamatan Portibi terdiri dari 36 Desa dengan jumlah penduduk sebanyak 29.327 jiwa (sumber. Statistik Kabupaten Padang Lawas Utara, Tahun 2023).

##### **4.1.3 Deskriptif Data**

Data yang telah dikumpulkan dari lapangan terdapat 36 orang responden dianalisis untuk memberikan gambaran tentang pengaruh pelayanan karyawan terhadap kepuasan konsumen Grosir Usaha Dagang Berkah Jaya, selanjutnya dilakukan perhitungan data tersebut untuk memberikan gambaran kedua variabel sekaligus penafsirannya. Sebelum dilakukan deskripsi data terhadap kedua variabel penelitian, yaitu pelayan karyawan sebagai variabel bebas (x) dan kepuasan konsumen sebagai variabel terikat (y), maka terlebih dahulu

disajikan data hasil penelitian yang diperoleh dari lapangan, data yang dimaksud adalah karyawan dan kepuasan konsumen dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.1 Data pelayanan karyawan terhadap kepuasan konsumen pada Grosir Usaha Dagang Berkah Jaya**

No	Variabel X		Variabel Y	
	Nama Responden	Nilai	Nama Responden	Nilai
1	Mh	85	Mh	74
2	Ah	87	Ah	77
3	Th	74	Th	80
4	Wth	88	Wth	85
5	Sd	86	Sd	86
6	Tl	81	Tl	85
7	Ds	84	Ds	86
8	Mw	75	Mw	78
9	Ks	80	Ks	83
10	Sh	84	Sh	79
11	Wh	67	Wh	70
12	Dh	66	Dh	68
13	Ts	71	Ts	73
14	Rs	71	Rs	75
15	Rr	72	Rr	71
16	Ih	80	Ih	80
17	Bh	81	Bh	85
18	Cb	78	Cb	80
19	Eh	72	Eh	75
20	Rj	67	Rj	70
21	Ss	77	Ss	77
22	Bth	78	Bth	79
23	My	68	My	70
24	Ah	93	Ah	90
25	Ps	85	Ps	89
26	Ed	73	Ed	75
27	Th	73	Th	75
28	Rd	72	Rd	73
29	As	89	As	88
30	Jb	79	Jb	76
31	Ah	72	Ah	76
32	Mh	68	Mh	71
33	Hh	71	Hh	74
34	Ah	79	Ah	78

35	Sh	81	Sh	86
36	Th	73	Th	75
37	AF	67	AF	90
38	Rh	80	Rh	89
39	Kk	82	Kk	75
40	Ms	66	Ms	75
41	Rk	92	Rk	72
42	Mn	85	Mn	86
43	Br	70	Br	75
44	Mp	72	Mp	75
45	Cr	64	Cr	70
46	Kl	81	Kl	73
47	Mr	73	Mr	77
48	Z	73	Z	86
49	Sr	67	Sr	73
50	Pr	75	Pr	77
51	Gs	81	Gs	68
52	R	83	R	75
53	Cr	76	Cr	75
54	Mn	67	Mn	86
55	N	71	N	72
56	Ss	89	Ss	77
57	Kh	75	Kh	68
58	Rs	71	Rs	73
59	P	79	P	77
60	R	84	R	86

#### 4.1.4 Hasil Penelitian

##### a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui seberapa cermat suatu instrument atau item-item dalam mengukur apa yang ingin diukur. Item kuesioner yang tidak valid berarti dapat mengukur apa yang ingin diukur sehingga hasil yang didapat tidak akan dipercaya, sehingga item yang tidak valid harus dibuang atau diperbaiki.



**Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X)**

<b>Pernyataan</b>	<b>R<sub>hitung</sub></b>	<b>R<sub>tabel</sub></b>	<b>Keterangan</b>
Item 1	0,304	Instrumen valid jika $R_{hitung} > R_{tabel}$ . Dengan $df = n - 2 = 60 - 2 = 58$ dengan taraf signifikan 0,05 maka nilai $R_{tabel}$ sebesar 0,2542.	Valid
Item 2	0,309		Valid
Item 3	0,380		Valid
Item 4	0,284		Valid
Item 5	0,299		Valid
Item 6	0,331		Valid
Item 7	0,512		Valid
Item 8	0,472		Valid
Item 9	0,576		Valid
Item 10	0,573		Valid
Item 11	0,470		Valid
Item 12	0,537		Valid
Item 13	0,478		Valid
Item 14	0,557		Valid
Item 15	0,573		Valid
Item 16	0,528		Valid
Item 17	0,409		Valid
Item 18	0,314		Valid
Item 19	0,279		Valid
Item 20	0,282		Valid

Berdasarkan hasil uji validitas kualitas pelayanan diatas dapat disimpulkan bahwa angket mengenai kualitas pelayanan 1 sampai 20 dinyatakan valid, karena  $R_{hitung} > R_{tabel}$  dengan  $df = 60 - 2 = 58$  maka diperoleh  $R_{tabel}$  adalah 0,2542. Sehingga 20 item pertanyaan kualitas pelayanan dinyatakan valid.

**Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Kepuasan Pembelian Konsumen**

<b>Pernyataan</b>	<b>R<sub>hitung</sub></b>	<b>R<sub>tabel</sub></b>	<b>Keterangan</b>
Item 1	0,508	Instrumen valid jika $R_{hitung} > R_{tabel}$ . Dengan $df = n - 2 = 60 - 2 = 58$ dengan taraf signifikan 0,05 maka nilai $R_{tabel}$ sebesar 0,2542.	Valid
Item 2	0,538		Valid
Item 3	0,516		Valid
Item 4	0,584		Valid
Item 5	0,562		Valid
Item 6	0,629		Valid
Item 7	0,368		Valid
Item 8	0,372		Valid
Item 9	0,388		Valid

Item 10	0,324		Valid
Item 11	0,352		Valid
Item 12	0,329		Valid
Item 13	0,296		Valid
Item 14	0,375		Valid
Item 15	0,510		Valid
Item 16	0,320		Valid
Item 17	0,291		Valid
Item 18	0,447		Valid
Item 19	0,280		Valid
Item 20	0,320		Valid

Berdasarkan hasil uji validitas kepuasan pembelian konsumen diatas dapat disimpulkan bahwa angket mengenai kualitas pelayanan 1 sampai 20 dinyatakan valid, karena  $R_{hitung} > R_{tabel}$  dengan  $df = 60 - 2 = 58$  maka diperoleh  $R_{tabel}$  adalah 0,2542. Sehingga 20 item pertanyaan kualitas pelayanan dinyatakan valid.

#### b. Uji Reabilitas

Realibilitas adalah untuk mengetahui sejumlah mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula. Pada program SPSS, metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Metode Alpha Cronbach yang dimana suatu instrument penelitian dikatakan reliable, bila koefisien menggunakan batasan 0,6.

**Tabel 4.4 Hasil Uji Reabilitas**

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan	0,752	Reliabel
2	Kepuasan Pembelian	0,749	Reliabel

#### c. Uji Normalitas

Pengujian normalitas dengan tujuan melihat apakah suatu data terdistribusi dengan normal atau tidak. Uji normalitas data yang digunakan dalam bentuk

penelitian ini adalah menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov Test. Dan dikatakan terdistribusi normal apabila nilai signifikansi dari pengujian Kolmogorov-Smirnov Test  $> 0,05$  (5%). Data hasil pengujian dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	5.62894136
Most Extreme Differences	Absolute	.108
	Positive	.108
	Negative	-.085
Test Statistic		.108
Asymp. Sig. (2-tailed)		.081 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa uji normalitas dengan menggunakan Kolmogorov-Smirnov Test hanya dengan melihat nilai Asymp. Sig. (2-tailed) pada output SPSS 23. Dapat terlihat bahwa data Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar  $0,081 > 0,05$  (5%), sehingga data pada penelitian ini berdistribusi normal.

#### d. Uji Statistik Deskriptif

**Tabel 4.6 Hasil Uji Statistik Deskriptif**

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X	60	64	93	76.72	7.268
Y	60	65	90	77.63	6.378
Valid N (listwise)	60				

Berdasarkan hasil uji deskriptif di atas, dapat kita gambarkan distribusi data yang didapat dari peneliti adalah:

1. Variabel X dari data tersebut bisa dideskripsikan bahwa nilai minimum 64, nilai maksimum 93, sedangkan nilai rata-rata (mean) 76,72 dan adapun standar deviasi data X adalah 7,268.
2. Variabel Y dari data tersebut bisa dideskripsikan bahwa nilai minimum 65, nilai maksimum 90, sedangkan nilai rata-rata (mean) 78,19 dan adapun standar deviasi data Y adalah 6,378.

e. Uji T

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) secara parsial mempengaruhi variabel dependen (Y), dengan ketentuan apabila tingkat signifikansi  $< \alpha$  (0,05). Berikut tabel hasil uji t.

**Tabel 4.7 Hasil Uji T**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	35.125	10.286		3.415	.001
Kepuasan Konsumen	.536	.132	.470	4.057	.000
(Constant)	45.979	7.837		5.867	.000
Pelayanan Karyawan	.413	.102	.470	4.057	.000

Berdasarkan hasil uji signifikansi parsial (uji t) dapat dilihat dengan nilai Signifikansi dari variabel kualitas pelayanan karyawan  $0,000 < 0,05$  kemudian nilai  $T_{hitung}$  3,415 sedangkan  $t_{tabel}$  1,672, sehingga  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $4,057 > 1,672$ ). Maka dapat disimpulkan kualitas pelayanan karyawan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan hasil uji signifikansi parsial (uji t) dapat dilihat dengan nilai Signifikansi dari variabel kualitas pelayanan karyawan  $0,000 < 0,05$  kemudian nilai  $T_{hitung}$  5,867 sedangkan  $t_{tabel}$  1,672,

sehingga  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $4,057 > 1,672$ ). Maka dapat disimpulkan kualitas pelayanan karyawan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen

Berdasarkan hasil dari uji t pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel di atas dapat berpengaruh setiap variabel dimana nilai  $T_{tabel}$  yang diperoleh dari rumus  $df = n - k - 1$ , dimana  $n =$  jumlah sampel dan  $k =$  jumlah variabel independen, jadi  $df = 60 - 2 - 1 = 57$  Dengan pengujian dua sisi (signifikansi = 0,05) diperoleh  $T_{tabel}$  sebesar 1,672.

Berdasarkan hasil uji signifikansi parsial (uji t) dapat dilihat dengan nilai Signifikansi dari variabel kualitas pelayanan karyawan  $0,000 < 0,05$  kemudian nilai  $T_{hitung}$  4,057 sedangkan  $t_{tabel}$  1,672, sehingga  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $4,057 > 1,672$ ). Maka dapat disimpulkan kualitas pelayanan karyawan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

## **BAB 5**

### **PEMBAHASAN**

Berdasarkan pengolahan Data diperoleh nilai uji t sebesar 4,057 dengan nilai sig=0,000 pada taraf kepercayaan 95% atau tingkat kesalahan 5%. Dengan demikian maka dapat diketahui bahwa nilai sig lebih kecil dari  $\alpha=0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ). Artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan karyawan terhadap kepuasan pembelian konsumen Grosir Usaha Dagang Berkah Jaya.

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, dapat dilihat bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Ini artinya bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang Usaha Dagang Berkah Jaya berikan kepada konsumen, maka akan semakin meningkat pula tingkat kepuasan konsumen terhadap Grosir Usaha Dagang Berkah Jaya. konsumen banyak memilih melakukan pembelian di Usaha Dagang Berkah Jaya karena lokasi Grosir yang mudah dijangkau dan juga tersedia banyak barang yang diinginkan oleh konsumen.

Dengan begitu hal ini membuktikan bahwa salah satu cara untuk memuaskan pelanggan adalah dengan cara memberikan pelayanan dengan sebaik-baiknya. Dengan adanya pelayanan yang baik, maka terciptalah kepuasan pelanggan. Setelah pelanggan merasa puas dengan produk dan jasa yang diterima, pelanggan akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila pelanggan benar-benar telah merasa puas, pelanggan akan melakukan pembelian ulang dan pelanggan akan bercerita kepada banyak orang bahwa perusahaan tersebut sangat bagus dan akan bersedia untuk merekomendasikan kepada orang lain untuk berbelanja ditempat yang sama. Maka dari itu, perusahaan dari sekarang harus

memikirkan dengan matang betapa pentingnya pelayanan terhadap pelanggan melalui kualitas pelayanan.

Dalam hal ini diperkuat dengan kajian yang relevan seperti penelitian yang terdahulu dimana Sabariah, yang berjudul “ pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan rumah tangga Pada PT. PLN (Persero) Rayon Samarinda Ulu”. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur kekuatan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PLN (Persero) Rayon Samarinda Ulu. Populasi yang diambil dalam penelitian ini menggunakan metode sampling random (*probality sampling*), sedangkan jenis *probality sampling* yang digunakan adalah *Cluter Sampling*. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah korelasi statistic parametris. Yaitu koefisien product moment dan analisis beregresi linier sederhana. Berdasarkan analisis data dan pengajuan hipotesis diketahui bahwa kedua vaiabel yaitu kualitas pelayanan (X) dan kepuasan pelanggan (Y) mempunyai pengaruh yang positif dan sedang. Hal ini dibuktikan dengan  $r=0,85$  dimana pedoman untuk memberikan interprestasi yang berada pada interval 0,80-1,00 yang masuk kategori sangat. Kualitas pelayanan pada PT. PLN (Persero) Rayon Samarinda Ulu memiliki pengaruh yang kuat terhadap kepuasan pelanggan yaitu sebesar 72,25%, oleh karena itu kualitas pelayanan pada PT.PLN (Persero) Rayon Samarinda Ulu harus dipertahankan dan ditingkatkan lagi agar kualitas pelayanan yang sudah ada dapat lebih baik guna memberikan kepuasan kepada pelanggan.

Demikian pula penelitian yang dilakukan oleh Jimmy dkk, (2013) yang berjudul “Analisa Service Quality, Food Quality, dan Price Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Yung Ho Surabaya”. Penelitian ini bertujuan untuk

menganalisa pengaruh dari service Quality, Food Quality, dan Price terhadap kepuasan pelanggan di Yung Ho Surabaya serta mengetahui factor mana yang berpengaruh dominan terhadap customer satisfaction diperusahaan tersebut. Penelitian ini dilaksanakan dengan menyebarkan kusioner pada 100 responden konsumen dari Yung Ho Restaurany Surabaya. Alat analisa yang digunakan untuk mengukur pengaruh service quality , Food Quality dan Price terhadap kepuasan pelanggan adalah analisa regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan keenam variabel service Quality, Food Quality dan Price berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Yung Ho Restaurant Surabaya. Sedangkan faktor yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan di restoran ini adalah service Quality.

Berdasarkan hasil penelitian yang relevan diatas, hal yang menjadi perbedaan dengan penelitian yang sekarang mengenai perbedaan indicator yang dibahas dan perbedaan tempat penelitian. Selanjutnya dalam penelitian yang relevan dan penelitian yang sekarang sama-sama mengkaji masalah pelayanan karyawan dan kepuasan konsumen.

Berdasarkan dari penelitian diatas, dapat disimpulkan bahwa pelayanan dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Dengan kata lain terdapat pengaruh signifikan antara “pengaruh pelayanan karyawan terhadap kepuasan pembelian konsumen Grosir Usaha Dagang Berkah Jaya”.



## BAB 6

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang diperoleh, dengan tujuan untuk melihat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pembelian pada Grosir Usaha Dagang Berkah Jaya, maka penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Gambaran pelayanan karyawan diperoleh skor rata-rata sebesar 76,72. Apabila dikonsultasikan pada kriteria penilaian yang ditetapkan pada Bab III tabel 3.2, maka posisi pelayanan karyawan masuk pada kategori “baik”.
2. Gambaran kepuasan konsumen Grosir Usaha Dagang Berkah Jaya diperoleh nilai skor rata-rata sebesar 77,63. Apabila dikonsultasikan pada kriteria penilaian yang terdapat pada Bab III table 3.2, maka posisi keberadaan kepuasan konsumen Grosir Usaha Dagang Berkah Jaya masuk pada kategori “baik”.
3. Dari hasil penelitian diperoleh nilai  $t_{hitung}=4,057$  Sedangkan  $t_{tabel}=1,672$  dengan nilai  $sig=0,00$  pada taraf kepercayaan 95% atau tingkat kesalahan 5%  $=0,05$  maka nilai  $sig$  lebih besar dari  $\alpha$  atau  $0,00 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan terdapat pengaruh pelayanan karyawan terhadap kepuasan pembelian konsumen Usaha Dagang Berkah Jaya.

## 6.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi hasil penelitian yang telah dipaparkan pada pembahasan sebelumnya, maka dalam hal ini peneliti menyarankan beberapa hal :

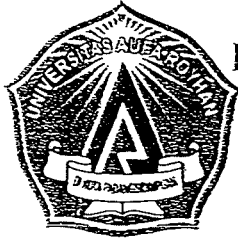
1. Untuk karyawan, sebagai dorongan dan motivasi lebih aktif dalam memberikan pelayanan yang terbaik untuk mencapai kepuasan konsumen.
2. Bagi pemilik, diharapkan dapat meningkatkan dan memberikan dorongan terhadap karyawan agar memberikan pelayanan yang lebih baik untuk mencapai kepuasan pelanggan di Grosir Usaha Dagang Berkah Jaya.
3. Bagi peneliti selanjutnya, bahwa hasil penelitian ini dapat digunakan untuk melanjutkan penelitian yang berhubungan dengan pelayanan karyawan terhadap kepuasan pembelian konsumen pada Usaha Dagang lainnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Apriyani dan Sunarti. 2010. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (survei pada konsumen The Little A Coffe Shop Sidoarjo). jurnalAdministrasi. Vol X. No.1 Arikunto, Suharsimi.2010.Prosedur Penelitian. Jakarta: Rineka Cipta Bungin, Burhan. 2010. Metodologi Penelitian Kuantitatif.Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP
- Fandy Tjiptono. 2012. Pemasaran Strategik. Yogyakarta: Andi Fandy Tjiptono & Anastasia Diana. 2015. Strategi Pemasaran, Edisi 4, AndiOffset, Yogyakarta.
- \_\_\_\_\_. (2016). Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, dan Penelitian),Yogyakarta: Andi.
- Kotler, dan Keller. 2012. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga
- Kurnia dan Suwiknyo. 2018. Kepuasan Konsumen: Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi. Jurnalbalance. Vol XV No. 1
- Irawan. 2005. Asas-Asas Marketing. Yogyakarta: Basu Swastha
- Jimmy dkk, (2013) yang berjudul Analisa Pengaruh Service Quality, Food Quality, dan price Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Yung Ho Surabaya.
- Loveloek. 2007. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: PT.INDEKS
- \_\_\_\_\_. 2011. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: PT. INDEKS Nazir. 2011. Metode penelitian. Bogor: Ghalia Indonesia
- Nizar 2016. Metode Penelitian Pendidikan. Medan: Cipta Pustaka Media
- Sabariah. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Tangga Pada PT PLN (Persero) Rayon Samarinda Ulu Jurnal Ilmu Administrasi Negara. ISSN. 210-1221. Vol. 3 No.4 Rumah
- Setyiosari. 2010. Metode Penelitian Pendidikan dan Pengembangan. Jakarta: Kencana
- Sugiyono 2014. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif. Bandung: Alfabeta
- \_\_\_\_\_.2015.Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif,dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiarto dan Sugiharto. 2013. Analisis Pengaruh Service, Quality, Food Quality, dan Price Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Yung Ho Surabaya. Jurnal Manajemen PemasaranPetra. Vol.1 No. 2Fandy Tjiptono. 2012. Pemasaran Strategik. Yogyakarta: Andi
- Sukmadinata 2010. Metode Penelitian Pendidikan. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Supranto. 2006. Pengukuran Tingkat Kepuasan untuk Menaikkan peringkat Pasar. Jakarta: Rineka Cipta
- Syah, Muhibbin. 2010.psikologi pendidikan. Bandung. PT Remaja Rosda Karya.
- Ulber. 2012. Metode penelitian Sosial. Bandung: PT Refika Aditama Usman. 2008. Metodologi. Penelitian Sosial. Jakarta: Bumi Aksara

Wilkie, W. (2015). Customer Behavior (Third Edition). New York: Jhon Wiley & Sons, Inc.

Zeithaml, Bitner, danGremler. (2009) Service Marketing. Integrating Customer Focus Across The Firm



UNIVERSITAS AFA ROYHAN DI KOTA PADANGSIDEMPUNAN  
FAKULTAS BISNIS DAN PENDIDIKAN TERAPAN

Berdasarkan SK Menristekdikti RI Nomor 461/KPT/2019, 17 Juni 2019  
Jl. Raja Inal Siregar Kel. BatunaduaJulu, Kota Padangsidempuan 22733  
Telp. (0634) 7366507 Fax. (0634) 22684  
e-mail: afa.royhan@yahoo.com http:// unar.ac.id

Nomor : 362/ FBPT/UNAR/I/PM/VII/2024 Padangsidempuan, 6 Juli 2024  
Lampiran : -  
Perihal : Izin Survev Pendahuluan

Kepada Yth.  
UD BERKAH JAYA  
Di

Tempat

Dengan hormat,

Dalam rangka penyelesaian studi pada Program Pendidikan Kewirausahaan Program Sarjana di Universitas Afa Royhan Di Kota Padangsidempuan, kami mohon bantuan saudara agar kepada mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Harahap Toga Langit Harahap

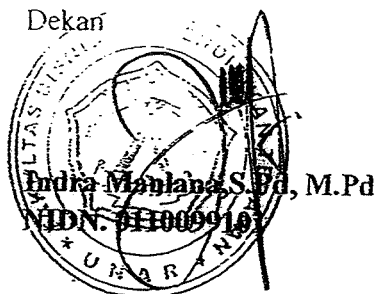
NIM : 200900006

Program Studi : Pendidikan Kewirausahaan Program Sarjana

Dapat diberikan Izin Survey Pendahuluan di UD Berkah Jaya untuk penulisan Skripsi dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pembelian Konsumen Pada Grosir UD Berkah Jaya".

Demikian kami sampaikan atas perhatian dan bantuan saudara kami ucapkan terimakasih.

Dekan



**UD BERKAH JAYA**  
**Jalan Lintas, Gunung Tua Binanga Desa Lantosan I**  
**No.Hp. 0813-9606-5361**

---

Lantosan , 8 Juli 2024

Nomor : 476 / DS-K12 / VII / 2024

Lampiran : -

Perihal : Balasan Izin Survey Pendahuluan

Kepada Yth:

Dekan Fakultas Bisnis dan

Pendidikan Terapan

Universitas Aufa Royhan

Kota Padangsidempuan

di:

Tempat

Dengan Hormat,

Menindak lanjuti surat saudara No. 362/FBT/UNAR/PM/VII/2024, tanggal 6 Juli 2024 tentang permohonan izin Survey Pendahuluan untuk menyelesaikan Program Studi Kewirausahaan Program Sarjana di Universitas Aufa Royhan Padangsidempuan.

Oleh:

Nama : Harahap Toga Langit Harahap

NIM : 20090006

Program Studi : Kewirausahaan Program Sarjana

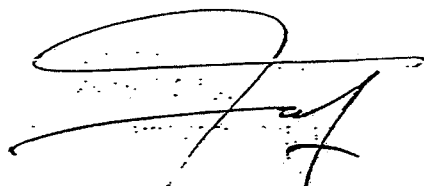
Judul : ~~Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan~~

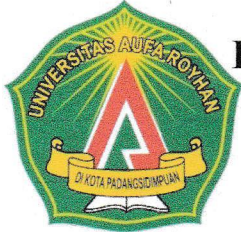
Pembelian Konsumen Pada Grosir Usaha Dagang Berkah Jaya

Dengan ini memberikan izin kepada mahasiswa untuk melaksanakan izin survei di Pada Grosir Usaha Dagang Berkah Jaya, sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian kami sampaikan atas perhatian dan kerja sama kami ucapkan terimakasih.

**Pemilik Usaha Dagang Berkah Jaya**  
**Lantosan I**

  
**AMRIN HARAHAP, SE**



**UNIVERSITAS AUFA ROYHAN DI KOTA PADANGSIDIMPUAN**  
**FAKULTAS BISNIS DAN PENDIDIKAN TERAPAN**

Berdasarkan SK Menristekdikti RI Nomor: 461/KPT/I/2019, 17 Juni 2019  
Jl. Raja Inal Siregar Kel. BatunaduaJulu, Kota Padangsidempuan 22733.  
Telp.(0634) 7366507 Fax. (0634) 22684  
e -mail: aufa.royhan@yahoo.com http://: unar.ac.id

Nomor : 362/ FBPT/UNAR/I/PM/VII/2024 Padangsidempuan, 26 Juli 2024  
Lampiran : -  
Perihal : Izin Penelitian

Kepada Yth.  
UD BERKAH JAYA  
Di

**Tempat**

Dengan hormat,

Dalam rangka penyelesaian studi pada Program Pendidikan Kewirausahaan Program Sarjana di Universitas Aufa Royhan Di Kota Padangsidempuan, kami mohon bantuan saudara agar kepada mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Harahap Toga Langit Harahap

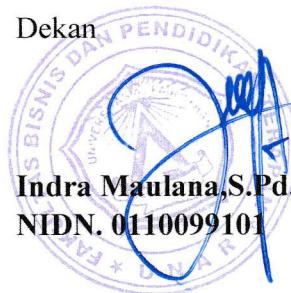
NIM : 20090006

Program Studi : Pendidikan Kewirausahaan Program Sarjana

Dapat diberikan Izin Penelitian di UD Berkah Jaya untuk penulisan Skripsi dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pembelian Konsumen Pada Grosir UD Berkah Jaya".

Demikian kami sampaikan atas perhatian dan bantuan saudara kami ucapkan terimakasih.

Dekan



**Indra Maulana, S.Pd, M.Pd**  
**NIDN. 0110099101**

**UD BERKAH JAYA**  
**Jalan Lintas, Gunung Tua Binanga Desa Lantosan I**  
**No.Hp. 0813-9606-5361**

---

Lantosan , 29 Juli 2024

Nomor : / 478 / DS-K12/VII/ 2024

Lampiran : -

Perihal : Balasan Izin Penelitian

Kepada Yth:

Dekan Fakultas Bisnis dan

Pendidikan Terapan

Universitas Afa Royhan

Kota Padangsidempuan

di:

Tempat

Dengan Hormat,

Menindak lanjuti surat saudara No. 362/FBT/UNAR/I/PM/VII/2024, tanggal 26 Juli 2024 tentang permohonan izin penelitian untuk menyelesaikan Program Studi Kewirausahaan Program Sarjana di Universitas Afa Royhan Padangsidempuan,

Oleh:

Nama : Harahap Toga Langit Harahap

NIM : 20090006

Program Studi : Kewirausahaan Program Sarjana

Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan

Pembelian Konsumen Pada Grosir Usaha Dagang Berkah Jaya

Dengan ini memberikan izin kepada mahasiswa untuk melaksanakan izin penelitian di Pada Grosir Usaha Dagang Berkah Jaya, sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian kami sampaikan atas perhatian dan kerja sama kami ucapkan terimakasih.

Pemilik Usaha Dagang Berkah Jaya  
Lantosan I

  
**AMRIN HARAHAP, SE**



## ANGKET KEPUASAN KONSUMEN

### A. Pengantar

1. Angket ini bertujuan untuk menyaring data dari konsumen yang berkunjung.
2. Jawaban anda tidak mempengaruhi kedudukan anda di perusahaan ini.
3. Jawaban anda akan dijaga kerahasiaannya.

Nama :

Umur :

### B. Petunjuk

1. bacalah teks dan pernyataan secara seksama.
2. Pilihlah salah satu jawaban yang tersedia dengan memberikan tandaceklis ( $\checkmark$ ) pada salah satu jawaban yang paling dianggap benar beri tanda ceklis ( $\checkmark$ ) pada kolom yang paling sesuai. Setiap responden diharapkan memilih 1 jawaban.

Keterangan Skor penilaian

1. Pilihan jawaban “ Ya” diberi bobot 1.
2. Pilihan jawaban “Tidak” diberi bobot 0.

### C. Pertanyaan

No	Indikator	Pertanyaan	Ya	Tidak	Skor	Nilai
	Harapan	1. Apakah perusahaan perlu menyediakan ruang tunggu pelanggan?				
		2. Apakah perlu adanya penyediaan lahan parkir dan kamar mandi?				
		3. Apakah karyawan perlu memberikan informasi mengenai produk kepada konsumen yang baru berkunjung?				
		4. Apakah karyawan harus berpenampilan menarik?				
		5. Apakah karyawan kurang berlaku sopan?				
	Kinerja	6. Apakah perusahaan harus meningkatkan pelayanan konsumen?				
		7. Apakah karyawan aktif dalam melayani pengunjung?				
		8. Apakah karyawan harus berpakaian rapi dan sopan?				
		9. Apakah perusahaan menyediakan				

		produk sesuai dengan keinginan konsumen?				
		10. Apakah karyawan harus menyusun tempat produk sesuai dengan jenisnya?				
	Kesesuaian	11. Apakah karyawan harus memberikan pelayanan sesuai dengan kondisi konsumen?				
		12. Apakah karyawan tidak membedakan pengunjung yang datang?				
		13. Apakah karyawan tegas dalam mengatasi jika ada masalah dengan konsumen?				
		14. Apakah karyawan grosir memiliki kepribadian yang baik?				
	Penegasan	15. Apakah karyawan sering terlambat datang pada saat hari kerja?				
		16. Apakah karyawan tidak teliti dalam peletakan tempat produk?				
		17. Apakah lokasi Grosir yang terlalu dekat dengan jalan raya mengakibatkan kebisingan?				
	Ketidak sesuaian	18. Apakah banyak produk-produk lama yang masih terpajang?				
		19. Apakah penempatan produk tidak sesuai dengan kondisi ruangan?				
		20. Apakah cara berpakaian dan berbicara karyawan tidak sopan?				

## ANGKET PELAYANAN KARYAWAN

### A. Pengantar

1. Angket ini bertujuan untuk menyaring data dari konsumen yang berkunjung.
2. Jawaban anda tidak mempengaruhi kedudukan anda di perusahaan ini.
3. Jawaban anda akan dijaga kerahasiaannya.

Nama :

Umur :

### B. Petunjuk

1. Bacalah teks dan pertanyaan secara seksama.
2. Pilihlah salah satu jawaban yang tersedia dengan memberikan tanda ceklis ( $\checkmark$ ) pada salah satu jawaban yang paling dianggap benar beri tanda ceklis ( $\checkmark$ ) pada kolom yang paling sesuai. Setiap responden diharapkan memilih 1 jawaban.

Keterangan Skor Penilaian

1. Pilihan jawaban “Ya” diberi bobot 1.
2. Pilihan jawaban “Tidak” diberi bobot 0.

### C. Pertanyaan

NO	Indikator	Pertanyaan	Ya	Tidak	Skor	Nilai
	Bukti langsung	1. Apakah peralatan dan perlengkapan Grosir layak digunakan?				
		2. Apakah kondisi sarana Grosir dapat digunakan dengan baik?				
		3. Apakah karyawan ramah dan profesional dalam melayani?				
		4. Apakah pelayanan dan fasilitas yang diberikan sesuai dengan keinginan konsumen?				
	Kehandalan	5. Apakah pelayanan sudah sesuai dengan yang diharapkan?				
		6. Apakah karyawan harus peduli dan ramah terhadap konsumen?				
		7. Apakah respon dari karyawan cepat?				
		8. Apakah karyawan melakukan pendataan produk dengan baik?				
	Daya tangkap	9. Apakah karyawan menyampaikan informasi dengan jelas?				
		10. Apakah pelayanan administrasi cepat dan tepat?				
		11. Apakah karyawan bersedia membantu konsumen yang				

		berkunjung?				
		12. Apakah karyawan aktif dalam mengatasi jika ada masalah dengan pengunjung?				
	Jaminan	13. Apakah perusahaan menjamin keamanan konsumen grosir?				
		14. Apakah karyawan siap dalam menangani keluhan konsumen?				
		15. Apakah perusahaan mengutamakan kepuasan konsumen?				
		16. Apakah perusahaan tanggung jawab terhadap keselamatan konsumen?				
	Kepedulian/emptik	17. Apakah karyawan memberikan perhatian kepada konsumen?				
		18. Apakah karyawan secara pribadi memberikan perhatian dan akrab terhadap konsumen?				
		19. Apakah karyawan memiliki toleransi dan pengertian terhadap konsumen apabila terjadi masalah?				
		20. Apakah karyawan bersedia membantu konsumen jika mengalami masalah?				

# LAMPIRAN SKRIPSI

## 1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	5.62894136
Most Extreme Differences	Absolute	.108
	Positive	.108
	Negative	-.085
Test Statistic		.108
Asymp. Sig. (2-tailed)		.081 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

## 2. Uji Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X	60	64	93	76.72	7.268
Y	60	65	90	77.63	6.378
Valid N (listwise)	60				



	Sig. (2- tailed)	.4 96	.2 10	.8 03	.1 22		.0 00	.0 00	.0 04	.1 92	.6 38	.7 28	.9 55	.5 67	.6 77	.8 43	.1 17	.0 11	.2 75	.0 26	.2 29	.02 0
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X6	Pears on Correl ation	.2 34	.0 92	.1 48	.1 14	.6 39	.6 1	.4 05	.2 08	.1 21	.1 00	.0 38	- 52	- 08	- 97	- 42	- 95	.2 74	.2 11	.3 85	.1 76	.33 1**
	Sig. (2- tailed)	.0 72	.4 86	.2 59	.3 86	.0 00	.0 00	.0 01	.0 90	.4 48	.2 94	.6 93	.9 54	.4 61	.7 52	.1 34	.0 34	.1 06	.0 02	.1 78	.01 0	
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X7	Pears on Correl ation	.1 78	- 69	.1 27	.2 70	.5 06	.6 05	.5 1	.3 40	.2 78	.1 44	.1 55	.1 70	.1 52	.1 02	.1 19	- 49	- 07	- 46	- 56	- 69	.51 2**
	Sig. (2- tailed)	.1 73	.6 00	.3 35	.0 37	.0 00	.0 00	.0 00	.0 03	.0 60	.2 36	.1 93	.2 48	.4 40	.3 66	.7 12	.1 12	.2 65	.2 34	.6 01	.00 0	
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X8	Pears on Correl ation	.1 97	- 59	.0 58	.1 95	.3 62	.4 08	.5 40	.6 1	.3 22	.3 27	.2 43	.3 08	.1 57	.1 93	.0 08	- 39	- 17	- 27	- 16	- 45	.47 2**
	Sig. (2- tailed)	.1 32	.6 53	.6 61	.1 35	.0 04	.0 01	.0 00	.0 00	.0 11	.0 07	.1 10	.2 32	.1 40	.9 54	.2 89	.0 95	.0 82	.0 98	.2 68	.00 0	
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X9	Pears on Correl ation	.2 05	.2 29	.0 91	.0 63	.1 71	.2 21	.3 78	.6 22	.4 1	.2 32	.3 68	.3 55	.3 53	.2 24	.1 92	.1 40	.0 45	- 89	- 96	- 35	.57 6**
	Sig. (2- tailed)	.1 17	.0 79	.4 87	.6 34	.1 92	.0 90	.0 03	.0 00	.0 01	.0 39	.0 05	.0 06	.0 86	.1 41	.2 87	.7 33	.4 99	.4 65	.7 90	.00 0	
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X10	Pears on Correl ation	.1 24	.1 50	.1 08	.1 90	.0 62	.1 00	.2 44	.3 27	.4 32	.7 1	.4 52	.4 57	.2 11	.2 92	.2 83	.1 54	.0 68	- 64	- 42	.0 09	.57 3**

	Sig. (2- tailed)	.3 47	.2 53	.4 14	.1 46	.6 38	.4 48	.0 60	.0 60	.0 60	.0 60	.0 60	.0 60	.1 05	.0 24	.0 29	.2 41	.6 07	.6 25	.7 48	.9 44	.00 0
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X11	Pears on Correl ation	.0 64	.1 20	.1 45	.0 19	.0 46	.1 38	.1 55	.3 43	.2 68	.7 52	.1 1	.5 05	.2 20	.3 46	.2 47	.0 00	- 50	- 36	- 09	- 85	.47 0**
	Sig. (2- tailed)	.6 29	.3 62	.2 69	.8 85	.7 28	.2 94	.2 36	.0 07	.0 39	.0 00	.0 00	.0 91	.0 07	.0 57	1. 00	.7 04	.3 02	.4 08	.5 17	.00 0	
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X12	Pears on Correl ation	- 0	.1 45	.2 33	.0 94	- 07	.0 52	.1 70	.2 08	.3 55	.4 57	.5 05	.7 1	.4 19	.3 33	.0 94	.0 82	- 40	.0 63	.0 08	- 66	.53 7**
	Sig. (2- tailed)	.6 18	.2 69	.0 74	.4 77	.9 55	.6 93	.1 93	.1 10	.0 05	.0 00	.0 00	.0 00	.0 01	.0 02	.5 33	.7 59	.6 33	.9 49	.6 16	.00 0	
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X13	Pears on Correl ation	- 0	.0 96	.1 74	.0 15	.0 75	.1 08	.1 52	.1 57	.3 53	.2 11	.2 20	.7 19	.4 1	.3 77	.0 06	.2 13	.0 78	.0 22	.0 52	.0 16	.47 8**
	Sig. (2- tailed)	.4 54	.4 65	.1 84	.9 07	.5 67	.9 54	.2 48	.2 32	.0 06	.1 05	.0 91	.0 00	.0 00	.0 17	.0 02	.1 53	.5 68	.8 93	.6 93	.9 04	.00 0
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X14	Pears on Correl ation	.1 17	- 0	.1 52	.0 73	.0 55	.1 02	.1 93	.2 24	.2 92	.3 46	.4 33	.4 77	.4 1	.6 49	.4 47	.2 59	.0 98	.1 87	- 63	.55 7**	
	Sig. (2- tailed)	.3 74	.8 32	.2 47	.5 80	.6 77	.4 61	.4 40	.1 40	.0 86	.0 24	.0 07	.0 01	.0 00	.0 00	.0 00	.0 45	.4 57	.1 53	.6 30	.00 0	
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X15	Pears on Correl ation	.0 87	.0 14	.1 69	.1 04	- 26	- 42	.1 19	.0 08	.1 92	.2 83	.2 47	.3 94	.3 06	.6 49	.5 1	.4 89	.1 17	.2 91	.1 99	.1 03	.57 3**







	Sig. (2- tailed)	.0 02	.0 00		.0 00	.0 00	.0 01	.7 19	.1 81	.2 62	.5 29	.5 62	.7 61	.7 83	.7 61	.7 83	.5 04	.6 90	.8 85	.7 37	.9 52	.00 0	
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	
Y4	Pears on Correl ation	.1 56	.4 39	.4 56		.6 66	.6 15	.3 82	.2 67	.3 91		.1 12	.1 28	- 10	- 26	- 01	- 30	- 73	.1 47	.0 13	.0 80	.0 30	.58 4**
	Sig. (2- tailed)	.2 33	.0 00	.0 00		.0 00	.0 00	.0 03	.0 39	.0 02	.3 93	.3 32	.9 39	.8 41	.4 44	.8 23	.5 77	.7 22	.3 91	.5 46	.8 17	.00 0	
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	
Y5	Pears on Correl ation	.1 15	.4 00	.4 39	.6 66		.6 1	.3 43	.2 04	.2 67		.1 50	.0 30	- 26	.0 12	.1 19	.1 72	.0 45	.0 20	.0 34		.0 16	.56 2**
	Sig. (2- tailed)	.3 80	.0 02	.0 00	.0 00		.0 00	.0 18	.0 39	.0 54	.3 21	.6 73	.3 36	.9 26	.3 64	.1 90	.7 30	.8 82	.7 98	.6 07	.9 04	.00 0	
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	
Y6	Pears on Correl ation	.3 08	.3 74	.4 13	.6 15	.6 43		.4 1	.3 90	.4 91		.3 17	.0 33	- 14	.0 18	.0 14	.0 00	.1 53	.1 11	.1 18	.1 29	.0 96	.62 9**
	Sig. (2- tailed)	.0 17	.0 03	.0 01	.0 00	.0 00		.0 00	.0 02	.0 01	.1 34	.0 09	.9 15	.8 89	.9 15	1. 00	.2 42	.3 99	.3 69	.3 25	.3 67	.4 0	.00 0
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	
Y7	Pears on Correl ation	.1 65	.3 12	.0 47	.3 82	.3 04	.4 90		.5 1	.4 25		.2 52	.1 33	- 78	- 12	- 93	- 75	- 08	- 31	- 03	- 72	- 87	.36 8**
	Sig. (2- tailed)	.2 09	.0 15	.7 19	.0 03	.0 18	.0 00		.0 00	.0 00	.0 73	.1 73	.3 94	.4 78	.1 82	.4 13	.0 75	.1 21	.5 84	.1 52	.5 35	.00 4	
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	
Y8	Pears on Correl ation	.0 54	.2 48	.1 75	.2 67	.2 67	.3 91	.5 25		.6 1	.4 45		.0 08	.0 94	.0 79	.2 75	- 04	- 70	- 12	- 35	- 11	- 87	.37 2**

	Sig. (2- tailed)	.6 84	.0 56	.1 81	.0 39	.0 39	.0 02	.0 00	.0 60	.0 00	.0 01	.4 74	.5 50	.0 33	.4 28	.1 94	.1 04	.0 71	.3 97	.5 10	.9 75	.00 3
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Y9	Pears on Correl ation	.1 10	.2 04	.1 47	.3 91	.2 50	.4 17	.4 52	.6 45	.5 1	.2 48	.1 77	- 86	- 46	- 52	- 32	- 18	- 66	- 44	- 85	.38 8	.00 8
	Sig. (2- tailed)	.4 04	.1 18	.2 62	.0 02	.0 54	.0 01	.0 00	.0 00	.0 00	.0 56	.1 75	.5 14	.0 07	.2 46	.0 74	.0 94	.2 05	.0 60	.5 20	.00 2	
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Y10	Pears on Correl ation	.0 35	.2 27	.0 83	.1 12	.1 30	.1 96	.2 33	.4 08	.5 48	.3 1	.3 65	.0 84	.0 34	.0 77	.1 75	.2 56	.2 50	.2 77	.2 02	.0 58	.32 4
	Sig. (2- tailed)	.7 90	.0 81	.5 29	.3 93	.3 21	.1 34	.0 73	.0 01	.0 00	.0 04	.0 02	.7 99	.5 59	.5 68	.2 35	.0 54	.0 32	.1 21	.6 59	.01 2	
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Y11	Pears on Correl ation	.1 10	.2 04	.0 76	.1 28	.0 56	.3 33	.1 78	.0 94	.2 48	.3 65	.4 1	.1 72	.0 43	.1 14	.0 04	.2 20	.1 18	.2 44	.0 10	.35 2	.00 6
	Sig. (2- tailed)	.4 04	.1 18	.5 62	.3 32	.6 73	.0 09	.1 73	.4 74	.0 56	.0 04	.0 00	.2 75	.9 18	.4 29	.8 80	.0 94	.3 88	.0 60	.9 38	.00 6	
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Y12	Pears on Correl ation	.1 03	.0 25	.0 40	.0 10	.1 26	.0 14	.1 12	.0 79	.1 77	.3 84	.4 72	.4 1	.2 20	.2 56	.2 33	.0 28	.0 55	.0 71	.0 98	.0 26	.32 9
	Sig. (2- tailed)	.4 32	.8 50	.7 61	.9 39	.3 36	.9 15	.3 94	.5 50	.1 75	.0 02	.0 00	.0 01	.0 49	.0 74	.8 29	.6 76	.5 92	.4 56	.8 46	.01 0	
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Y13	Pears on Correl ation	.1 79	.1 18	.0 36	.0 26	.0 12	.0 18	.0 93	.2 75	.0 86	.0 34	.1 43	.4 20	.4 1	.4 56	.3 96	.2 05	.2 15	.2 84	.1 02	.2 08	.29 6

Sig. (2- tailed)	.1 72	.3 70	.7 83	.8 41	.9 26	.8 89	.4 78	.0 33	.5 14	.7 99	.2 75	.0 01		.0 00	.0 00	.0 18	.0 98	.0 28	.4 40	.1 10	.02 2
N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Y14 Pears on Correl ation	.1 79	.0 36	.0 40	- 01	.1 19	.0 14	- 75	- 04	- 46	- 77	.0 14	.2 56	.4 56	.1 1	.6 78	.3 74	.3 30	.3 69	.2 07	.2 13	.37 5
Sig. (2- tailed)	.1 71	.7 84	.7 61	.4 44	.3 64	.9 15	.1 82	.4 28	.0 07	.5 59	.9 18	.0 49	.0 00		.0 00	.0 03	.0 10	.0 04	.1 13	.1 02	.00 3
N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Y15 Pears on Correl ation	.2 22	.0 22	.0 36	- 30	.1 72	.0 00	- 08	- 70	- 52	.0 75	.1 04	.2 33	.4 96	.6 78	.1 1	.5 00	.4 33	.5 18	.3 73	.1 92	.51 0
Sig. (2- tailed)	.0 88	.8 65	.7 83	.8 23	.1 90	1. 00	.4 13	.1 94	.2 46	.5 68	.4 29	.0 74	.0 00	.0 00		.0 00	.0 01	.0 00	.0 03	.1 43	.00 0
N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Y16 Pears on Correl ation	.1 41	.0 04	.0 88	- 73	.0 45	.1 53	.2 31	.2 12	.2 32	.1 56	.0 20	.0 28	.3 05	.3 74	.5 00	.1 1	.5 64	.3 54	.3 91	.1 74	.32 0
Sig. (2- tailed)	.2 83	.9 78	.5 04	.5 77	.7 30	.2 42	.0 75	.1 04	.0 74	.2 35	.8 80	.8 29	.0 18	.0 03	.0 00		.0 00	.0 06	.0 02	.1 84	.01 3
N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Y17 Pears on Correl ation	.1 50	.0 45	.0 53	- 47	.0 20	.1 11	.2 03	.2 35	.2 18	.2 50	.2 18	.0 55	.2 15	.3 30	.4 33	.5 64	.1 1	.5 20	.3 65	.2 46	.29 1
Sig. (2- tailed)	.2 52	.7 35	.6 90	.7 22	.8 82	.3 99	.1 21	.0 71	.0 94	.0 54	.0 94	.6 76	.0 98	.0 10	.0 01	.0 00		.0 00	.0 04	.0 58	.02 4
N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Y18 Pears on Correl ation	.1 98	- 70	.0 19	.1 13	.0 34	.1 18	- 72	- 11	- 66	.2 77	.1 14	.0 71	.2 84	.3 69	.5 18	.3 54	.5 20	.1 1	.6 57	.4 23	.44 7

	Sig. (2- tailed)	.1 30	.5 94	.8 85	.3 91	.7 98	.3 69	.5 84	.3 97	.2 05	.0 32	.3 88	.5 92	.0 28	.0 04	.0 00	.0 06	.0 00	.0 00	.0 00	.0 01	.00 0
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Y19	Pears on Correl ation	.1 26	- .1 69	.0 .44	.0 .80	- .0 68	- .1 29	- .1 87	- .0 87	- .2 44	- .2 02	- .2 44	.0 .98	.1 .02	.2 .07	.3 73	.3 91	.3 65	.6 57	.1 1	.3 65	.28 0
	Sig. (2- tailed)	.3 37	.1 96	.7 37	.5 46	.6 07	.3 25	.1 52	.5 10	.0 60	.1 21	.0 60	.4 56	.4 40	.1 13	.0 03	.0 02	.0 04	.0 00	.0 00	.0 04	.03 0
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Y20	Pears on Correl ation	.1 79	.1 35	- .0 08	.0 .30	.0 .16	.0 .96	- .0 82	- .0 04	- .0 85	- .0 58	- .0 10	.0 .26	.2 .08	.2 13	.1 92	.1 74	.2 46	.4 23	.3 65	.1 1	.32 0
	Sig. (2- tailed)	.1 70	.3 05	.9 52	.8 17	.9 04	.4 67	.5 35	.9 75	.5 20	.6 59	.9 38	.8 46	.1 10	.1 02	.1 43	.1 84	.0 58	.0 01	.0 04	.0 04	.01 3
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
TO TA L	Pears on Correl ation	.5 08	.5 38	.5 16	.5 84	.5 62	.6 29	.3 68	.3 72	.3 88	.3 24	.3 52	.3 29	.2 96	.3 75	.5 10	.3 20	.2 91	.4 47	.2 80	.3 20	.1
	Sig. (2- tailed)	.0 00	.0 00	.0 00	.0 00	.0 00	.0 00	.0 04	.0 03	.0 02	.0 12	.0 06	.0 10	.0 22	.0 03	.0 00	.0 13	.0 24	.0 00	.0 30	.0 13	.0
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60

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

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

## 5. Uji Reabilitas Kualiatas Pelayanan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.752	20

## Uji Reabilitas Kepuasan Konsumen

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.749	20

## 6. Uji T

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	45.979	7.837		5.867	.000
	X	.413	.102	.470	4.057	.000

a. Dependent Variable: Y

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	35.125	10.286		3.415	.001
	kepuasan pembelian konsumen	.536	.132	.470	4.057	.000

a. Dependent Variable: kualitas pelayanan karyawan : X

DF atau DK	Tabel Distribusi Student t						Tabel Uji Korelasi Pearson Product Moment					
	uji satu sisi (one tailed)						uji satu sisi (one tailed)					
	0,25	0,1	0,05	0,025	0,01	0,005	0,25	0,1	0,05	0,025	0,01	0,005
	Uji dua sisi (two tailed)						Uji dua sisi (two tailed)					
0,5	0,2	0,1	0,05	0,02	0,01	0,5	0,2	0,1	0,05	0,02	0,01	
1	1,000	3,078	6,314	12,706	31,821	63,657	0,707	0,951	0,988	0,997	1,000	1,000
2	0,816	1,886	2,920	4,303	6,965	9,925	0,500	0,800	0,900	0,950	0,980	0,990
3	0,765	1,638	2,353	3,182	4,541	5,841	0,404	0,687	0,805	0,878	0,934	0,959
4	0,741	1,533	2,132	2,776	3,747	4,604	0,347	0,608	0,729	0,811	0,882	0,917
5	0,727	1,476	2,015	2,571	3,365	4,032	0,309	0,551	0,669	0,754	0,833	0,875
6	0,718	1,440	1,943	2,447	3,143	3,707	0,281	0,507	0,621	0,707	0,789	0,834
7	0,711	1,415	1,895	2,365	2,998	3,499	0,260	0,472	0,582	0,666	0,750	0,798
8	0,706	1,397	1,860	2,306	2,896	3,355	0,242	0,443	0,549	0,632	0,715	0,765
9	0,703	1,383	1,833	2,262	2,821	3,250	0,228	0,419	0,521	0,602	0,685	0,735
10	0,700	1,372	1,812	2,228	2,764	3,169	0,216	0,398	0,497	0,576	0,658	0,708
11	0,697	1,363	1,796	2,201	2,718	3,106	0,206	0,380	0,476	0,553	0,634	0,684
12	0,695	1,356	1,782	2,179	2,681	3,055	0,197	0,365	0,458	0,532	0,612	0,661
13	0,694	1,350	1,771	2,160	2,650	3,012	0,189	0,351	0,441	0,514	0,592	0,641
14	0,692	1,345	1,761	2,145	2,624	2,977	0,182	0,338	0,426	0,497	0,574	0,623
15	0,691	1,341	1,753	2,131	2,602	2,947	0,176	0,327	0,412	0,482	0,558	0,606
16	0,690	1,337	1,746	2,120	2,583	2,921	0,170	0,317	0,400	0,468	0,543	0,590
17	0,689	1,333	1,740	2,110	2,567	2,898	0,165	0,308	0,389	0,456	0,529	0,575
18	0,688	1,330	1,734	2,101	2,552	2,878	0,160	0,299	0,378	0,444	0,516	0,561
19	0,688	1,328	1,729	2,093	2,539	2,861	0,156	0,291	0,369	0,433	0,503	0,549
20	0,687	1,325	1,725	2,086	2,528	2,845	0,152	0,284	0,360	0,423	0,492	0,537
21	0,686	1,323	1,721	2,080	2,518	2,831	0,148	0,277	0,352	0,413	0,482	0,526
22	0,686	1,321	1,717	2,074	2,508	2,819	0,145	0,271	0,344	0,404	0,472	0,515
23	0,685	1,319	1,714	2,069	2,500	2,807	0,141	0,265	0,337	0,396	0,462	0,505
24	0,685	1,318	1,711	2,064	2,492	2,797	0,138	0,260	0,330	0,388	0,453	0,496
25	0,684	1,316	1,708	2,060	2,485	2,787	0,136	0,255	0,323	0,381	0,445	0,487
26	0,684	1,315	1,706	2,056	2,479	2,779	0,133	0,250	0,317	0,374	0,437	0,479
27	0,684	1,314	1,703	2,052	2,473	2,771	0,130	0,245	0,311	0,367	0,430	0,471
28	0,683	1,313	1,701	2,048	2,467	2,763	0,128	0,241	0,306	0,361	0,423	0,463
29	0,683	1,311	1,699	2,045	2,462	2,756	0,126	0,237	0,301	0,355	0,416	0,456
30	0,683	1,310	1,697	2,042	2,457	2,750	0,124	0,233	0,296	0,349	0,409	0,449
31	0,682	1,309	1,696	2,040	2,453	2,744	0,122	0,229	0,291	0,344	0,403	0,442
32	0,682	1,309	1,694	2,037	2,449	2,738	0,120	0,225	0,287	0,339	0,397	0,436
33	0,682	1,308	1,692	2,035	2,445	2,733	0,118	0,222	0,283	0,334	0,392	0,430
34	0,682	1,307	1,691	2,032	2,441	2,728	0,116	0,219	0,279	0,329	0,386	0,424
35	0,682	1,306	1,690	2,030	2,438	2,724	0,114	0,216	0,275	0,325	0,381	0,418
36	0,681	1,306	1,688	2,028	2,434	2,719	0,113	0,213	0,271	0,320	0,376	0,413
37	0,681	1,305	1,687	2,026	2,431	2,715	0,111	0,210	0,267	0,316	0,371	0,408
38	0,681	1,304	1,686	2,024	2,429	2,712	0,110	0,207	0,264	0,312	0,367	0,403
39	0,681	1,304	1,685	2,023	2,426	2,708	0,108	0,204	0,260	0,308	0,362	0,398
40	0,681	1,303	1,684	2,021	2,423	2,704	0,107	0,202	0,257	0,304	0,358	0,393
41	0,681	1,303	1,683	2,020	2,421	2,701	0,106	0,199	0,254	0,301	0,354	0,389
42	0,680	1,302	1,682	2,018	2,418	2,698	0,104	0,197	0,251	0,297	0,350	0,384
43	0,680	1,302	1,681	2,017	2,416	2,695	0,103	0,195	0,248	0,294	0,346	0,380
44	0,680	1,301	1,680	2,015	2,414	2,692	0,102	0,192	0,246	0,291	0,342	0,376
45	0,680	1,301	1,679	2,014	2,412	2,690	0,101	0,190	0,243	0,288	0,338	0,372
46	0,680	1,300	1,679	2,013	2,410	2,687	0,100	0,188	0,240	0,285	0,335	0,368
47	0,680	1,300	1,678	2,012	2,408	2,685	0,099	0,186	0,238	0,282	0,331	0,365
48	0,680	1,299	1,677	2,011	2,407	2,682	0,098	0,184	0,235	0,279	0,328	0,361
49	0,680	1,299	1,677	2,010	2,405	2,680	0,097	0,182	0,233	0,276	0,325	0,358
50	0,679	1,299	1,676	2,009	2,403	2,678	0,096	0,181	0,231	0,273	0,322	0,354
51	0,679	1,298	1,675	2,008	2,402	2,676	0,095	0,179	0,228	0,271	0,319	0,351
52	0,679	1,298	1,675	2,007	2,400	2,674	0,094	0,177	0,226	0,268	0,316	0,348



DF atau DK	Tabel Distribusi Student t						Tabel Uji Korelasi Pearson Product Moment					
	uji satu sisi (one tailed)						uji satu sisi (one tailed)					
	0,25	0,1	0,05	0,025	0,01	0,005	0,25	0,1	0,05	0,025	0,01	0,005
	Uji dua sisi (two tailed)						Uji dua sisi (two tailed)					
	0,5	0,2	0,1	0,05	0,02	0,01	0,5	0,2	0,1	0,05	0,02	0,01
53	0,679	1,298	1,674	2,006	2,399	2,672	0,093	0,175	0,224	0,266	0,313	0,345
54	0,679	1,297	1,674	2,005	2,397	2,670	0,092	0,174	0,222	0,263	0,310	0,341
55	0,679	1,297	1,673	2,004	2,396	2,668	0,091	0,172	0,220	0,261	0,307	0,339
56	0,679	1,297	1,673	2,003	2,395	2,667	0,090	0,171	0,218	0,259	0,305	0,336
57	0,679	1,297	1,672	2,002	2,394	2,665	0,090	0,169	0,216	0,256	0,302	0,333

REKAPITULASI DATA PELAYANAN KARYAWAN

Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Item 7	Item 8	Item 9	Item 10	Item 11	Item 12	Item 13	Item 14	Item 15	Item 16	Item 17	Item 18	Item 19	Item 20	Total
5	3	5	3	3	3	3	3	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	85
5	3	5	3	3	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	87
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	74
5	5	3	5	3	3	3	3	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	88
4	5	4	3	3	3	3	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	86
3	3	5	3	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	81
3	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	84
4	4	5	4	3	3	3	3	4	4	4	4	5	3	3	4	4	4	3	4	75
3	3	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	3	2	3	3	3	80
4	5	4	5	3	3	4	4	5	5	3	4	5	4	4	5	5	5	4	3	84
2	2	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	5	4	3	3	3	4	5	3	67
4	4	3	2	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	5	4	3	66
3	3	3	5	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	5	71
3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	3	3	4	3	4	4	4	4	5	71
2	4	4	5	3	2	2	2	3	3	2	4	4	4	4	4	5	5	5	5	72
3	3	3	5	3	2	4	5	3	5	5	3	3	4	4	5	5	5	5	5	80
3	3	3	3	2	3	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	81
3	3	4	4	4	4	4	3	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	78
2	4	3	3	3	3	3	2	3	4	4	4	5	2	4	4	4	5	5	5	72
3	3	3	5	3	3	2	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	67
3	3	5	2	2	2	2	3	3	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	77
3	5	3	3	4	4	4	5	4	4	5	4	3	3	3	3	3	5	5	5	78
3	2	2	5	3	3	3	4	2	4	4	4	4	5	5	3	3	3	3	3	68
4	4	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	93
4	5	5	4	4	4	4	3	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	85
4	5	2	2	2	3	2	4	5	3	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	73
4	4	3	3	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	73
4	3	5	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	2	72
4	3	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	3	3	89
4	4	5	3	2	2	2	2	2	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	79
3	3	3	3	3	2	3	3	4	2	2	3	5	4	4	5	5	5	5	5	72
4	3	3	4	2	2	3	3	5	5	3	3	2	2	4	4	4	4	4	4	68
4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	5	71
4	2	3	4	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	79
3	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	4	3	3	3	81
3	3	2	5	2	2	2	3	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	3	73
5	3	3	3	2	2	2	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	67

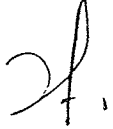







3	4	4	5	4	4	5	4	4	3	3	3	5	3	3	4	4	4	4	2	75
4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	3	4	5	4	5	90
3	3	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	89	
3	3	2	4	4	3	4	5	5	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	5	75
2	5	3	3	3	3	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	75
3	3	3	3	3	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	72
3	4	4	4	5	3	3	4	3	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	86
3	2	2	3	2	3	5	4	3	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	75
3	3	3	2	3	3	4	4	3	4	3	4	4	5	5	4	4	5	5	4	75
2	2	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	70
3	3	3	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	3	3	3	4	3	3	3	74
3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	76
3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	89
3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	73
2	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	2	5	3	3	4	3	3	4	78
3	3	3	2	3	3	5	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	65
4	4	4	4	4	4	5	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	76
2	2	3	3	3	2	2	4	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	3	73
5	3	5	3	3	5	3	4	4	3	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	85
3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	71
3	2	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	76
3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	5	5	5	3	4	3	3	3	3	67
3	3	2	2	4	4	4	4	3	3	4	3	4	5	5	5	4	4	3	4	73
4	2	4	4	4	4	4	3	5	3	3	4	5	4	4	4	4	4	3	3	75
3	3	3	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	3	5	5	4	86


## LEMBAR KONSULTASI PROPOSAL SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Harahap Toga Langit Harahap  
 NIM : 20090006  
 Nama Pembimbing : 1. Nurlaila, S Pd, MM  
 2. Yulia Pratiwi Siregar, M Pd

No	Tanggal	Topik	Masukan Pembimbing	Tanda Tangan Pembimbing
1	26 Maret 2024	Judul penelitian	ACE judul, lanjut Proposal penelitian	
2	12 Juni 2024	Proposal Penelitian	Perbaiki penulisan sesuai kaidah / buku panduan. Lengkap di konsultasikan Buat angket	
3	19 Juni 2024	Proposal dan instrumen	Tambahan bahasa pengantar Fisi - Fisi di Bab III Perbaiki penulisan angket	
4	20 Juni 2024	Proposal dan instrumen	ACE proposal & instrumen dengan skema Perbaiki lagi angket lanjut <u>sempro</u>	




BIMBINGAN KONSULTASI  
PENELITIAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa HARAHAP FOGAL ANGITH HARAHAP  
NIM 20090006  
Program Studi Kewirausahaan  
Nama Pembimbing 1. Nurlala, S Pd, M M  
2. Yuli Pratiwi Snego, M Pd

No	Tanggal	Konsultasi (saran perbaikan)	Tanda Tangan
8	3 JULI 2024	ACC Seminar Proposal	

BIMBINGAN KONSULTASI  
PENULISAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa HARAHAP TOGVA LANGIT HARAHAP  
 NIM 20090006  
 Program Studi Kewirausahaan  
 Nama Pembimbing 1. Nurlala, S.Pd, M.M  
 2. Yulia Pratiwi Siregar, M.Pd

No	Tanggal	Konsultasi (saran perbaikan)	Tanda Tangan
5	20 MARET 2024	Perbaiki BAB I. - Latar belakang - Rumusan Masalah - Tujuan  BAB II - Tambahkan teori - Buat referensi terbaru  BAB III - Metode Penelitian	
6	30 APRIL 2024	- Latar belakang masalah - BAB III. Daftar pustaka	
7	4 MEI 2024	- Tambah teori dan buat sumber yg terbaru	



BIMBINGAN KONSULTASI  
PENELITIAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa HARAHAP TOGA LANGIT HARAHAP  
NIM 20090006  
Program Studi Kewirausahaan  
Nama Pembimbing 1. Nurlala S Pd, M M  
2. Yuli Pratiwi Sugeng, M Pd

No Tanggal Konsultasi (saran perbaikan) Tanda Tangan

1. 8 Juli 2024 Perbaiki Bab 4 :

Demografi, penulisan  
tambahkan inisial setiap  
dan.

Hasil Perhitungan tetapan  
di lampiran.

Sistematika sub. bab  
pembahasan di Bab 5

Khususnya mengenai  
pelayanan kualitas  
lebih ditonjolkan.

Perbaiki Gambar no. 4 dan  
1.

Lengkapi lampiran



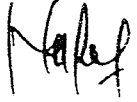



2. 12-8-2024 Perbaiki penulisan

- Perbaiki / tambahkan  
keterangan setiap  
tabel.



## LEMBAR KONSULTASI SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Harahap Toga Langit Harahap  
 NIM : 20090006  
 Nama Pembimbing : 1. Nurlaila, S.Pd, M.M  
 2. Yulia Pratiwi Siregar, M.Pd

No	Tanggal	Topik	Masukan Pembimbing	Tanda Tangan Pembimbing
1	7 Agustus 2024		Perbaiki BAB III, IV, V, VI sesuai saran.	
2	14 Agustus 2024		Perbaiki Hasil Perhitungan dari BAB IV dan V	
3	20 Agustus 2024		Perbaiki kembali penulisan dan daftar pustaka	
4	21 Agustus 2024		Tambah Abstrak	

## DOKUMENTASI PENELITIAN



Pengisian angket oleh konsumen grosir Usaha Dagang Berkah Jaya



Pelayanan karyawan terhadap konsumen grosir Usaha Dagang Berkah Jaya