

**HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUASAN *CUSTOMER* DI MIC THE BARBERSHOP
YOGYAKARTA**



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd)

Disusun Oleh :

AKBAR HUSEIN
NIM: 13490060

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2018**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Akbar Husein

NIM : 13490060

Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam

Fakultas : Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul “Hubungan Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan *Customer* di Mic The Barbershop” adalah asli hasil penelitian peneliti sendiri dan bukan plagiasi karya orang lain kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Yogyakarta, 10 Agustus 2018

Yang menyatakan,

A handwritten signature in black ink is written over a green and yellow postage stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'METERAI TEMPEL', '6000', and 'ENAM RIBU RUPIAH'. The serial number 'D6A0DAPF424503777' is also visible on the stamp.

Akbar Husein
NIM.13490060

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Saudara Akbar Husein
Lamp : 1 (satu) naskah skripsi

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Akbar Husein
NIM : 13490060
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Lokasi Perusahaan terhadap Kepuasan *Customer* di Mic The Barbershop Yogyakarta

Sudah dapat diajukan kepada Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Pendidikan.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqosyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 26 Oktober 2018
Pembimbing Skripsi,

Rinduan Zain, MA
NIP. 19700407 199703 1 001

SURAT PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
di Yogyakarta

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Setelah dilakukan munaqosyah pada hari Kamis 1 November 2018, dan skripsi mahasiswi tersebut di bawah ini dinyatakan lulus dengan perbaikan, maka setelah membaca, meneliti dan mengoreksi perbaikan sepenuhnya, kami selaku Konsultan berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Akbar Husein
NIM : 13490060
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Lokasi Perusahaan terhadap Kepuasan *Customer* di Mic The Barbershop Yogyakarta

Sudah dapat diajukan kepada Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Pendidikan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 26 Oktober 2018
Pembimbing Skripsi,

Rinduan Zain, MA
NIP. 19700407 199703 1 001



Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

FM-UINSK-BM-05-08/R0

PENGESAHAN SKRIPSI

Nomor: B.96/UIN-02/DT/PP.009/11/2018

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul:

Hubungan Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan *Customer* di Mic The Barbershop Yogyakarta

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Akbar Husein
NIM : 13490060
Telah dimunaqasyahkan pada : 8 november 2018
Nilai Munaqosyah : A-

Dan dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga.

TIM MUNAQASYAH

Ketua Sidang

Rinduan Zain, S.Ag, MA
NIP. 19700407 199703 1 001

Penguji I

Dr. Ichsan, M.Pd
NIP. 19630226 199203 1 003

Penguji II

Dr. Subiyantoro, M.Ag
NIP. 19590410 198503 1 005

Yogyakarta, 29 November 2018

Dekan
Fakultas Ilmu Tarbiyah dan keguruan
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta



Dr. Ahmad Arifi, M.Ag
NIP. 19661121 199203 1 002

MOTTO

“Pelayanan kepada pelanggan yang amat pribadi, yang jauh mencapai jiwa pembelinya akan semakin dicari oleh semua orang.”⁸⁵

(Geoffrey Colvin)



⁸⁵ Patricia Wellington, *Kaizen Strategies for Customer Care* (Batam: Interaksara, 1998), 95.

PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan kepada:

Almamater Tercinta

Program Studi Manajemen Pendidikan Islam

Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan

UIN Sunan Kalijaga

Yogyakarta



KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ

وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ

Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya. Peneliti menyadari dengan sepenuh hati bahwa dapat diselesaikannya skripsi ini benar-benar merupakan pertolongan Allah SWT. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW sebagai figur yang patut untuk diteladani.

Peneliti sepenuhnya menyadari bahwa bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk ini, dengan segala kerendahan hati peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada Bapak/Ibu/Saudara/i:

1. Bapak Saya Toha Riyanto dan Ibu saya Nuri Yati, Terimakasih yang tak terhingga atas segala doa, semangat, kasih sayang, pengorbanan dan ketulusannya dalam mendampingi peneliti. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan ridho-Nya kepada mereka berdua. Serta terimakasih kepada kakak saya Eka Puspita Sari dan Nelly Juwita Utami, juga adik saya Fahrul Amri yang selalu mendukung saya dalam proses pendidikan di Kampus tercinta.
2. Bapak Dr. Ahmad Arifi, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan pengarahan yang berguna selama saya menjadi mahasiswa.
3. Bapak Dr. Imam Machali, M.Pd., selaku Ketua Program Studi dan Bapak Dr. Zainal Arifin, S.Pd.I, M.S.I., selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Ibu Dra. Nurrohmah, M.Ag., selaku Penasehat Akademik, yang telah

memberikan bimbingan dan dukungan semangat yang berguna dalam keberhasilan saya selama studi.

5. Bapak Rinduan Zain, MA., selaku Pembimbing Skripsi yang telah mencurahkan dan meluangkan waktu, tenaga, serta pikiran guna memberikan bimbingan dan arahan yang sangat berarti dalam penyusunan dan penyelesaian skripsi ini.
6. Bapak Dr.Ichsan, M.Pd selaku Penguji I yang telah memberikan saran demi kebaikan skripsi ini.
7. Bapak Dr.Subiyantoro, M.Ag selaku Penguji II yang telah memberikan saran demi kebaikan skripsi ini.
8. Umi Muflikhah, Annas Tri Ridlo, Amalia Zulaikha, Nur Saadah, Sugiarti, Mia, yang juga bersedia menjadi pembimbing kedua saya dalam menyelesaikan penelitian ini.
9. Bapak Halim Prihatmoko selaku pemilik Mic The Barbershop yang telah memberikan izin penelitian serta arahan dan bimbingannya sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik.
10. Teman-teman “cakrawala” MPI 2013 yang selalu siap untuk diminta bantuannya. Dan pihak-pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, semoga doa dan kebaikan kalian semua dibalas oleh Allah SWT. Rasa terima kasih yang sangat mendalam dan semoga amal kebaikan yang telah diberikan senantiasa mendapat ridho-Nya, amin.

Yogyakarta, 25 Oktober 2018

Peneliti

Akbar Husein
NIM. 13490060

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
HALAMAN SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN SURAT PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN SURAT PENGESAHAN SKRIPSI	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR SKEMA	xii
DAFTAR GRAFIK	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	5
D. Telaah Pustaka.....	6
E. Sistematika Pembahasan.....	43
BAB II : KERANGKA TEORI	
A. Kerangka Teori.....	44
B. Hipotesis	53
BAB III : METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	54
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	55
C. Populasi dan Sampel.....	55
D. Definisi Operasional Variabel dan Pengukurannya.....	57

1. Variabel Kualitas Pelayanan (X1).....	57
2. Variabel Kualitas Produk (X2).....	59
3. Variabel Kepuasan <i>Customer</i> (Y).....	61
4. Variabel Lokasi Perusahaan (Z).....	64
E. Metode Pengumpulan Data.....	66
1. Kuesioner	66
2. Dokumentasi	70
F. Metode Olah dan Analisis Data.....	70
1. Metode Olah Data	70
2. Metode Analisis Data.....	76
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Komposisi dan Persebaran Distribusi Frekuensi Data.....	80
1. Komposisi Responden berdasarkan Usia dan Pekerjaan.....	80
2. Distribusi Frekuensi Data.....	82
B. Deskripsi Korelasi antara Variabel-Variabel yang Mempunyai Hubungan terhadap Kepuasan <i>Customer</i> Mic The Barbershop.....	102
1. Analisis Tabel Hubungan antara Variabel Kualitas Pelayanan dan Variabel Kepuasan <i>Customer</i>	102
2. Analisis Tabel Hubungan antara Variabel Kualitas Produk dan Variabel Kepuasan <i>Customer</i>	109
BAB V : PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	116
B. Saran.....	118
DAFTAR PUSTAKA	119
LAMPIRAN-LAMPIRAN	123

DAFTAR TABEL

Tabel 3.0: Tabel Jumlah Sampel Mic The Barbershop	55
Tabel 3.1: Interval Skor Variabel Kualitas Pelayanan	59
Tabel 3.2: Interval Skor Variabel Kualitas Produk	60
Tabel 3.3: Interval Skor Variabel Kepuasan <i>Customer</i>	63
Tabel 3.4: Interval Skor Variabel Lokasi Perusahaan	66
Tabel 3.5: Tabel Kisi–Kisi Kuesioner	68
Tabel 3.6: Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan.....	71
Tabel 3.7: Uji Validitas Variabel Kualitas Produk.....	72
Tabel 3.8: Uji Validitas Variabel Lokasi Perusahaan	72
Tabel 3.9: Uji Validitas Variabel Kepuasan <i>Customer</i>	73
Tabel 3.10: Interpretasi Tingkat Reliabilitas berdasarkan Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	74
Tabel 3.11: Tabel <i>Reliability Statistics</i> Variabel Kualitas Pelayanan	74
Tabel 3.12: Tabel <i>Reliability Statistics</i> Variabel Kualitas Produk.....	75
Tabel 3.13: Tabel <i>Reliability Statistics</i> Variabel Lokasi Perusahaan.....	75
Tabel 3.14: Tabel <i>Reliability Statistics</i> Variabel Kepuasan <i>Customer</i>	75
Tabel 3.15: Tabel Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi.....	77
Tabel 4.0: Komposisi Sampel berdasarkan Usia dan Pekerjaan	80
Tabel 4.1: Komposisi Sampel berdasarkan Pekerjaan dan Penghasilan	81
Tabel 4.2: Distribusi Frekuensi Tingkat Kepuasan <i>Customer</i>	82
Tabel 4.3: Tabel Hubungan antara Kepuasan <i>Customer</i> dan Usia.....	83
Tabel 4.4: Tabel Hubungan antara Kepuasan <i>Customer</i> dan Pekerjaan	84
Tabel 4.5: Tabel Hubungan antara Kepuasan <i>Customer</i> dan Penghasilan.....	86
Tabel 4.6: Distribusi Frekuensi Tingkat Kualitas Pelayanan	87
Tabel 4.7: Tabel Hubungan antara Tingkat Kualitas Pelayanan dan Usia.....	88
Tabel 4.8: Tabel Hubungan antara Tingkat Kualitas Pelayanan dan Pekerjaan.....	89
Tabel 4.9: Tabel Hubungan antara Tingkat Kualitas Pelayanan dan Penghasilan.....	91
Tabel 4.10: Distribusi Frekuensi Tingkat Kualitas Produk	92
Tabel 4.11: Tabel Hubungan antara Tingkat Kualitas Produk dan Usia.....	93

Tabel 4.12: Tabel Hubungan antara Tingkat Kualitas Produk dan Pekerjaan	94
Tabel 4.13: Tabel Hubungan antara Tingkat Kualitas Produk dan Penghasilan.....	96
Tabel 4.14: Distribusi Frekuensi Tingkat Lokasi Perusahaan.....	97
Tabel 4.15: Tabel Hubungan antara Tingkat Lokasi Perusahaan dan Usia.....	98
Tabel 4.16: Tabel Hubungan antara Tingkat Lokasi Perusahaan dan Pekerjaan	99
Tabel 4.17: Tabel Hubungan antara Tingkat Lokasi Perusahaan dan Penghasilan.....	101
Tabel 4.18: Tabel Hubungan antara Kualitas Pelayanan dan Kepuasan <i>Customer</i>	102
Tabel 4.19: Korelasi Bivariat antara Variabel Kualitas Pelayanan dan Variabel Kepuasan <i>Customer</i>	104
Tabel 4.20: Korelasi Parsial antara Variabel Kualitas Pelayanan dan Variabel Kepuasan <i>Customer</i> yang dikontrol dengan Variabel Lokasi Perusahaan.....	106
Tabel 4.21: Tabel Hubungan antara Kualitas Produk dan Kepuasan <i>Customer</i>	109
Tabel 4.22: Korelasi Bivariat antara Variabel Kualitas Produk dan Variabel Kepuasan <i>Customer</i>	110
Tabel 4.23: Korelasi Parsial antara Variabel Kualitas Produk dan Variabel Kepuasan <i>Customer</i> yang dikontrol dengan Variabel Lokasi Perusahaan.....	112



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.0: Gambar Diagram Nomogram Harry King	57
--	----

DAFTAR SKEMA

Skema 3.0: Skema Variabel X_1 dan X_2 berpengaruh terhadap Variabel Y dengan Mediator Variabel Z	79
--	----

DAFTAR GRAFIK

Grafik 4.0: Grafik Korelasi Variabel X_1 (Kualitas Pelayanan) dan Variabel Y (Kepuasan <i>Customer</i>)	105
Grafik 4.1: Grafik Korelasi Variabel X_1 (Kualitas Pelayanan), Variabel Z (Lokasi Perusahaan) dan Variabel Y (Kepuasan <i>Customer</i>)	108
Grafik 4.3: Grafik Korelasi Variabel X_2 (Kualitas Produk) dan Variabel Y (Kepuasan <i>Customer</i>)	111
Grafik 4.4: Grafik Korelasi Variabel X_2 (Kualitas Produk), Variabel Z (Lokasi Perusahaan) dan Variabel Y (Kepuasan <i>Customer</i>)	114

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	: Surat Penunjukan Pembimbing
Lampiran II	: Bukti Seminar Proposal
Lampiran III	: Kartu Bimbingan Skripsi
Lampiran IV	: Sertifikat PLP 1
Lampiran V	: Sertifikat PLP 2
Lampiran VI	: Sertifikat KKN
Lampiran VII	: Sertifikat ICT
Lampiran VIII	: Sertifikat TOEC
Lampiran IX	: Sertifikat IKLA
Lampiran X	: Sertifikat SOSPEM
Lampiran XI	: Sertifikat PKTQ
Lampiran XII	: Sertifikat OPAC
Lampiran XIII	: <i>Curriculume Vitae</i>
Lampiran XIV	: Kuesioner Penelitian
Lampiran XV	: Gambaran Umum Mic The Barbershop
Lampiran XVI	: Hasil Input Data SPSS
Lampiran XVII	: Hasil Output Olah Data SPSS (Uji Validitas)

ABSTRAK

Akbar Husein, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Customer di Mic The Barbershop Yogyakarta*. Skripsi. Yogyakarta: Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2018.

Penelitian kuantitatif dengan model studi korelasi ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh antara variabel kualitas pelayanan (X_1) dan variabel kualitas produk (X_2) terhadap variabel kepuasan *customer* (Y) berdasarkan teori hirarki kebutuhan Abraham Maslow.

Penelitian skripsi ini dilaksanakan di Mic The Barbershop Yogyakarta dengan sampel sebanyak 172 dari populasi sebesar 400 *customer*. Penarikan sampel didasarkan pada kaidah *probability sampling* dengan teknik *simple random sampling* yaitu kuesioner diedarkan kepada *customer* yang saat itu berkunjung ke Mic The Barbershop. Instrumen pengumpulan datanya menggunakan kuesioner dan dokumentasi. Sementara teknik analisis datanya menggunakan statistik deskriptif dan statistik inferensial dengan bantuan aplikasi SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan hubungan yang positif dan signifikan antara variabel X_1 (kualitas pelayanan) terhadap variabel Y (kepuasan *customer*) dan variabel X_2 (kualitas produk) terhadap variabel Y (kepuasan *customer*) karena masing-masing angka signifikansinya sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari α 0,05 ($p < \alpha$ 0,05) pada angka kepercayaan 95%. Tetapi setelah analisis korelasi parsial dengan variabel kontrol berupa variabel Z (lokasi perusahaan) diperoleh temuan bahwa variabel X_1 (kualitas pelayanan) tidak berpengaruh secara langsung terhadap variabel Y (kepuasan *customer*) dan variabel X_2 (kualitas produk) juga tidak berpengaruh secara langsung terhadap variabel Y (kepuasan *customer*). Hasil perbandingan antara korelasi bivariat variabel X_1 (kualitas pelayanan) dan variabel Y (kepuasan pelanggan) dengan korelasi parsial variabel X_1 (kualitas pelayanan), variabel Y (kepuasan pelanggan) dan variabel Z (lokasi perusahaan) diperoleh hasil koefisien korelasi bivariat (r_{yx1}) sebesar 0,816 lebih besar dari koefisien korelasi parsial ($r_{yx1.z}$) sebesar 0,677. Artinya hubungan antara variabel X_1 (kualitas pelayanan) dan variabel Y (kepuasan *customer*) adalah *spurious* (tidak ada hubungan) karena variabel Z (lokasi perusahaan) memediasi hubungan antara variabel X_1 (kualitas pelayanan) dan variabel Y (kepuasan *customer*). Hasil perbandingan antara korelasi bivariat variabel X_2 (kualitas produk) dan variabel Y (kepuasan pelanggan) dengan korelasi parsial variabel X_2 (kualitas produk), variabel Y (kepuasan pelanggan) dan variabel Z (lokasi perusahaan) diperoleh hasil koefisien korelasi bivariat (r_{yx2}) sebesar 0,809 lebih besar dari koefisien korelasi parsial ($r_{yx2.z}$) sebesar 0,643. Artinya hubungan antara variabel X_2 (kualitas produk) dan variabel Y (kepuasan *customer*) adalah *spurious* (tidak ada hubungan) karena variabel Z (lokasi perusahaan) memediasi hubungan antara variabel X_1 (kualitas pelayanan) dan variabel Y (kepuasan *customer*). Ketika

variabel Z (lokasi perusahaan) tidak ada, maka variabel X_1 dan X_2 tidak akan berpengaruh terhadap variabel Y (kepuasan *customer*).

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Lokasi Perusahaan, Kepuasan *Customer*



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kepuasan pelanggan merupakan komponen penting bagi setiap pelaku usaha. Bonafit tidaknya sebuah usaha dapat diukur dengan nilai kepuasan pelanggan terhadap produk yang dihasilkan. Menjaga kualitas produk juga harus menjadi perhatian utama untuk meningkatkan layanan yang progresif. Dimensi kualitas pelayanan yang bisa diimplementasikan dengan baik merupakan faktor kunci yang memiliki pengaruh bagi keberhasilan sebuah usaha. Citra yang baik dengan memberikan pelayanan melebihi harapan pelanggan akan menumbuhkan loyalitas pelanggan sehingga mereka akan kembali menggunakan produk tertentu atau bahkan secara terus menerus menjadi konsumen. Ada beberapa indikator untuk mengetahui harapan pelanggan diantaranya yaitu pelayanan yang cepat, tepat, ramah, sopan dan bersahabat. Selain itu pelayanan juga harus sesuai dengan informasi yang disampaikan sehingga terjamin keamanannya dan dapat dipertanggungjawabkan. Sedangkan indikator kinerja penyedia jasa dapat ditingkatkan melalui upaya-upaya tertentu seperti dukungan fasilitas sarana dan prasarana. Oleh karena itu pengelolaan pelayanan atau jasa yang berkualitas akan meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.¹

¹ Surachman Surjaatmadja, "Pelayanan Pelanggan", diakses pada tanggal 12 Maret 2018 Pukul 15.55 WIB, <https://www.yarsi.ac.id/web-directory/kolom-dosen/70-fakultas-ekonomi/215-pelayanan-pelanggan-customer-service.html>.

Setiap kegiatan usaha tidak hanya menghasilkan sebuah produk atau barang saja melainkan dapat berupa jasa. Tujuan utama dari sebuah layanan jasa adalah kepuasan pelanggan (*customer service satisfaction*). Menurut DR. H. Surachman Surjaatmadja, ada 4 karakteristik pelayanan atau jasa (*service*). *Pertama*, pelayanan atau jasa bersifat tidak berwujud (*tangible*). *Kedua*, pelayanan atau jasa yang bervariasi (*heterogen*). *Ketiga*, jasa diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan (*insperability*). *Keempat*, jasa bersifat tidak dapat disimpan atau tidak dapat busuk (*perishability*). Empat sifat ini berbeda dengan sifat barang (*goods*) sehingga memerlukan pengelolaan interaksi yang berbeda pula antara penyedia jasa (*service provider*) dengan pengguna atau penerima jasa (pelanggan atau *customer*) untuk meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Oldy Ardhana² di Bengkel Caesar Semarang menunjukkan kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, harga dan lokasi. Dalam penelitian tersebut kualitas pelayanan sebagai variabel X_1 , harga sebagai variabel X_2 dan lokasi sebagai variabel X_3 . Ketiga variabel tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian dengan topik yang sama diperkuat dengan penelitian yang diteliti oleh Resty Avita Haryanto³ di restoran Mc Donald's Manado. Hasil penelitian menunjukkan strategi promosi, kualitas produk dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

² Oldy Ardhana, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan Studi pada Bengkel Caesar Semarang" (Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang, 2010).

³ Resty Avita Haryanto, "Strategi Promosi, Kualitas Produk, Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Restoran MC Donald's Manado", *Jurnal EMBA*, 1 (4) 2013.

Dilihat dari kedua contoh penelitian tersebut dapat dijabarkan bahwa ada beberapa variabel yang berkontribusi supaya pelanggan merasa puas menggunakan produk atau jasa diantaranya adalah kualitas pelayanan (*service*), kualitas produk, harga, lokasi dan strategi promosi. Namun terdapat kekurangan pada kedua penelitian tersebut yaitu peneliti hanya mengkorelasikan hubungan antara variabel X dengan variabel Y saja tanpa ada variabel kontrol yaitu variabel Z untuk membuktikan apakah komponen variabel-variabel tersebut benar-benar berpengaruh secara linier terhadap kepuasan pelanggan. Adanya kekurangan tersebut menjadi alasan bahwa topik penelitian tentang kepuasan pelanggan perlu diteliti kembali dengan melibatkan variabel Z sebagai variabel kontrol.

Adapun variabel X yang akan diteliti pada penelitian ini adalah kualitas pelayanan sebagai variabel X_1 dan kualitas produk sebagai variabel X_2 sedangkan variabel Y yang diteliti menggunakan istilah lain yang lebih modern yaitu kepuasan *customer*. Masing-masing hubungan antara variabel X dengan variabel Y ini akan dikontrol dengan variabel Z berupa lokasi perusahaan. Penelitian dilakukan di Mic The Barbershop dengan alasan tempat ini menjadi salah satu jasa potong rambut pria di Jogja yang pengunjungnya mayoritas anak muda dengan rata-rata usia 16 – 27 tahun. Mic The Barbershop menjadi pilihan favorit bagi anak muda yang ingin membuat penampilannya lebih *trendy*. Disamping karena banyak *style* atau model potongan rambut yang ditawarkan banyak disukai oleh kalangan anak muda, lokasi Mic The Barbershop juga terletak di tempat yang strategis yaitu di Jalan

Affandi/Gejayan, Mrican, Nomor 22, Caturtunggal, Depok, Sleman, Yogyakarta. Lokasi tersebut masih di dalam area kota dan dikelilingi oleh beberapa kampus besar diantaranya Universitas Negeri Yogyakarta, Universitas Gajah Mada, Universitas Sanata Dharma, Universitas Atma Jaya dan UIN Sunan Kalijaga sehingga terdapat peluang besar yaitu mahasiswa sebagai sasaran *customer* utama. Hal lain yang menarik yaitu Mic The Barbershop termasuk dalam kategori jasa potong rambut yang bonafit karena omzet yang diperoleh mencapai Rp20.000.000,00 (dua puluh juta rupiah) dalam satu bulan.⁴ Oleh karena itu, skripsi ini berusaha meneliti hubungan kualitas pelayanan, kualitas produk dan lokasi perusahaan terhadap kepuasan *customer* di Mic The Barbershop Yogyakarta.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah terdapat hubungan positif yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan *customer* Mic The Barbershop?
2. Apakah terdapat hubungan positif yang signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan *customer* Mic The Barbershop?
3. Ketika dikontrol dengan variabel lokasi perusahaan apakah hubungan secara linier antara kualitas pelayanan dengan kepuasan *customer* masih tetap eksis?
4. Ketika dikontrol dengan variabel lokasi perusahaan apakah hubungan secara linier antara kualitas produk dengan kepuasan *customer* masih tetap eksis?

⁴ Wawancara dengan pemilik Mic The Barbershop, Halim Prihatmoko, Sabtu 18 Agustus 2018.

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui secara mendalam seperti apa hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan *customer* Mic The Barbershop.
- b. Untuk mengetahui secara mendalam seperti apa hubungan kualitas produk terhadap kepuasan *customer* Mic The Barbershop.
- c. Untuk mengetahui adanya korelasi yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan *customer* melalui variabel kontrol lokasi perusahaan Mic The Barbershop.
- d. Untuk mengetahui adanya korelasi yang signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan *customer* melalui variabel kontrol lokasi perusahaan Mic The Barbershop.

2. Manfaat Penelitian

- a. Kegunaan Teoritis
 - 1) Penelitian ini dapat menambah wawasan untuk mengembangkan ilmu di bidang manajemen.
 - 2) Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya wawasan bagi para praktisi manajemen bahwa faktor kualitas pelayanan, kualitas produk dan lokasi perusahaan merupakan faktor penentu keberhasilan suatu organisasi penyedia barang atau jasa.
 - 3) Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pengembangan keilmuan terutama pihak-pihak yang berkepentingan untuk dapat

melaksanakan penelitian lebih mendalam terkait objek sejenis yang belum tercakup dalam penelitian ini.

b. Kegunaan Praktis

- 1) Hasil Penelitian ini dapat dijadikan masukan bagi pihak Mic The Barbershop bahwa kualitas pelayanan, kualitas produk dan lokasi perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan *customer*.
- 2) Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan masukan bagi seluruh penyedia barang atau jasa yang berkaitan dengan kepuasan *customer*.

D. Telaah Pustaka

Pembahasan mengenai kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepuasan pelanggan telah banyak diteliti menggunakan metode kuantitatif. Variabel kualitas pelayanan dan variabel kualitas produk terbukti mempunyai hubungan yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Namun ada beberapa perbedaan dari hasil uji hipotesis antara peneliti satu dengan peneliti lainnya. Misalnya dalam penelitian Zurni Zahara Samosir⁵ yang meneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa menggunakan perpustakaan USU, menyimpulkan bahwa sub-variabel jaminan yang terdapat dalam variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan karena $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,446 < 0,656$) dengan tingkat signifikansi sebesar 0,446. Oleh karena itu H_0 diterima dan H_a ditolak. Namun

⁵ Zurni Zahara Samoosir, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Menggunakan Perpustakaan USU," *Jurnal Studi Perpustakaan dan Informasi* Vol 1 (1) 2005.

sebaliknya penelitian yang dilakukan oleh Ratih Hardiyati⁶ yang meneliti pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen menggunakan jasa penginapan (villa) Agrowisata Kebun Teh Pagilaran, mengatakan bahwa sub-variabel jaminan yang terdapat dalam variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai t sebesar 3,959 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berarti hipotesis diterima.

Penelitian pertama tentang analisis faktor kualitas pelayanan dan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan yaitu penelitian yang sudah diteliti oleh Rustika Atmawati dan M. Wahyuddin⁷ di Matahari Departement Store Solo Grand Mall. Penelitian ini menggunakan analisis data regresi *logistik binary* dan pengujian hipotesis menggunakan model *hosmer and lemeshow's goodness of fit test*. Adapun sampel dalam penelitian menggunakan teknik sampling aksidental yaitu teknik sampel berdasarkan kebetulan dengan jumlah 100 responden dari total populasi sebanyak 1000 konsumen yang semuanya mempunyai kartu member *matahari departemen store*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dengan nilai berturut-turut adalah 0,475, 0,525, 0,792, 0,0607, 0,912. Sedangkan dari uji koefisien regresi disimpulkan bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yang ditunjukkan oleh nilai signifikansi $< 0,05$.

⁶ Ratih Hardiyati, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Penginapan (Villa) Agrowisata Kebun Teh Pagilaran", *Skripsi*, Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang, 2010.

⁷ Rustika Atmawati dan M. Wahyuddin, "Analisis Pengaruh Faktor Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Matahari Departement Store di Solo Grand Mall," *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*, 5 (2) 2014.

Penelitian Rustika mempunyai persamaan dengan penelitian ini yaitu sama-sama meneliti variabel kualitas pelayanan dan variabel kepuasan pelanggan. Adapun perbedaannya jika Rustika hanya menggunakan dua variabel saja yaitu satu variabel X dan satu variabel Y, tetapi dalam penelitian ini menggunakan dua variabel X, satu variabel Y dan menggunakan variabel Z sebagai variabel kontrol. Ada beberapa kekurangan dalam penelitian Rustika. *Pertama*, peneliti tidak menguji seberapa besar presentase pengaruh hubungan dari variabel independen terhadap variabel dependen dan hanya membuktikan ada pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan pelanggan. *Kedua*, analisa data dalam penelitian ini masih kurang lengkap karena hanya menggunakan regresi *logistik binary* dan pengujian hipotesis dengan model *hosmer and lemeshow's goodness of fit test*.

Selanjutnya penelitian dari Imroatul Khasanah dan Octarina Dina Pertiwi⁸ yang ingin mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Rumah Sakit St. Elisabeth Semarang. Sampel yang diambil sebanyak 115 tidak diambil dengan teknik *non-probability sampling* melainkan dengan cara *accidental sampling*. Ada 5 jenis kualitas jasa yang akan diteliti yaitu bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati. Hasil olah data dengan uji t diperoleh t_{tabel} lebih besar dari 1,66 dengan nilai signifikansi masing-masing jenis kualitas jasa wujud fisik sebesar 0,048 nilai signifikansi kehandalan 0,046, nilai signifikansi daya tanggap 0,025, nilai signifikansi jaminan 0,047 dan nilai signifikan empati adalah 0,035. Nilai

⁸ Imroatul Khasanah dan Octarina Dina Pertiwi, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen RS St. Elisabeth Semarang," *Jurnal Aset*, 12 (2) 2010.

signifikansi variabel bebas tersebut kurang dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan dari hasil uji F diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 58,418 dengan nilai signifikan 0,000. Artinya, variabel independen memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Jika dilakukan uji koefisien determinasi dengan nilai 0,716 membuktikan bahwa variabel kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan sebesar 71,6% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hampir sama dengan penelitian Rustika, penelitian yang dilakukan oleh Imroatul juga hanya menggunakan dua variabel yang berupa kualitas pelayanan sebagai variabel X dan kepuasan konsumen sebagai variabel Y. Sedangkan dalam penelitian ini menggunakan dua variabel X dan satu variabel Z. Kekurangan dalam penelitian Imroatul hanya meneliti hubungan kualitas pelayanan saja terhadap kepuasan konsumen, yang kenyataannya dalam bidang jasa rumah sakit perlu diketahui juga seberapa besar pengaruh kualitas produk yang dapat membuat konsumen merasa puas.

Sri Hadiati dan Sarwi Ruci⁹ juga melakukan penelitian mengenai analisis kinerja kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Telkomsel Malang Area dengan sampel terdiri dari 113 orang yang merupakan 10% dari populasi pada bulan juli 1998 dan dipilih dengan metode simple random sampling. analisis data menggunakan diagram cartesius yang

⁹ Sri Hadiati dan Sarwi Ruci, "Analisis Kinerja Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Telkomsel Malang Area," *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 1 (1) 1999.

digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan dan kepentingan kualitas pelayanan yang diterima oleh pelanggan. Dimensi yang digunakan dalam mengukur kualitas pelayanan disini sedikit berbeda dengan dua penelitian di atas, peneliti mengukur kualitas pelayanan menggunakan 5 dimensi yaitu sikap *customer service*, tanggapan, jasa pembayaran, fasilitas tambahan dan ketepatan waktu pelayanan. Hasil pembahasan dari diagram cartesius menunjukkan bahwa pertama sikap *customer service*, tanggapan dan fasilitas tambahan dianggap penting dan juga memuaskan pelanggan. Kedua jasa pembayaran dinilai memuaskan dan kurang dianggap penting oleh pelanggan. Ketiga ketepatan waktu pelayanan kurang memuaskan akan tetapi dianggap penting oleh pelanggan sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa ketepatan waktu pelayanan perlu ditingkatkan lagi untuk menambah kepuasan pelanggan.

Adapun yang menjadi kekurangan dalam penelitian Sri adalah analisis penelitian yang dilakukan hanya menggunakan diagram *cartesius* yaitu sebatas mengetahui apakah penting atau tidak variabel kualitas pelayanan yang diteliti. Peneliti hanya menguji apakah variabel kualitas pelayanan yang digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan dianggap penting atau tidak bagi pelanggan. Peneliti tidak mengukur seberapa besar pengaruh antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian yang hampir sama diteliti oleh Agung Utama¹⁰ dengan judul “Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Sakit Umum Cakra Husada Klaten”. Jenis penelitian ini merupakan penelitian

¹⁰ Agung Utama, ”Analisis Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Sakit Umum Cakra Husada Klaten,” *Jurnal OPSI* Vol 1 (2) 2003.

observasional dengan pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dan *convenience sampling* yang diambil sebanyak 50 responden. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan dengan variabel independen berupa kualitas pelayanan. Sebelum digunakan sebagai instrumen pengumpulan data, terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan metode korelasi produk moment. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda dengan menggunakan SPSS 11.5. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa 5 variabel yang digunakan dalam kualitas pelayanan yang meliputi *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan dengan nilai probabilitas signifikansi sebesar kurang dari 0,05. dan hasil uji R_{Square} sebesar 0,724 yang berarti variabel kualitas pelayanan yang diteliti berpengaruh sebesar 72,4% terhadap variabel kepuasan pelayanan. Sedangkan dimensi reliabilitas menempati posisi teratas dalam kontribusinya terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai β 0,349.

Kekurangan dalam penelitian Agung adalah metode pengambilan sampel yang kurang lengkap. Meskipun telah disebutkan bahwa penarikan sampel menggunakan *convenience sampling* namun tidak dijelaskan perhitungannya sehingga dapat diperoleh sampel sebanyak 50 responden. Selain itu peneliti juga tidak menyebutkan jumlah populasinya.

Zurni Zahara Samoosir¹¹ dalam penelitiannya dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Menggunakan Perpustakaan USU” juga ingin membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian yang bersifat deskriptif eksplanatori ini ingin menjelaskan kebenaran dari suatu hipotesis dengan menarik sampel sebanyak 393 orang dari total populasi sebanyak 26.208 dengan teknik aksidental sampling. Kemudian digunakan analisis regresi linier berganda untuk menguji apakah variabel bebas mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat. Hasil regresi koefisien determinasi diperoleh nilai *R Square* sebesar 0,563 yang berarti variabel kualitas pelayanan yang diteliti berpengaruh terhadap variabel kepuasan sebesar 56,3%. Dalam pengujian secara serentak diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 101,876 dengan tingkat signifikansi 0,000 yang lebih besar daripada F_{tabel} sebesar 2,129 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sedangkan dalam pengujian secara parsial menunjukkan bahwa dimensi kehandalan, daya tanggap, empati dan bukti langsung berpengaruh signifikan terhadap kepuasan, sedangkan dimensi jaminan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan karena nilai t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} ($0,446 < 0,656$). Kelebihan penelitian Zurni terletak pada pengambilan sampel yang menggunakan tingkat kepercayaan sebesar 95%, tidak seperti penelitian lain yang hanya menggunakan kepercayaan 90%, karena dalam penelitian sosial tingkat kesalahan yang bisa ditoleransi

¹¹ Zurni Zahara Samoosir, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Menggunakan Perpustakaan USU,” *Jurnal Studi Perpustakaan dan Informasi* Vol 1 (1) 2005.

maksimal adalah sebesar 5%. Oleh karena itu penelitian yang dilakukan Zurni dapat dikatakan representatif.

Berikutnya Ratih Hardiyati¹² menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen menggunakan jasa penginapan (Villa) Agrowisata Kebun Teh Pagilaran. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan, sedangkan variabel independennya meliputi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan berdasarkan *accidental sampling* yaitu siapa yang ditemui peneliti di lokasi penelitian yang sedang menginap di villa agrowisata kebun teh pagaliran. Teknik pengolahan data dengan menggunakan analisa kuantitatif dengan uji reliabilitas dan uji validitas, setelah itu dilakukan pengujian asumsi klasik yang berkaitan dengan uji multikolinialitas, uji heteroskedastisitas, uji normalitas dan juga analisis regresi linier berganda. Selanjutnya untuk tahap terakhir dilakukan pengujian hipotesis yang meliputi uji signifikansi simultan (uji F), uji signifikansi pengaruh parsial (uji t) dan pengujian koefisien determinasi (R^2). Hasil dari analisis regresi linier berganda diperoleh pengaruh yang positif antara variabel-variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan pelanggan. Sedangkan untuk pengujian variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan secara parsial menunjukkan bahwa variabel bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan kepedulian menunjukkan pengaruh yang positif signifikan berturut turut sebesar 3,430, 2,318, 2,688, 3,959, 2,094 dengan tingkat signifikansi

¹² Ratih Hardiyati, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Penginapan (Villa) Agrowisata Kebun Teh Pagilaran", *Skripsi*, Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang, 2010.

dibawah 5%. Begitu juga pada pengujian variabel secara bersama-sama (uji F) menunjukkan bahwa variabel bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan kepedulian menunjukkan pengaruh yang positif signifikan secara simultan dengan F_{hitung} sebesar 22,183 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Dalam uji koefisien determinasi diperoleh R^2 sebesar 0,541 yang berarti variabel kualitas pelayanan dapat menjelaskan variabel kepuasan sebesar 51,7%, sedangkan sisanya sebanyak 48,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Penelitian Ratih memiliki persamaan dan perbedaan dengan penelitian ini. Persamaannya yaitu variabel X berupa kualitas pelayanan dan variabel Y berupa kepuasan konsumen, sedangkan perbedaannya terletak pada variabel X yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah dua variabel berupa kualitas pelayanan dan kualitas produk. Perbedaan lainnya yaitu terdapat variabel Z yang dalam penelitian ini berupa lokasi perusahaan. Kekurangan penelitian Ratih adalah analisis data yang digunakan belum ada korelasinya. Seharusnya sebelum dilakukan analisis regresi perlu diketahui terlebih dahulu berapa korelasi antar variabel dan seberapa besar signifikansinya, setelah itu dilakukan regresi untuk mengetahui berapa besar kontribusi variabel X terhadap variabel Y.

Sonya Mahanani¹³ juga meneliti analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam pembayaran rekening listrik pada unit pelayanan pelanggan Semarang Barat. Populasi dalam penelitian ini

¹³ Sonya Mahanani, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Pembayaran Rekening Listrik Studi pada Unit Pelayanan Pelanggan Semarang Barat" (Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang, 2010).

merupakan pelanggan PLN yang melakukan pembayaran rekening listrik melalui sistem Payment Point Online Bank (PPOB) mulai dari bulan Mei 2009 - Desember 2009 yang berjumlah 10.378 pelanggan. Sampel diambil sebanyak 100 responden dengan teknik *accidental sampling*. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Peneliti menggunakan 5 dimensi dalam mengukur kualitas pelayanan yaitu: bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati. Dari hasil koefisien regresi yang diperoleh menunjukkan bahwa faktor jaminan mempunyai pengaruh terbesar. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,285, kemudian diikuti dengan bukti fisik 0,209, daya tanggap sebesar 0,202, keandalan sebesar 0,163 dan empati menjadi faktor pengaruh terendah dengan nilai 0,160. Hasil dari uji t menunjukkan bahwa variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh secara parsial dengan nilai signifikansi 5%. Sementara untuk membuktikan pengaruh secara bersama-sama dilakukan uji F. Hasil perhitungan menunjukkan nilai F_{hitung} sebesar $216,899 > F_{tabel}$ sebesar 2,3113 dengan nilai signifikansi 0,000. Dengan demikian hipotesis diterima yang berarti ada pengaruh signifikan antara variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan pelanggan secara simultan. Uji koefisien determinasi menghasilkan nilai sebesar 0,916, yang berarti sebesar 91,6% variabel kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan, sedangkan sisanya sebesar 8,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Penelitian Sonya memiliki persamaan dengan penelitian ini yaitu mempunyai variabel X yang berupa kualitas dan pelayanan serta variabel Y berupa kepuasan pelanggan. Hal yang membedakan dengan penelitian ini yaitu ada dua variabel X dalam penelitian ini (kualitas pelayanan dan kualitas produk) dan ada juga variabel Z sebagai variabel kontrol. Beberapa hal yang perlu dikritisi dalam penelitian Sonya diantaranya *pertama* yaitu pengambilan sampel dengan rumus slovin seharusnya menggunakan angka kesalahan 5% karena ini adalah penelitian sosial namun angka kesalahan yang digunakan sebesar 10%. Seharusnya dalam penelitian sosial tingkat kesalahan yang ditoleransi adalah maksimal sebesar 5%. *Kedua*, sebelum dilakukan analisis regresi, seharusnya diuji terlebih dahulu dengan analisis korelasi supaya dapat diketahui apakah terdapat hubungan yang signifikan antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Ni Nyoman Yuliarmi dan Putu Riyasa¹⁴ meneliti analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap pelayanan PDAM kota Denpasar. Masih seperti penelitian-penelitian di atas, Ni Nyoman hanya menggunakan 2 variabel yaitu variabel kualitas pelayanan sebagai variabel X dan variabel kepuasan pelanggan sebagai variabel Y. Analisis data yang digunakan adalah analisis linier berganda yang sebelumnya dilakukan dengan menghitung rata-rata dan standar deviasi. Sampel diambil sebanyak 100 responden dengan teknik pengambilan sampel *accidental sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara

¹⁴ Ni Noman Yuliarmi dan Putu Riyasa, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan terhadap Pelayanan PDAM Kota Denpasar," *Buletin Studi Ekonomi*, 12 (1) 2007.

variabel kualitas pelayanan yang meliputi keandalan, ketanggapan, keyakinan, empati dan berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan baik secara simultan maupun secara parsial. Dan dari pengujian koefisien determinasi (R^2) diperoleh angka 0,750 yang artinya 75% kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan, sedangkan sisanya sebanyak 25% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Persamaan penelitian Ni Nyoman dengan penelitian ini adalah variabel Y yang sama-sama menggunakan kepuasan pelanggan, namun variabel X yang digunakan merupakan dimensi dari kualitas pelayanan yang berupa variabel keandalan, ketanggapan, keyakinan, empati dan variabel bukti fisik. Hal yang perlu dikritisi dalam penelitian Ni Nyoman adalah terlalu banyak menggunakan variabel X yang berjumlah lima variabel, yang sebenarnya lima variabel tersebut hanya berupa faktor dari kualitas pelayanan sehingga variabel X lainnya dapat ditambahkan atau dijelaskan dengan variabel lain. Mengkritisi juga dari segi pengambilan jumlah sampel yang diambil belum memenuhi persyaratan yang representatif. Angka kesalahan yang digunakan 10% sementara untuk penelitian sosial tingkat kesalahan yang ditoleransi maksimal 5%.

Penelitian selanjutnya dari Dwi Aryani dan Febriana Rosinta¹⁵ menambahkan variabel kontrol (variabel Z) yang berbeda dengan penelitian yang telah disebutkan di atas. Penelitian ini berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas

¹⁵ Dwi Aryani dan Febriana Rosinta, “Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan,” *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, 17 (2) 2010.

Pelanggan”. Variabel X dalam penelitian ini adalah kualitas layanan, kepuasan pelanggan sebagai variabel Y dan sebagai variabel kontrolnya (variabel Z) adalah loyalitas pelanggan. Target populasinya adalah mahasiswa UI yang makan di KFC minimal 3 kali pada tahun 2009 dan berstatus sarjana atau diploma. Dalam penelitian ini diambil 130 responden dengan teknik *non probability sampling* dengan model *purposive sampling*. Metode penelitian yang digunakan adalah *estimasi maximum likelihood* (ML) karena dinilai lebih efisien. Selanjutnya dilakukan uji *measurement model* yang terdiri dari variabel laten (konstruk) dan beberapa variabel *manifest* (indikator) yang tujuannya untuk mengetahui seberapa tepat variabel-variabel manifest dapat menjelaskan variabel laten yang ada. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,729 dan kepuasan pelanggan memiliki pengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan sebesar 0,910. Meskipun kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, akan tetapi tidak berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan jika tidak dikontrol dengan variabel kepuasan pelanggan.

Penelitian Dwi mempunyai persamaan dan perbedaan dengan penelitian ini. Persamaannya terletak pada variabel X yang berupa kualitas layanan, sedangkan perbedaannya terletak pada variabel Y yang berupa loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan dalam penelitian Dwi digunakan sebagai variabel Z, sedangkan pada penelitian ini kepuasan pelanggan sebagai variabel Y. Kekurangan dalam penelitian ini terletak pada metode penelitiannya yang mana peneliti hanya menyebutkan metode analisis *structural equation*

modelling (SEM) tanpa menjelaskan secara lengkap metode seperti apa yang digunakan untuk menguji pengaruh antara variabel kualitas layanan terhadap variabel kepuasan pelanggan yang dikontrol oleh variabel loyalitas pelanggan.

Ari Prasetyo¹⁶ juga meneliti pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini juga mempunyai perbedaan dengan penelitian sebelumnya yang sudah dijelaskan di atas. Ari menggunakan dua variabel X yaitu kualitas pelayanan sebagai X_1 dan harga sebagai X_2 , sedangkan variabel Y-nya menggunakan kepuasan pelanggan. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis linier berganda. Sampel sejumlah 100 responden yang diambil menggunakan teknik *accidental random sampling* dengan jumlah sampel 100 responden. Komponen sampel merupakan sampel homogen yang terdiri dari pelanggan PT.TIKI cabang Semarang yang menggunakan jasa pengiriman barang lebih dari satu kali. Pengambilan sampel 50% dilakukan di hari ramai dan 50% lagi dilakukan ketika hari sepi. Sebelum dilakukan pengujian pengaruh antar variabel terlebih dahulu dilakukan uji normalitas, uji *multikolonieritas* dan uji *heteroskedasitas*. Setelah lolos dari pengujian tersebut kemudian dilakukan analisis regresi linier berganda yang menghasilkan $Y = 3,958 + 0,083 X_1 + 0,614 X_2$. Uji parsial (uji t) untuk variabel kualitas pelayanan diperoleh t_{hitung} sebesar 2,934 dengan signifikansi 0,004 sedangkan untuk variabel harga diperoleh t_{hitung} sebesar 8,812 dengan signifikansi 0,000 yang artinya terdapat pengaruh antara variabel kualitas pelayanan dan variabel harga secara parsial. Sedangkan uji F

¹⁶ Ari Prasetyo, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan," *Jurnal Manajemen Analisis* 1 (4) 2012.

menghasilkan F_{hitung} sebesar 131,657 dengan signifikansi 0,000 yang berarti ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan secara bersama-sama. Sementara untuk mengetahui besarnya kontribusi pengaruh kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan pada PT.TIKI Cabang Semarang dapat diketahui berdasarkan nilai *R Square* sebesar 0,725 yang berarti bahwa variabel kualitas pelayanan dan variabel harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebesar 72,5% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

Terdapat persamaan dan perbedaan penelitian Ari Prasetyo dengan penelitian ini. Persamaannya terletak pada variabel X_1 yang menggunakan kualitas pelayanan dan juga variabel Y yang berupa kepuasan pelanggan. Adapun perbedaannya terletak pada variabel X_2 jika dalam penelitian Ari berupa variabel harga sedangkan dalam penelitian ini berupa kualitas produk. Beberapa hal yang perlu dikritisi adalah peneliti tidak menggunakan rumus dalam penarikan sampel, namun langsung menetapkan 100 responden sebagai sampelnya tanpa diketahui dari mana asalnya. Selain itu peneliti juga tidak menyebutkan berapa jumlah total populasi penelitiannya yang seharusnya dibutuhkan sebagai patokan pengambilan sampel. Kekurangan lain adalah peneliti hanya menggunakan analisis regresi saja, seharusnya sebelum dilakukan regresi terlebih dahulu perlu diketahui koefisien korelasinya serta nilai signifikansinya supaya peneliti mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan.

Tidak jauh berbeda dengan penelitian di atas, Mefla Yola dan Duwi Budianto¹⁷ meneliti dengan judul “Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan dan Harga Produk di Supermarket”. Metode penelitian yang digunakan adalah *importance performance analisis*. Variabel independen dan dependen yang digunakan masih sama, hanya saja metode yang digunakan dalam analisis data disini berbeda yaitu menggunakan metode *Importance Performance Analisis (IPA)* yaitu analisis data yang dilakukan dengan membandingkan antara kinerja atau pelayanan yang dirasakan pelanggan dibandingkan dengan tingkat kepuasan yang diinginkan. Setelah dilakukan perhitungan sampel diperoleh sebanyak 385 responden. Sebelum dilakukan IPA terlebih dulu peneliti melakukan uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan bahwa data valid dan reliabel. Hasil analisis *Importance Performance* disimpulkan bahwa dari kuadran A, B, C dan D atribut yang terdapat dalam kuadran A adalah atribut yang sangat penting dan perlu diperhatikan oleh perusahaan untuk menjaga *customer* agar tetap loyal terhadap perusahaannya.

Penelitian Mefla memiliki persamaan dengan penelitian ini, yaitu sama-sama menggunakan variabel kualitas pelayanan dan variabel kepuasan konsumen. Perbedaannya, penelitian Mefla tidak memberikan label variabel X ataupun variabel Y pada kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen. Perbedaan lain yang sangat mencolok terdapat pada teknik analisis data yang digunakan. Pada penelitian ini menggunakan analisis korelasi yang dibantu

¹⁷ Mefla Yola dan Duwi Budianto, ”Analisis Kepuasan Konsumen terhadap Kualitas Pelayanan dan Harga Produk pada supermarket dengan Menggunakan Metode Importance Performance Analisis,” *Jurnal Optimasi Sistem Industri*, 12 (12) 2013.

SPSS, namun dalam penelitian Mefla menggunakan metode *importance performance analysis* (IPA) dengan melihat dari diagram kartesius. Kekurangan menggunakan metode ini hanya bisa mengetahui apakah penting atau tidaknya suatu atribut yang ada dalam kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen, namun tidak dapat menyebutkan apakah kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Selanjutnya ada penelitian dari Indah Dwi Kurniasih¹⁸ yang menguji tentang pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui variabel kepuasan. Sampel diambil sebanyak 100 responden yang dihitung dengan rumus *slovin* pada tingkat probabilitas 10%. Analisis data yang digunakan adalah teknik analisis deskriptif dan inferensial. Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sebanyak 100 pelanggan diambil sebagai sampel melalui *purposive sampling*, setelah itu dilakukan analisis data menggunakan teknik analisis deskriptif dan inferensial dengan cara regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan hubungan yang signifikan antara harga (X_1) terhadap kepuasan (Z) dengan nilai korelasi sebesar 0,676 (interval kuat), juga dibuktikan oleh nilai t_{hitung} sebesar 9,085 dengan signifikansi sebesar 0,05 dan nilai t_{tabel} sebesar 1,98 ($t_{hitung} < t_{tabel}$). Begitu juga antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan pengaruh yang

¹⁸ Indah Dwi Kurniasih, "Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Variabel Kepuasan (Studi pada Bengkel Ahass 0002-Astra Motor Siliwangi Semarang)," *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1 (1) 2012.

signifikan dengan korelasi sebesar 0,785 (interval kuat) dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $12,536 > 1,98$. Sedangkan secara bersama-sama harga dan kualitas pelayanan juga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($95,80 > 2,35$). Kemudian pengujian pengaruh harga (X_1) terhadap loyalitas (Y) menghasilkan korelasi sebesar 0,654 (interval kuat). Pengujian pengaruh kualitas pelayanan (X_2) terhadap loyalitas (Y) menghasilkan korelasi sebesar 0,766 (interval sangat kuat). Pengujian pengaruh kepuasan (Z) terhadap loyalitas (Y) menghasilkan korelasi sebesar 0,716 (interval kuat). Sedangkan pengaruh harga (X_1), kualitas pelayanan (X_2) dan kepuasan (Z) terhadap loyalitas (Y) menghasilkan korelasi sebesar 0,802 yang terletak pada interval sangat kuat.

Penelitian Indah mempunyai persamaan dan perbedaan dengan penelitian ini. Persamaannya pada variabel X_1 yang berupa kualitas pelayanan yang sama-sama digunakan dalam penelitian ini. Sedangkan perbedaannya terletak pada variabel X_2 yang dalam penelitian ini menggunakan variabel kualitas produk sedangkan pada penelitian indah menggunakan variabel harga. Perbedaan lain yaitu terletak pada variabel Y yang dalam penelitian indah berupa loyalitas, namun dalam penelitian ini berupa kepuasan pelanggan.

Ada beberapa kekurangan dalam penelitian Indah diantaranya yaitu *pertama* seharusnya sampel diambil dengan rumus *slovin* dengan tingkat kesalahan 5% karena merupakan penelitian sosial. *Kedua* analisis data yang dilakukan masih belum lengkap. Seharusnya dihitung korelasi parsial antara variabel harga (X_1) terhadap loyalitas (Y) dengan dikontrol oleh kepuasan

pelanggan (Z) dan juga perhitungan korelasi korelasi parsial antara variabel kualitas pelayanan (X_2) terhadap loyalitas (Y) dengan dikontrol oleh kepuasan pelanggan (Z).

Penelitian dari M. Istifau Maulana, Sri Suyoko dan Bulan Prabawani¹⁹ yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan” yang mana kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. Sampel diambil sebanyak 100 responden dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. Analisis data yang digunakan adalah *path analysis* yang mana sebelumnya dilakukan uji validitas, reliabilitas, koefisien korelasi, koefisien determinasi, analisis regresi sederhana dan berganda dan uji signifikansi (uji t dan uji F). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Z) yang dibuktikan dengan nilai koefisien regresi 0,069 dan hasil uji korelasi sebesar 0,703 artinya ada hubungan yang kuat antara keduanya. Harga (X_2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Z) dengan nilai koefisien regresi 0,222 dan hasil korelasi sebesar 0,607. Kualitas pelayanan (X_1) dan harga (X_2) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Z) dengan nilai koefisien regresi kualitas pelayanan sebesar 0,055 dan harga sebesar 0,070 dan uji korelasi sebesar 0,714 (Kuat). Kepuasan pelanggan (Z) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) dengan koefisien regresi 1,545 dan uji korelasi sebesar 0,679. Kualitas pelayanan (X_1) berpengaruh positif dan

¹⁹ M. Istifau Maulana, Sri Suyoko dan Bulan Prabawani, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening”.

signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) dengan nilai koefisien regresi 0,185 dan uji korelasi sebesar 0,827. Harga (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) dengan nilai koefisien regresi 0,603 dan uji korelasi sebesar 0,725. Kualitas pelayanan (X_1), harga (X_2) dan kepuasan pelanggan (Z) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Z) dengan nilai koefisien regresi kualitas pelayanan 0,124, harga sebesar 0,182 dan kepuasan pelanggan sebesar 0,357. Hasil uji koefisien korelasi sebesar 0,851. Hasil analisis jalur menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X_1) terhadap loyalitas pelanggan (Y) melalui kepuasan pelanggan (Z) mempunyai pengaruh langsung sebesar 0,554, sedangkan pengaruh tidak langsung sebesar 0,08. Analisis jalur harga (X_2) terhadap loyalitas pelanggan (Y) melalui kepuasan pelanggan (Z) mempunyai pengaruh langsung sebesar 0,219, sedangkan pengaruh tidak langsung sebesar 0,03 sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan baik secara parsial maupun bersama-sama (simultan).

Penelitian M. Istifau dkk., mempunyai persamaan dan perbedaan dengan penelitian ini. Persamaannya sama-sama menggunakan kualitas pelayanan sebagai variabel X_1 sedangkan perbedaannya terletak pada variabel X_2 yang dalam penelitian ini menggunakan variabel kualitas produk sementara dalam penelitian M. Istifau dkk. menggunakan variabel harga. Perbedaan lain terletak pada variabel Y yang dalam penelitian berupa loyalitas, sedangkan dalam penelitian M. Istifau dkk. berupa kepuasan pelanggan.

Ada beberapa hal yang perlu dikritisi pada penelitian M. Istifau dkk diantaranya *pertama*, dalam penarikan sampel tidak menggunakan rumus dan tidak diketahui jumlah populasi dari Bus PO. Nusantara. *Kedua*, dalam analisis jalur peneliti hanya menyebutkan berapa besar pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung antar variabel, namun tidak menyebutkan dari mana asal koefisien pengaruh langsung dan tidak langsungnya, apakah berasal dari koefisien korelasi atau regresi.

Sedikit berbeda dari penelitian di atas yaitu penelitian Melysa Elisabeth Pongoh²⁰ yang menambahkan variabel independen berupa kualitas produk dengan judul penelitian “Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu As Telkomsel di Kota Manado. Sampel yang diambil sebanyak 100 responden dengan teknik *accidental sampling*, sedangkan analisis datanya menggunakan analisis regresi linier berganda setelah sebelumnya dilakukan uji asumsi klasik terlebih dahulu. Uji F menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga secara simultan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan yang dapat dilihat dari F_{hitung} sebesar 0,932 yang berarti $F_{hitung} < F_{tabel}$ sebesar 3,0912. Sedangkan Uji t menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dilihat dari $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,968 < 1,6609$). Pengaruh variabel kualitas produk tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan yang dapat diketahui dari $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($1,066 <$

²⁰ Melysa Elisabeth Pongoh, “Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Pengaruhnya terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu AS Telkomsel di Kota Manado,” *Jurnal EMBA*, 1 (4) 2013.

1,6609). demikian juga dengan variabel harga yang juga tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($-0,807 < 1,6609$). Kelemahan dalam penelitian ini yaitu peneliti tidak konsisten dengan hasil interpretasi data yang diperoleh, yang pada awalnya menyatakan bahwa tidak ada pengaruh antara kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga secara bersama-sama terhadap loyalitas pelanggan, namun dalam pembahasan disebutkan bahwa kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Penelitian Melysa hampir sama dengan penelitian ini, persamaannya pada variabel X_1 dan X_2 yang sama-sama menggunakan variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk. Variabel Y yang digunakan berbeda dengan penelitian ini, penelitian ini menggunakan variabel kepuasan pelanggan sedangkan Melysa menggunakan variabel loyalitas pelanggan.

Kekurangan dalam penelitian Melysa yaitu hasil analisis regresi yang tidak signifikan. Kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari angka signifikansi variabel kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga yang dihasilkan dalam tabel regresi lebih dari 0,05. Hasil analisis ini tentu berbeda dengan teori yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga dapat menentukan loyalitas dari seorang konsumen. Dengan kata lain dapat dikatakan penelitian yang dilakukan Melysa melawan teori yang ada.

Berkaitan dengan kualitas produk Deny Irawan dan Edwin²¹ melakukan penelitian mengenai analisa pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas melalui kepuasan sebagai variabel *Intervening* pada pelanggan restoran POR KEE Surabaya. Penelitian ini merupakan penelitian kausal, populasi yang digunakan adalah konsumen restoran POR KEE di Surabaya selama dua bulan terakhir dengan sampel sebanyak 200 orang yang memiliki kriteria tertentu. Teknik analisis data menggunakan *Struktural Equation Modelling* (SEM) dengan syarat yaitu $p < 0,05$ atau $cr > 1,96$ dimana tingkat kesalahan ($\alpha=5\%$). Hasil pembahasan diketahui bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai signifikansi 0,000 dan nilai cr 3,531. Kepuasan pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan signifikansi sebesar 0,000 dan nilai cr sebesar 5,236 sementara kualitas produk juga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai signifikansi sebesar 0,003 dan cr sebesar 2,936.

Terdapat persamaan dan perbedaan penelitian Deny dengan penelitian ini. Persamaannya pada variabel X yang sama-sama berupa kualitas produk. Sedangkan variabel Y yang digunakan berbeda, dalam penelitian ini digunakan variabel kepuasan *customer*, sedangkan penelitian Deny berupa variabel loyalitas pelanggan. Kekurangan dalam penelitian Deny diantaranya *pertama*, penentuan jumlah sampel yang berjumlah 184 responden dilakukan tanpa menggunakan rumus. *Kedua*, teknik analisis data yang menggunakan metode *structural equation modelling* (SEM) hanya dapat menjelaskan apakah ada

²¹ Deny Irawan dan Edwin Japarianto, "Analisa Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas melalui Kepuasan sebagai Variabel Intervening pada Pelanggan Restoran POR KEE Surabaya," *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1 (2) 2013.

pengaruh antara variabel kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan saja, tanpa dapat diketahui apakah pengaruhnya bersifat kuat atau lemah. *Ketiga*, peneliti belum membuktikan apakah ada pengaruh antara kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan yang dikontrol oleh variabel kepuasan pelanggan.

Melengkapi penelitian di atas, Mohammad Rizan dan Fajar Andika²² melakukan penelitian mengenai pengaruh kualitas produk (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Pengambilan sampel dengan menggunakan teknik *non probability sampling* dengan model *purposive sampling*, lalu sampel ditentukan dengan rumus slovin dengan standar eror penelitian 5% diperoleh yaitu 225 responden. Variabel kualitas produk meliputi dua dimensi yaitu *quality level* (produk berfungsi baik) dan *quality consistency* (produk yang konsisten). Sementara variabel kualitas pelayanan mempunyai 5 dimensi yaitu *reliability* (akurat dengan janji), *assurance* (mampu memberikan keyakinan dan kepercayaan), *responsivness* (kesediaan membantu pelanggan), *empathy* (perhatian secara personal), *tangibels* (penampilan fisik). Hasil penelitian menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dengan $t_{hitung} (-1,995) > t_{tabel} (-1,975)$. Selain itu kualitas pelayanan juga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan dengan t_{tabel} sebesar $1,975 < t_{hitung}$ sebesar $2,778$. Untuk mengetahui pengaruhnya secara bersama-sama dilakukan uji F dengan hasil F_{tabel} sebesar $3,09$ dan F_{hitung} sebesar $6,524$. Maka dari itu dapat disimpulkan

²² Mohammad Rizan dan Fajar Andika, "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survei Pelanggan Suzuki, Dealer fatmawati, Jakarta Selatan)," *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 2 (1) 2011.

bahwa terdapat pengaruh antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian Mohamad Rizan hampir sama dengan penelitian ini, persamaannya pada variabel X_1 dan X_2 yang digunakan yaitu kualitas produk dan kualitas pelayanan. Variabel Y yang digunakan pun sama-sama menggunakan variabel kepuasan pelanggan, perbedaannya pada penambahan variabel Z yang dalam penelitian ini berupa variabel lokasi perusahaan sedangkan dalam penelitian Mohamad Rizan tidak melibatkan variabel Z sebagai variabel kontrol. Selain itu Mohamad Rizan dalam penelitiannya juga tidak menyajikan hasil perhitungan data dari program *SPSS* ataupun dari perhitungan manual, namun langsung menuliskan besarnya t_{hitung} dan F_{hitung} tanpa diketahui proses perhitungannya. Kekurangan lainnya yaitu peneliti tidak menyebutkan seberapa besar persentase pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen.

Penelitian selanjutnya yang hampir sama dengan penelitian Mohamad Rizan, hanya saja peneliti menggunakan dua variabel dependen dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Pada *Ranch Market*” yang diteliti oleh Basrah Saidani dan Samsul Arifin²³. Setelah dilakukan survei terhadap 160 responden dan diuji menggunakan metode SEM (*structural equation modeling*) disimpulkan bahwa variabel kualitas produk dan kualitas layanan memiliki

²³ Basrah Saidani dan Samsul Arifin, “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan konsumen dan Minat Beli Pada *Ranch Market*,” *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 3 (1) 2012.

pengaruh secara langsung yang positif terhadap kepuasan konsumen sebesar 26%. Variabel kualitas produk, kualitas layanan dan kepuasan konsumen memiliki pengaruh langsung yang positif terhadap minat beli ulang pelanggan sebesar 6%. Sedangkan variabel kualitas produk dan kualitas layanan memiliki pengaruh tidak langsung secara positif terhadap minat beli ulang konsumen.

Penelitian Barsah memiliki persamaan dengan penelitian ini pada variabel X yang berupa kualitas pelayanan dan kualitas produk serta variabel Y yang digunakan juga sama-sama berupa kepuasan pelanggan. Ada beberapa kekurangan dalam penelitian Barsah diantaranya *pertama*, penentuan jumlah sampel yang berjumlah 160 responden dilakukan tanpa menggunakan rumus. *Kedua*, teknik analisis data yang menggunakan metode *structural equation modelling* (SEM) hanya dapat menjelaskan apakah ada pengaruh antara variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan saja, tanpa dapat diketahui apakah pengaruhnya bersifat kuat atau lemah.

Penelitian lain tentang topik kepuasan pelanggan diteliti oleh Risky Nurhayati²⁴ yang meneliti pengaruh kualitas produk dan harga terhadap loyalitas pelanggan pada mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta jurusan ilmu administrasi bisnis angkatan 2009 pengguna Handpone Merek Nokia. Jenis penelitian yang digunakan merupakan jenis penelitian eksplanatori dan pengambilan sampel dilakukan dengan metode *probability sampling* yang diambil sebanyak 30 responden. Teknik analisis

²⁴ Risky Nurhayati, "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada Mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis angkatan 2009 pengguna Handpone Merek Nokia" (Skripsi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional Yogyakarta, 2011).

data menggunakan analisis deskriptif, analisis statistik inferensial dan analisis regresi linier berganda. Pengujian hipotesis digunakan uji F dan uji t. Analisis regresi diperoleh koefisien regresi X_1 sebesar 2,522 yang berarti setiap penambahan 1% kualitas produk akan meningkatkan loyalitas pelanggan sebesar 2,522. Hal ini berarti kualitas suatu produk dapat meningkatkan loyalitas pelanggan sedangkan koefisien regresi X_2 sebesar 1,659 yang berarti bahwa setiap penurunan 1% harga produk handphone akan meningkatkan loyalitas pelanggan sebesar 0,659. Selanjutnya uji koefisien determinasi menunjukkan angka *R square* sebesar 0,808 yang berarti sebanyak 80,8% loyalitas pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk dan juga harga sedangkan sisanya sebesar 19,2 % dijelaskan oleh variabel lain. Hasil uji t diperoleh t_{hitung} sebesar 5,974 dengan signifikansi 0,000 yang terbukti terdapat pengaruh signifikan antara kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan secara parsial. Untuk variabel harga didapat t_{hitung} sebesar 5,161 dengan nilai signifikansi 0,000 sehingga disimpulkan terdapat pengaruh signifikan antara harga terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan uji pengaruh secara bersama-sama diperoleh F_{hitung} sebesar 121,246 dengan signifikansi 0,000 yang berarti ada pengaruh kualitas produk dan harga secara simultan terhadap loyalitas pelanggan. Namun sayangnya peneliti tidak menguji seberapa besar presentase pengaruh antara variabel kualitas produk dan harga terhadap loyalitas pelanggan.

Penelitian Risky hampir sama dengan penelitian ini, persamaannya pada variabel X yang sama-sama menggunakan variabel kualitas produk.

Perbedaannya terletak pada variabel X_2 yang dalam penelitian Risky berupa variabel harga sedangkan dalam penelitian ini berupa variabel kualitas pelayanan. Variabel Y yang digunakan juga berbeda, penelitian ini menggunakan variabel kepuasan pelanggan sedangkan Risky menggunakan variabel loyalitas pelanggan. Kekurangan dalam penelitian ini yaitu penentuan jumlah sampel yang berjumlah 30 responden dilakukan tanpa menggunakan rumus.

Woro Mardikawati dan Naili Farida²⁵ juga meneliti tentang pengaruh nilai pelanggan dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada pelanggan bus efisiensi. Metode penelitian menggunakan penjelasan *explanatory* dengan teknik *non probability sampling*. Populasi dalam penelitian ini adalah semua bus efisiensi. Sampel diambil dengan metode *purposive sampling* sebanyak 100 responden. Hasil penelitian menunjukkan nilai estimasi antara variabel nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif sebesar 0,421 dengan signifikansi sebesar 0,001. Nilai estimasi antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif sebesar 0,327 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,003. Nilai estimasi antara variabel kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 0,515 dengan signifikansi 0,001. Terdapat pengaruh tidak langsung (*indirec effect*) antara nilai pelanggan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan yang dapat diketahui dengan mengalikan nilai *direct effect* antara nilai pelanggan terhadap kepuasan dan

²⁵ Woro Mardikawati dan Naili Farida, "Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada Pelanggan Bus Efisiensi," *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2 (1) 2013.

kepuasan terhadap loyalitas yaitu: $(0,421) \times (0,515) = 0,217$ yang berarti terdapat pengaruh positif antara nilai pelanggan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebesar 0,217 atau 21,7 %. Sedangkan untuk mengetahui pengaruh tidak langsung antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan diketahui dengan mengalikan nilai *direct effect* antara nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan yaitu: $(0,327) \times (0,515) = 0,169$ yang berarti terdapat pengaruh positif antara nilai pelanggan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebesar 0,169 atau 16,9 %.

Persamaan penelitian Woro dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan kualitas pelayanan sebagai variabel X_1 . Perbedaannya terletak pada variabel X_2 yang mana Woro menggunakan Nilai pelanggan sedangkan dalam penelitian ini menggunakan kualitas produk. Perbedaan lainnya adalah variabel Y yang dalam penelitian Woro berupa loyalitas pelanggan, sedangkan dalam penelitian ini menggunakan variabel kepuasan pelanggan.

Ada dua hal yang perlu dikritisi dalam penelitian Woro. *Pertama*, penentuan jumlah sampel yang berjumlah 100 responden tidak dijelaskan dengan rumus. *Kedua*, peneliti hanya menyebutkan berapa besar pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung antar variabel, namun tidak menyebutkan dari mana asal koefisien pengaruh langsung dan tidak langsungnya, apakah berasal dari koefisien korelasi atau regresi.

Hampir sama dengan penelitian Woro, penelitian Ajeng Utami Ikasari, Sru Suryoko dan Sendang Nurseto²⁶ meneliti tentang pengaruh nilai pelanggan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, studi kasus pada penumpang KA Kaliagung Mas di Stasiun Poncol Semarang. Sampel penelitian diambil sebanyak 100 responden menggunakan dua tahap *sampling*. *Pertama* sampel diambil dengan *accidental sampling* lalu setelah itu dilakukan *purposive sampling*. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala *likert*. Analisis data dilakukan dengan uji regresi linier sederhana dan uji regresi linier berganda dengan program *PASW 18.00*. Uji validitas dianalisis menggunakan korelasi *product moment*, sedangkan uji reliabilitas dianalisis dengan *cronbach's alpha*. Hasil penelitian menunjukkan variabel nilai pelanggan mempunyai pengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan dengan signifikansi 5% diperoleh t_{tabel} sebesar 1,6606, dimana t_{hitung} (5,933) > t_{tabel} (1,6606), untuk nilai koefisien determinasinya sebesar 0,264 yang berarti sebanyak 26,4% variabel kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel nilai pelanggan sedangkan sisanya sebesar 73,6% dijelaskan oleh variabel lain. Variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan t_{tabel} sebesar 1,6606 dimana t_{hitung} sebesar 8,289 > t_{tabel} (1,6606) sehingga hipotesis diterima. Nilai koefisien determinasinya sebesar 0,412 atau 41,2% yang berarti variabel kualitas pelayanan menjelaskan variabel kepuasan pelanggan sebesar 41,2%. Dalam penelitian ini variabel nilai

²⁶ Ajeng Utami Ikasari, Sru Suryoko dan Sendang Nurseto, "Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi kasus pada penumpang KA Kaliagung Mas di Stasiun Poncol Semarang)," *Journal of Social and Politic*, 2013.

pelanggan dan kualitas pelayanan menunjukkan pengaruh yang positif signifikan secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan yang diperoleh dari hasil uji regresi linier sederhana dan uji regresi berganda. Namun penyumbang pengaruh terbesar adalah dari variabel kualitas pelayanan sebesar 0,189 yang berbeda sedikit dengan nilai pelanggan sebesar 0,184. Pengaruh yang paling besar yaitu dari variabel kualitas pelayanan ini dikarenakan adanya kualitas pelayanan yang baik yang diberikan oleh KA Kaliagung Mas untuk menciptakan kepuasan pelangganya melalui fasilitas yang diberikan. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara nilai pelanggan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan baik secara parsial maupun secara bersama-sama.

Selanjutnya Ferminda Manoppo²⁷ meneliti kualitas pelayanan dan *servicescape* pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen di Hotel Grand Puri Manado. Sampel yang diambil sebanyak 70 responden dengan metode *purposive sampling*. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dan hipotesis diuji dengan uji F dan uji t. Ada 5 sub variabel yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan yaitu bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati. Sedangkan indikator untuk menguji *servicescape* terdapat 10 sub variabel diantaranya kebersihan, temperatur, pencahayaan, karyawan ramah, konsumen ramah, konsumen mampu bekerja sama, arsitektur atraktif, interior menarik, fasilitas fisik sesuai dan ruangan yang didesain baik. Adapun kepuasan konsumen diukur dengan 4 sub variabel

²⁷ Ferminda Manoppo, "Kualitas Pelayanan dan Servicescape Pengaruhnya terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Gran puri Manado," *Jurnal EMBA*, 1 (4) 2013.

yaitu kebutuhan dan keinginan, pengalaman masa lalu, pengalaman dari teman-teman, komunikasi melalui iklan dan pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan (X_1) serta *servicescape* (X_2) secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dengan nilai signifikansi kurang dari 5% sebesar 56,7%. Secara parsial variabel kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, begitu juga dengan variabel *servicescape* berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen. Kekurangan dari penelitian ini adalah peneliti tidak menjelaskan seberapa besar pengaruh variabel independen yang berupa kualitas pelayanan dan *servicescape* secara parsial.

Resty Avita Haryanto²⁸ dalam penelitiannya menguji tentang pengaruh strategi promosi, kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di restoran MC Donald's Manado. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang sering makan di MC Donald's. Sampel diambil sebanyak 100 orang dengan menggunakan rumus slovin. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian asosiatif dengan teknik analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel strategi promosi (X_1), kualitas produk (X_2), kualitas layanan (X_3) terhadap kepuasan pelanggan (Y) dikarenakan hasil uji F menunjukkan $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($23.031 > 2.463$) atau signifikansi $F < 5\%$ ($0,000 < 0,05$). Hasil koefisien korelasi (R) menunjukkan nilai sebesar 0,647 yang hampir mendekati +1 artinya hubungan korelasi variabel strategi promosi (X_1),

²⁸ Resty Avita Haryanto, "Strategi Promosi, Kualitas Produk, Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Restoran MC Donald's Manado," *Jurnal EMBA*, 1 (4) 2013.

kualitas produk (X_2), kualitas layanan (X_3) terhadap kepuasan pelanggan (Y) sangat erat. Pengujian *R Square* diperoleh nilai sebesar 0,419 yang menunjukkan bahwa variabel strategi promosi (X_1), kualitas produk (X_2), kualitas layanan (X_3) mampu menjelaskan variabel kepuasan pelanggan (Y) sebesar 41,9% sedangkan sisanya sebesar 58,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil pengujian uji t menunjukkan bahwa variabel strategi promosi tidak berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan pelanggan karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($-0,682 > 1,984$). Sementara itu variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan secara parsial dengan nilai t_{hitung} ($3,789$) $> t_{tabel}$ ($1,984$), begitu juga dengan variabel kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai $t_{tabel} > t_{hitung}$ ($3,492 > 1,984$).

Penelitian Selvy Normasari, Srikandi Kumadji dan Andriani Kusumawati²⁹ meneliti pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, citra perusahaan dan loyalitas pelanggan pada tamu yang menginap di Hotel Pelangi Malang. Jumlah sampel yang diambil berjumlah 112 orang yang pernah menginap di Hotel Pelangi Malang minimal dua kali dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling* dengan menyebarkan kuesioner kepada tamu pelanggan hotel. Pengujian validitas menggunakan korelasi *product moment*, sedangkan reliabilitas menggunakan nilai koefisien reliabilitas *alpha cronbach's*. Penelitian ini menggunakan

²⁹ Selvy Normasari, Srikandi Kumadji dan Andriani Kusumawati, "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan pada tamu yang menginap di hotel pelangi malang," *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 6 (2) 2013.

analisis data deskriptif dan analisis jalur (*path analysis*) yang bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel *exogenous* terhadap variabel *endogenous*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan koefisien β sebesar 0,421 dan t_{hitung} sebesar 4,872 dengan kontribusi sebesar 17,70 %. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap citra perusahaan dengan koefisien β sebesar 0,2444 dan t_{hitung} sebesar 2,506 dengan kontribusi sebesar 15,10 %. Sedangkan kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan koefisien β sebesar 0,038 dan t_{hitung} 0,453. Pengaruh ini tidak signifikan dengan *p-value* sebesar 0,651. Kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap citra perusahaan dengan nilai beta sebesar 0,218 dan t_{hitung} sebesar 2,236 dengan kontribusi sebesar 15,10%. Kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai β sebesar 0,373 dan t_{hitung} sebesar 4,446 dengan kontribusi sebesar 43,30%. Citra perusahaan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai β sebesar 0,386 dan t_{hitung} sebesar 4,785 dengan kontribusi sebesar 43,30%. Kelemahan penelitian ini tidak menyebutkan pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan (bersama-sama).

Oldy Ardhana³⁰ menambahkan variabel yang berbeda dari penelitian yang dilakukan oleh Selvy Normasari dkk. dengan memasukkan variabel X berupa lokasi perusahaan. Adapun penelitian ini berjudul “Analisis Pengaruh

³⁰ Oldy Ardhana, “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan Studi pada Bengkel Caesar Semarang” (Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang, 2010).

Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bengkel Caesar Semarang". Sampel yang diambil sebanyak 100 orang dengan menggunakan teknik *accidental sampling*. Analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda yang terlebih dahulu dilakukan uji kualitas data dan uji asumsi klasik. Uji hipotesis dilakukan menggunakan uji t, uji F dan uji koefisien determinasi. Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan sebesar 0,398, harga sebesar 0,359 dan lokasi sebesar 0,249. Sementara hasil uji t kualitas pelayanan diperoleh t_{hitung} sebesar $5,560 > t_{tabel}$ sebesar 1,661 dengan angka signifikansi 0,000 yang berarti kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, variabel harga menghasilkan t_{hitung} sebesar $4,879 > t_{tabel}$ sebesar 1,661 dengan angka signifikansi sebesar 0,000 yang berarti variabel harga mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Variabel lokasi memperoleh t_{hitung} sebesar $3,383 > t_{tabel}$ 1,661 dengan signifikansi 0,001 yang berarti lokasi mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil uji F diperoleh $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($47,337 > 2,70$), yang berarti secara bersama-sama variabel kualitas pelayanan, harga dan lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan nilai koefisien determinasi diperoleh nilai sebesar 0,584 yang berarti semua variabel bebas yang berupa kualitas pelayanan, harga dan lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebesar 58,4 %, sedangkan sisanya sebesar 41,6 % dipengaruhi oleh variabel lain.

Ropinov Saputro³¹ juga menambahkan variabel independen baru berupa kepercayaan pelanggan, penelitian ini ingin menjelaskan pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di PT. Nusantara Sakti Demak. Sampel diambil sebanyak 100 responden dengan metode *purposive sampling* yang telah membeli motor minimal dua kali. analisis data meliputi analisis angka indeks, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda dan pengujian hipotesis yang meliputi uji t, uji F dan koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian diperoleh persamaan regresi $Y = 0,326 X_1 + 0,345 X_2 + 0,319 X_3$ yang berarti koefisien regresi variabel X_1 (kualitas produk) X_2 (kualitas pelayanan) dan X_3 (kepercayaan pelanggan) memiliki tanda koefisien positif yang berarti bahwa peningkatan kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepercayaan pelanggan akan meningkatkan loyalitas pelanggan. Pengujian hipotesis dengan uji t antara kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 4,199 dengan signifikansi 0,000. Dengan demikian hipotesis diterima. Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai t_{hitung} 4,523 dan signifikansi 0,000 sedangkan kepercayaan pelanggan juga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai t_{hitung} sebesar 4,165 dan signifikansi 0,000. Untuk pengujian variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepercayaan pelanggan secara bersama-sama diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 31,099 dan

³¹ Ropinov Saputro, "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Nusantara Sakti Demak," (Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang, 2010).

tingkat signifikan 0,000, maka hipotesis diterima. Kemudian dilakukan uji koefisien determinasi dengan diperoleh nilai R^2 sebesar 0,477, hal ini berarti 47,7% variabel loyalitas pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepercayaan pelanggan, sedangkan 52,3% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Secara garis besar masih terdapat beberapa kekurangan pada literatur yang telah di-*review* di atas. *Pertama*, peneliti hanya sebatas mengkorelasikan hubungan atau pengaruh antara variabel X dengan variabel Y saja, belum ada analisis yang lebih jauh jika hubungan antara variabel X dan variabel Y tersebut dikontrol dengan variabel Z. *Kedua*, teknik pengambilan sampel yang kurang tepat. Kebanyakan peneliti menyebutkan jumlah sampel yang diambil namun tidak menjelaskan bagaimana teknik atau perhitungan sampel tersebut dapat menghasilkan jumlah sampel tertentu. *Ketiga*, variabel yang ada di literatur-literatur tersebut tidak mempunyai kerangka teori sehingga tidak ada dasar bahwa antar variabel yang diteliti tersebut mempunyai pengaruh. *Keempat*, banyak literatur yang tidak membuat pengukuran pada variabelnya. Setiap variabel seharusnya diukur dengan kategori tertentu. Pengukuran variabel ini berfungsi untuk menyimpulkan hasil penelitian yang akan digeneralisasikan ke populasi. Perlu diklarifikasi bahwa masalah yang diteliti dalam penelitian kuantitatif ini bukan untuk meneliti kasus yang ada di lapangan tetapi untuk mengisi kekurangan-kekurangan yang sudah diteliti pada literatur sebelumnya dengan topik yang sama. Dengan demikian perlu ditegaskan bahwa masalah yang sedang diteliti dalam skripsi ini adalah

hubungan kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan *customer* di Mic The Barbershop.

E. Sistematika Pembahasan

BAB I berisi pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, telaah pustaka dan sistematika pembahasan.

BAB II berisi kerangka teori yang menjembatani antara variabel X (independen) dan variabel Y (dependen) dengan variabel Z (kontrol) dan rumusan hipotesis.

BAB III berisi metode penelitian yang terdiri dari jenis penelitian, variabel penelitian, definisi variabel, tempat dan waktu penelitian, populasi dan sampel, instrumen pengumpulan data, validitas dan reliabilitas dan teknik analisis data.

BAB IV berisi hasil penelitian dan pembahasan tentang analisis data dan olah data yang diperoleh di lapangan. Pada bab ini dipaparkan hasil penelitian mulai dari deskripsi sampel, pengujian hipotesis, persebaran distribusi frekuensi, korelasi bivariat dan korelasi parsial. Semuanya dipaparkan dalam bentuk tabel output dari *SPSS* agar mudah dipahami pembaca.

BAB V berisi penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran positif untuk Mic The Barbershop dan bagi para pembaca maupun peneliti selanjutnya yang akan meneliti dengan topik yang serupa dengan penelitian ini.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil temuan-temuan dalam penelitian di atas yang telah dibahas pada bab IV, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel X_1 (kualitas pelayanan) tidak berpengaruh secara langsung terhadap variabel Y (kepuasan *customer*). Hasil perbandingan antara korelasi bivariat variabel X_1 (kualitas pelayanan) dan variabel Y (kepuasan *customer*) dengan korelasi parsial variabel X_1 (kualitas pelayanan), variabel Y (kepuasan *customer*) dan variabel Z (lokasi perusahaan) diperoleh hasil koefisien korelasi bivariat (r_{yx1}) lebih besar dari koefisien korelasi parsial ($r_{yx1.z}$) yaitu $0,816 > 0,677$. Artinya hubungan antara variabel X_1 (kualitas pelayanan) dan variabel Y (kepuasan *customer*) adalah *spurious* (tidak ada hubungan) karena variabel Z (lokasi perusahaan) memediasi hubungan antara variabel X_1 (kualitas pelayanan) dengan variabel Y (kepuasan *customer*). Implikasinya variabel X_1 (kualitas pelayanan) tidak berkorelasi secara linier terhadap variabel Y (kepuasan *customer*) tanpa adanya intervensi variabel Z (lokasi perusahaan), karenanya variabel Z (lokasi perusahaan) harus dipertimbangkan oleh siapapun yang mempunyai usaha supaya *customer* merasa puas terhadap kualitas pelayanan yang ada.
2. Variabel X_2 (kualitas produk) tidak berpengaruh secara langsung terhadap variabel Y (kepuasan *customer*). Hasil perbandingan antara korelasi bivariat

variabel X_2 (kualitas produk) dan variabel Y (kepuasan *customer*) dengan korelasi parsial variabel X_2 (kualitas produk), variabel Y (kepuasan *customer*) dan variabel Z (lokasi perusahaan) diperoleh hasil koefisien korelasi bivariat (r_{yx2}) lebih besar dari koefisien korelasi parsial ($r_{yx2.z}$) yaitu $0,809 > 0,643$. Artinya hubungan antara variabel X_2 (kualitas produk) dan variabel Y (kepuasan *customer*) adalah *spurious* (tidak ada hubungan) karena variabel Z (lokasi perusahaan) memediasi hubungan antara variabel X_2 (kualitas produk) dengan variabel Y (kepuasan *customer*). Implikasinya variabel X_2 (kualitas produk) tidak berkorelasi secara linier terhadap variabel Y (kepuasan *customer*) tanpa adanya intervensi variabel Z (lokasi perusahaan), karenanya variabel Z (lokasi perusahaan) harus dipertimbangkan oleh siapapun yang mempunyai usaha supaya *customer* merasa puas terhadap kualitas produk yang ada.



B. Saran

1. Bagi Mic The Barbershop

Perusahaan Mic The Barbershop diharapkan agar terus meningkatkan kualitas perusahaan baik dari segi kualitas pelayanan yang diberikan, kualitas produk dan juga lokasi yang strategis supaya *customer* yang datang merasakan kenyamanan saat melakukan transaksi serta merasa puas setelah menggunakan jasa potong rambut Mic The Barbershop.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Penelitian serupa dengan variabel lain diharapkan hadir sebagai bentuk dari tindak lanjut hasil penelitian ini, karena masih ada variabel lain yang juga berpengaruh terhadap variabel kepuasan *customer* yang belum diteliti dalam penelitian ini.
- b. Penelitian serupa diharapkan hadir dengan referensi yang membahas mengenai hubungan kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan *customer* secara lebih detail sehingga apa yang ditemukan dilapangan nantinya mempunyai bahan rujukan teori yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Adisaputro, Gunawan. 2010. *Manajemen Pemasaran, Analisis untuk Perancangan Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Ilmu Manajemen YKPN.
- Ardhana, Oldy. 2010. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan Studi pada Bengkel Caesar Semarang. Skripsi, Universitas Diponegoro Semarang.
- Arikunto, Suharsimi. 2013. *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Citra.
- Aryani, Dwi dan Febriana Rosinta. 2010. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi* 17 (2): 114-126.
- Atmawati, Rustika dan M. Wahyuddin. 2014. Analisis Pengaruh Faktor Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Matahari Departement Store di Solo Grand Mall. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya* 5 (2): 54-61.
- Buku Data *Customer Mic The Barbershop*, diakses pada tanggal 15 maret 2018
- Davis, Rebecca.1996. *Statistics : A Tool for Social Research*. Belmont: Wadsworth Publishing Company
- George, Darren dan Paul Mallery. 2003.*SPSS for Windows Step by Step! A Simple Guide and Reference*.Boston: Allynd Bacon.
- Hadiati, Sri dan Sarwi Ruci. 1999. Analisis Kinerja Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Telkomsel Malang Area. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 1 (1): 56-64.
- Hardiyati, Ratih. 2010. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Penginapan (Villa) Agrowisata Kebun Teh Pagilaran. Skripsi, Universitas Diponegoro Semarang.
- Haryanto, Resty Avita. 2013. Strategi Promosi, Kualitas Produk, Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Restoran MC Donald's Manado. *Jurnal EMBA* 1 (4): 1465-1473.
- Ikasari, Ajeng Utami., Sru Suryoko, dan Sendang Nurseto. 2013. Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi kasus pada penumpang KA Kaliagung Mas di Stasiun Poncol Semarang). *Journal of Social and Politic* 4 (1): 59-52.
- Irawan, Deny dan Edwin Japarianto. 2013. Analisa Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas melalui Kepuasan sebagai Variabel Intervening pada Pelanggan Restoran POR KEE Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran* 1 (2): 1-8.

- Khasanah, Imroatul dan Octarina Dina Pertiwi. 2010. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen RS St. Elisabeth Semarang. *Aset 12* (2): 117-124.
- Kurniasih, Indah Dwi. 2012. Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Variabel Kepuasan (Studi pada Bengkel Ahas 0002-Astra Motor Siliwangi Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1 (1): 37-45.
- Laksana, Fajar. 2008. *Manajemen Pemasaran, Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- M. Istifau Maulana, Sri Suyoko, dan Bulan Prabawani, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Interveng. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 5 (1): 206-216.
- Machali, Imam. 2015. *Statistik itu Mudah: Menggunakan SPSS sebagai Alat Bantu Statistik*. Yogyakarta: Pustaka An Nur.
- Mahanani, Sonya. 2010. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Pembayaran Rekening Listrik Studi pada Unit Pelayanan Pelanggan Semarang Barat. Skripsi, Universitas Diponegoro Semarang.
- Manoppo, Ferninda. 2013. Kualitas Pelayanan, dan Servicescape Pengaruhnya terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Gran puri Manado. *Jurnal EMBA* 1 (4): 1341-1348.
- Mardikawati, Woro dan Naili Farida. 2013. Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada Pelanggan Bus Efisiensi. *Jurnal Administrasi Bisnis* 2 (1): 64-75.
- Normasari, Selvy, Srikandi Kumadji dan Andriani Kusumawati. 2013. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan pada tamu yang menginap di hotel pelangi malang. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 6 (2): 1-9.
- Nurhayati, Risky. 2011. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada Mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis angkatan 2009 pengguna Handpone Merek Nokia. Skripsi, Universitas Pembangunan Nasional Yogyakarta.
- Pongoh, Melysa Elisabeth. 2013. Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Pengaruhnya terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu AS Telkomsel di Kota Manado. *Jurnal EMBA* 1 (4): 86-94.
- Prasetio, Ari. 2012. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan. *Manajemen Analisis Journal* 1 (4): 1-8.

- Rizan, Mohammad dan Fajar Andika. 2011. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survei Pelanggan Suzuki, Dealer fatmawati, Jakarta Selatan). *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)* 2 (1): 130-150.
- Saidani, Basrah dan Samsul Arifin. 2012. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan konsumen dan Minat Beli Pada Ranch Market. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)* 3 (1): 1-22.
- Samoosir, Zurni Zahara. 2005. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Menggunakan Perpustakaan USU. *Jurnal Studi Perpustakaan dan Informasi* 1 (1): 28-36.
- Sangaji, Etta Mamang dan Sopiah. 2010. *Metodologi Penelitian, Pendekatan Praktis dalam Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Saputro, Ropinov. 2010. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Nusantara Sakti Demak. Skripsi, Universitas Diponegoro Semarang.
- Sedarmayanti dan Syarifudin Hidayat. 2011. *Metodologi Penelitian*. Bandung: Mandar Maju.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukmadinata, Nana Syaodih. 2012. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Surjaatmadja, Surachman. Pelayanan Pelanggan. Diakses pada tanggal 12 maret 2018. <https://www.yarsi.ac.id/web-directory/kolom-dosen/70-fakultas-ekonomi/215-pelayanan-pelanggan-customer-service.html>.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2016. *Service, Quality dan Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Utama, Agung. 2003. Analisis Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Sakit Umum Cakra Husada Klaten, *OPSI* 1 (2): 96-110.
- Wellington, Patricia. 1998. *Kaizen Strategies for Customer Care*. Batam: Interaksara.
- Yola, Mefla dan Duwi Budianto. 2013. Analisis Kepuasan Konsumen terhadap Kualitas Pelayanan dan Harga Produk pada supermarket dengan Menggunakan Metode Importance Performance Analisis. *Jurnal Optimasi Sistem Industri* 12 (12): 301-309

Yuliarmi, Ni Noman dan Putu Riyasa. 2007. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan terhadap Pelayanan PDAM Kota Denpasar. *Buletin Studi Ekonomi* 12 (1): 9-28.

Zain, Rinduan. 2018. "Modul Olah Data Kuantitatif" (Disampaikan dalam Mata Kuliah Metodologi Penelitian 1 pertemuan ke-19 dan ke-20, Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.



LAMPIRAN-LAMPIRAN





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN

Alamat : Jl. Marsda Adisucipto, Telp. (0274) 589621, 512474, Fax. (0274) 586117
<http://tarbiyah.uin-suka.ac.id>. Email: ftk@uin-suka.ac.id YOGYAKARTA 55281

Nomor : B.69/UIN.02/KJ.MPI/P.009/2018
Lampiran : 1 (Satu) jilid proposal
Perihal : **Penunjukan Pembimbing Skripsi**

Yogyakarta, 9 April 2018

Kepada Yth. :

Rinduan Zain, MA

Dosen Jurusan MPI Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

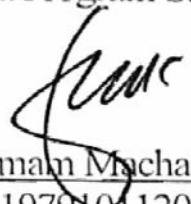
Berdasarkan hasil rapat pimpinan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta pada tanggal 9 April 2018 perihal pengajuan Proposal Skripsi Mahasiswa Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Tahun Akademik 2017/2018 setelah proposal tersebut dapat disetujui Fakultas, maka Bapak/Ibu telah ditetapkan sebagai pembimbing Skripsi Saudara:

Nama : Akbar Husein
NIM : 13490060
Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam
Judul : **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, DAN LOKASI PERUSAHAAN TERHADAP KEPUASAN CUSTOMER DI MIC THE BARBERSHOP JALAN AFFANDI/GEJAYAN, MRICAN, CATUR TUNGGAL, YOGYAKARTA**

Demikian agar menjadi maklum dan dapat dilaksanakan sebaik-baiknya.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

an. Dekan
Ketua Program Studi MPI


Dr. Imam Muchali, M. Pd
NIP. 197910112009121005

Tembusan dikirim kepada yth :

1. **Ketua Prodi MPI**
2. Mahasiswa ybs.
3. Arsip TU



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN

Alamat : Jl. Marsda Adisucipto, Telp. (0274) 513056, 7103871, Fax. (0274) 519734
<http://tarbiyah.uin-suka.ac.id>. Email: ftk@uin-suka.ac.id YOGYAKARTA 55281

BUKTI SEMINAR PROPOSAL

Nama Mahasiswa : Akbar Husein
Nomor Induk : 13490060
Jurusan : MPI
Semester : X
Tahun Akademik : 2017/2018
Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK,
DAN LOKASI PERUSAHAAN TERHADAP KEPUASAN
CUSTOMER DI MIC THE BARBERSHOP JALAN
AFFANDI/GEJAYAN, MRICAN, CATUR TUNGGAL,

Telah mengikuti Seminar Proposal Skripsi tanggal : 2 Mei 2018

Selanjutnya, kepada Mahasiswa tersebut supaya berkonsultasi kepada pembimbing berdasarkan hasil-hasil seminar untuk penyempurnaan proposal lebih lanjut.

Yogyakarta, 2 Mei 2018

Ketua Program Studi MPI

Dr. Iman Machali, M. Pd
NIP. 19791011 200912 1 005

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Akbar Husein

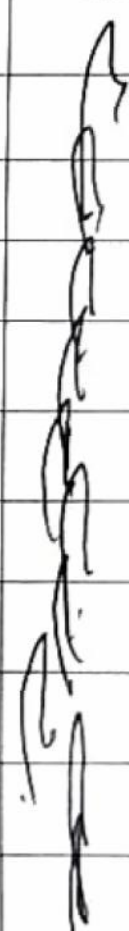
NIM : 13490060

Pembimbing : Rinduan Zain, MA


Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Customer di Mic The Barbershop Yogyakarta**

Fakultas : Ilmu Tarbiyah dan Keguruan

Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam

No	Tanggal	Bimbingan ke-	Materi bimbingan	Tanda Tangan
1	12 April 2018	I	<i>Literature Review</i>	
2	19 April 2018	II	Penyusunan Proposal	
3	4 Mei 2018	III	Koreksi Proposal	
4	15 Juni 2018	IV	Konsultasi Proses Pengumpulan Data	
5	15 Juli 2018	V	Konsultasi Variabel Penelitian	
6	15 Agustus 2018	VI	Evaluasi Analisis Data	
7	10 September 2018	VII	Konsultasi Kerangka Teori	
8	11 Oktober 2018	VIII	Revisi Metode Penelitian	
9	18 Oktober 2018	VIX	Revisi Hasil dan Pembahasan	
10	25 Oktober 2018	X	ACC Munaqosyah	

Yogyakarta, 25 Oktober 2018
Pembimbing Skripsi,


Rinduan Zain, MA
NIP. 19700407 199703 1 001

SERTIFIKAT PLP I



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN**

Alamat: Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 513056 Fax. (0274) 519734
Website: <http://tarbiyah.uin-suka.ac.id> YOGYAKARTA 55281

SERTIFIKAT

Nomor : B.2065.b/Un.02/WD.T/PP.02/05/2016

Diberikan kepada

Nama : AKBAR HUSEIN
NIM : 13490060
Jurusan/Prodi : Manajemen Pendidikan Islam
Nama DPL : Dr. Erni Munastiwi, M.Pd.

yang telah melaksanakan kegiatan Program Latihan Profesi I (PLP I)
di Kantor Lembaga Penjaminan Mutu Pendidikan Yogyakarta dengan
nilai:

97.00 (A)

Sertifikat ini diberikan sebagai bukti lulus PLP I sekaligus sebagai
syarat untuk mengikuti Program Latihan Profesi II (PLP II).

Yogyakarta, 27 Mei 2016

a.n Wakil Dekan Bidang Akademik
Ketua,

Adhi Setiyawan, M.Pd.
NIP. 19800901 200801 1 011

SERTIFIKAT PLP II



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN

Alamat : Jl. Marsda Adisucipto, Telp. (0274) 589621, 512474, Fax. (0274) 586117
<http://tarbiyah.uin-suka.ac.id>, Email: ftk@uin-suka.ac.id YOGYAKARTA 55281

Sertifikat

Nomor: B.3094a/Un.02/WD.T/PP.02/09/2016

Diberikan kepada

Nama : AKBAR HUSEIN

NIM : 13490060

Jurusan/Pogram Studi : Manajemen Pendidikan Islam

yang telah melaksanakan kegiatan Program Latihan Profesi II (PLP II) tanggal 20 Juni sampai dengan 8 Agustus 2016 di Kantor Lembaga Penjaminan Mutu Pendidikan Yogyakarta dengan Dosen Pembimbing Lapangan (DPL) Dr. Erni Munastiwi, M.Pd. dan dinyatakan lulus dengan nilai **95.65 (A)**.

Yogyakarta, 2 September 2016

a.n Wakil Dekan I,
Ketua Laboratorium Pendidikan

Adhi Setiyawan
NIP. 19800901 200801 1 011

SERTIFIKAT KKN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
LEMBAGA PENELITIAN DAN
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT (LP2M)

SERTIFIKAT

Nomor: B-420.1/UIN.02/L.3/PM.03.2/P5.490/12/2016

Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) UIN Sunan Kalijaga memberikan sertifikat kepada:

Nama : Akbar Husein
Tempat, dan Tanggal Lahir : Gunung Terang, 15 Mei 1995
Nomor Induk Mahasiswa : 13490060
Fakultas : Ilmu Tarbiyah dan Keguruan

yang telah melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Integrasi-Interkoneksi Semester Gasal, Tahun Akademik 2016/2017 (Angkatan ke-91), di:

Lokasi : Tawang, Ngoro-oro
Kecamatan : Patuk
Kabupaten/Kota : Kab. Gunungkidul
Propinsi : D.I. Yogyakarta

dari tanggal 05 Juni s.d. 30 November 2016 dan dinyatakan LULUS dengan nilai 95,95 (A). Sertifikat ini diberikan sebagai bukti yang bersangkutan telah melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) dengan status matakuliah intrakurikuler dan sebagai syarat untuk dapat mengikuti ujian Munaqasyah Skripsi.



Yogyakarta, 05 Desember 2016
Ketua,

Dr. Phil. Al Makin, S.Ag., M.A.
NIP. : 19720912 200112 1 002

SERTIFIKAT ICT



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
Pusat Teknologi Informasi dan Pangkalan Data

SERTIFIKAT

Nomor: UIN-02/L3/PP.00.9/49.5.1/2018

UJIAN SERTIFIKASI TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI

diberikan kepada

Nama : Akbar Husein
NIM : 13490060
Fakultas : Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan
Jurusan/Prodi : Manajemen Pendidikan Islam
Dengan Nilai :

No.	Materi	Nilai	
		Angka	Huruf
1.	Microsoft Word	95	A
2.	Microsoft Excel	35	E
3.	Microsoft Power Point	90	A
4.	Internet	85	B
5.	Total Nilai	76.25	B
Predikat Kelulusan		Memuaskan	



Yogyakarta, 19 Juli 2018
MENTERI KEPTIPD
Dr. Shihwatul Uyun, S.T., M.Kom.
19820511 200604 2 002

Standar Nilai:

Nilai		Predikat
Angka	Huruf	
86 - 100	A	Sangat Memuaskan
71 - 85	B	Memuaskan
56 - 70	C	Cukup
41 - 55	D	Kurang
0 - 40	E	Sangat Kurang



SERTIFIKAT TOEC



MINISTRY OF RELIGIOUS AFFAIRS
STATE ISLAMIC UNIVERSITY SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
CENTER FOR LANGUAGE DEVELOPMENT



MINISTRY OF RELIGIOUS AFFAIRS
STATE ISLAMIC UNIVERSITY SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
CENTER FOR LANGUAGE DEVELOPMENT

TEST OF ENGLISH COMPETENCE CERTIFICATE

No: UIN.02/L4/PM.03.2/2.49.0/2018

This is to certify that:

Name : Akbar Husein
Date of Birth : May 15, 1995
Sex : Male

achieved the following scores on the Test of English Competence (TOEC) held on **May 11, 2018** by Center for Language Development of State Islamic University Sunan Kalijaga:

CONVERTED SCORE	
Listening Comprehension	41
Structure & Written Expression	42
Reading Comprehension	44
Total Score	127

Validity: 2 years since the certificate's issued



Yogyakarta, May 11, 2018
Director,

Dr. Sembodo Ardi Widodo, S.Ag., M.Ag.
NIP. 19680915 199803 1 005



SERTIFIKAT IKLA

وزارة الشؤون الدينية
جامعة سونان كاليجاكا الإسلامية الحكومية بجوكاكرتا
مركز التنمية اللغوية



شهادة اختبار كفاءة اللغة العربية الرقم: UIN.02/L4/PM.03.2/6.49.0./2018

تشهد إدارة مركز التنمية اللغوية بأنّ

الاسم : Akbar Husein :
تاريخ الميلاد : ١٥ مايو ١٩٩٥

قد شارك في اختبار كفاءة اللغة العربية في ٧ يونيو ٢٠١٨، وحصل على
درجة :

٤٠	فهم المسموع
٤٣	التراكيب النحوية و التعبيرات الكتابية
٣٩	فهم المقروء
	مجموع الدرجات

هذه الشهادة صالحة لمدة سنتين من تاريخ الإصدار

جوكاكرتا، ٧ يونيو ٢٠١٨
المدير



Dr. Sembodo Ardi Widodo, S.Ag., M.Ag.

رقم التوظيف : ١٩٦٨.٩١٥١٩٩٨.٣١٠٠٥



SERTIFIKAT PKTQ

.a/2013



KEMENTERIAN AGAMA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI



SERTIFIKAT

Nomor : **02 /B-2/PKTQ/FITK/IV/2017**

Menerangkan Bahwa :

AKBAR HUSEIN

- telah dinyatakan lulus dalam :

SERTIFIKASI AL-QURAN

dengan nilai **79**

Yang diselenggarakan oleh PKTQ Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
pada tanggal **02 April 2017**
Yogyakarta, **02 April 2017**

a.n. Dekan
Wakil Dekan, III
Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta



Dr. Muqowim S. Ag., M.Ag.

Ketua PKTQ
Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta



Muhammad Ibrahim NH

Wakil Rektor, Bidang Akademik dan Kemahasiswaan



Dr. Sekar Ayu Aryani, M.Ag.
NIP. 19591218 197803 2 001



SERTIFIKAT OPAC

UIN

SERTIFIKAT

No : /PAN.OPAK-UIN-SUKA/VIII/13
diberikan kepada :

sebagai :
peserta

dalam kegiatan Orientasi Pengenalan Akademik dan Kampus (OPAK)
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
Yogyakarta
2013

dengan tema :

"Menciptakan Gerakan Mahasiswa yang Berasaskan Ahl As-Sunnah Wa Al-Jama'ah
Untuk Mengawal Ke-Indonesiaan"


Kampus UIN Sunan Kalijaga
21-23 Agustus 2013

Mengetahui,
Wakil Rektor I
Bid. Akademik dan Kemahasiswaan



Dr. Sekar Ayu Aryani, M. Ag.
NIP. 19591218 198703 2 001

Mengetahui,
Presiden D.E.M.A. UIN Sunan Kalijaga



Syaefudin Ahrom Al-Ayubbi
NIM. 09470163

Panitia OPAK
UIN Sunan Kalijaga 2013



Dawamun Ni'am A
Ketua

Saifudin Anwar
Sekretaris

CURRICULUME VITAE



A. DATA PRIBADI

Nama Lengkap : Akbar Husein
Tempat, Tanggal Lahir : Gunung Terang, 15 Mei 1995
Agama : Islam
Alamat Asal : Sumber Alam, Air Hitam, Lampung Barat, Lampung.
Alamat Tinggal : Jalan Affandi/Gejayan No. 22, caturtunggal, Mrican,
Yogyakarta
No. Telp : 085743355092
Email : Akbarhusein24@gmail.com

B. DATA ORANG TUA

Nama Ayah : Toha Riyanto
Nama Ibu : Nuri Yati
Alamat : Sumber Alam, Air Hitam, Lampung Barat, Lampung.

C. RIWAYAT PENDIDIKAN

TK Sumber Alam (2000-2001)
SDN 1 Sumber Alam (2001-2007)
SMP N 2 Way Tenong (2007-2010)
MAN 3 Bantul (2010– 2013)

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Lokasi Perusahaan terhadap Kepuasan Customer Mic The Barbershop

Kami dari Mic The Barbershop sedang melakukan survei mengenai Kualitas Pelayanan, Kualitas produk dan Lokasi Perusahaan terhadap Kepuasan Customer Mic The Barbershop.

Petunjuk Pengisian:

1 = sangat tidak setuju

2 = tidak setuju

3 = ragu-ragu

4 = setuju

5 = sangat setuju

terimakasih atas patisipasi anda...

* Required

1. Nama Lengkap *

2. Usia *

Mark only one oval.

- < 15 tahun
- 16 - 21 tahun
- 22 - 27 tahun
- 28 - 33 tahun
- > 33 tahun

3. Pekerjaan *

Mark only one oval.

- Pelajar
- Mahasiswa
- Wiraswasta
- pegawai negeri
- Other: _____

4. penghasilan per bulan *

Mark only one oval.

- < 1.000.000
- 1.000.000 - 2.000.000
- 2.100.000 - 4.000.000
- 4.100.000 - 6.000.000
- > 6.000.000

5. **1. Mic The Barbershop memberikan pelayanan kepada customer sesuai dengan yang dijanjikan ***

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sangat setuju

6. **2. Pelayanan karyawan Mic The Barbershop mampu memenuhi kebutuhan saya sebagai customer ***

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sangat setuju

7. **3. Karyawan Mic The Barbershop selalu menjelaskan produk-produk yang dimiliki secara rinci ***

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sangat setuju

8. **4. Karyawan Mic The Barbershop selalu mendengarkan keluhan saya ***

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sangat setuju

9. **5. Karyawan mampu mananggapi permintaan saya sebagai customer ***

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sangat setuju

10. **6. Karyawan selalu memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap ***

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sangat setuju

11. **7. Saya yakin terhadap kemampuan karyawan dalam melakukan pekerjaan ***

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sangat setuju

12. **8. Karyawan Mic The Barbershop memiliki pengetahuan dalam menjawab berbagai pertanyaan saya ***

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sangat setuju

13. **9. Karyawan bersikap ramah, sopan dan sabar dalam melayani customer ***

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sangat setuju

14. **10. Karyawan selalu berkomunikasi dengan baik kepada customer ***

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sangat setuju

15. **11. Karyawan mampu menunjukkan sikap simpatik dan bersahabat ***

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sangat setuju

16. **12. Karyawan Mic The Barbershop berpenampilan rapi dan menarik ***

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sangat setuju

17. **13. Mic The Barbershop mempunyai bangunan toko yang baik ***

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sangat setuju

18. **14. Ruang tunggu Mic The Barbershop bersih dan juga nyaman ***

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sangat setuju

19. **15. hasil potongan rambut Mic The Barbershop sudah sesuai dengan keinginan saya ***
Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sangat setuju

20. **16. saya merasa tidak dirugikan dengan produk yang ada di Mic The Barbershop ***
Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sangat setuju

21. **17. Produk jasa yang disediakan Mic The Barbershop bervariasi ***
Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sangat setuju

22. **18. produk-produk jasa yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan saya ***
Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sangat setuju

23. **19. Saya mendapatkan pelayanan dengan baik di Mic The Barbershop ***
Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sangat setuju

24. **20. produk jasa yang ditawarkan Mic The Barbershop lebih unggul dari tempat lain ***
Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sangat setuju

25. **21. Hasil potongan rambut Mic The Barbershop membuat tampilan rambut saya menjadi lebih keren ***
Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sangat setuju

26. **22. Rambut saya menjadi lebih rapi setelah perawatan di Mic The Barbershop ***

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sangat setuju

27. **23. Lokasi Mic The Barbershop mudah diakses kendaraan umum ***

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sangat setuju

28. **24. lokasi Mic The Barbershop mudah ditemukan ***

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sangat setuju

29. **25. lokasi Mic The Barbershop terlihat jelas dari tepi jalan ***

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sangat setuju

30. **26. Lokasi Mic The Barbershop terletak di jalan utama ***

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sangat setuju

31. **27. lokasi Mic The Barbershop terletak di pusat keramaian masyarakat/kota ***

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sangat setuju

32. **28. Lokasi Mic The Barbershop mempunyai tempat parkir yang aman dan nyaman ***

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sangat setuju

33. **29. tempat parkir Mic The Barbershop mudah dilalui kendaraan roda dua dan roda empat ***

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sangat setuju

34. **30. Mic The Barbershop banyak dilalui aktifitas kegiatan masyarakat ***

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sangat setuju

35. **31. lokasi Mic The Barbershop dekat dengan pusat kegiatan ekonomi (seperti pasar) ***

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sangat setuju

36. **32. Berdasarkan pengalaman anda, seberapa puas anda dengan kunjungan ke Mic The Barbershop ***

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
sangat tidak puas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sangat puas

37. **33. Bagaimana penilaian anda terhadap kualitas layanan Mic The Barbershop ***

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
sangat tidak baik	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sangat baik

38. **34. Hasil potongan rambut sesuai dengan harapan saya ***

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sangat setuju

39. **35. Saya mendapatkan kemudahan dalam bertransaksi ***

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sangat setuju

40. **36. Saya rela mengantri untuk mendapatkan pelayanan ***

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sangat setuju

41. **37. Secara keseluruhan saya sangat senang berkunjung ke Mic The Barbershop ***

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sangat setuju

42. **38. Saya rela mengeluarkan biaya untuk mendapatkan pelayanan ***

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sangat setuju

43. **39. Saya akan datang kesini lagi karena hasil sesuai dengan keinginan saya ***

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sangat setuju

44. **40. Saya tidak ingin berpindah ke Barbershop lain ***

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sangat setuju

45. **41. Saya bersedia merekomendasikan kepada orang lain bahwa Mic The Barbershop berkualitas ***

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sangat setuju

GAMBARAN UMUM MIC THE BARBERSHOP

Mic the barbershop pertama kali didirikan pada tanggal 21 oktober 2002 tepatnya di jalan raya pasar minggu, kapling 32 pancoran, jakarta selatan 12780 oleh Bapak Halim Prihatmoko yang berasal dari Aceh, kabupaten lhokseumawe. Beliau merupakan lulusan dari S1 fakultas ekonomi jurusan manajemen keuangan universitas padjajaran bandung, dan S2 jurusan corporate communication london school public relation.

Awal mula dibuka perusahaan ini mempunyai dua karyawan, kemudian untuk menghemat biaya sewa tempat pada tahun 2003 memutuskan untuk pindah ke jalan raya bintaro sektor 9 Jakarta Selatan (sebelah McDonald) dan sudah mempunyai ruko sendiri, tidak seperti sebelumnya yang masih menyewa ruko. sampai saat ini karyawan yang dimiliki di Mic the barbershop Jakarta sudah bertambah menjadi 9 orang karyawan.

Kemudian pada tanggal 14 februari 2017 perusahaan ini membuka cabang baru di Yogyakarta, tepatnya di jalan Affandi/Gejayan, mrican no 22, caturtunggal, depok, sleman, yogyakarta. Alasan dibuka cabang di kota ini adalah karena pangsa pasar di Yogyakarta lebih menjanjikan, dan juga karena jogja merupakan kota pelajar yang banyak diminati orang dari berbagai daerah. sampai saat ini sudah ada 5 karyawan yang ada di cabang yogyakarta

Sedangkan jam operasional mulai dari jam 8 pagi sampai 11 malam, dan hari libur tetap buka. Dengan tarif Rp55.000 pelanggan sudah bisa mendapatkan paket lengkap berupa potong rambut, keramas, hair tonic, pijat kepala dan punggung, handuk hangat untuk wajah, serta minuman gratis berupa kopi/teh panas

maupun dingin dan juga free wifi. Jenis perawatan yang tersedia pun beraneka ragam, dari paket potong rambut, creambath, hair mask, colouring, masker wajah, massage, dan lain-lain. Saat ini di cabang yogyakarta omset yang di dapat bisa mencapai 20 juta setiap bulan nya


Karyawan mic the barbershop bersikap baik dan dapat dipercaya untuk melayani customer sebaik mungkin, oleh karena itu telah banyak mahasiswa ataupun pelajar yang menjadi loyal dalam menggunakan jasa mic the barbershop untuk perawatan rambut terbaiknya. Percayakan pada kami untuk gaya terbaik anda.





 micthebarber_yk
Jalan Gejayan



 micthebarber_yk
Jalan Gejayan



   
35 suka





NOMOR	MA RESPON	Usia	Pekerjaan	hasilan per	X1_1	X1_2
1	Evan Chand	3	2	3	5	5
2	Gilang	4	3	3	5	5
3	Adhitya pra	3	2	4	5	5
4	Ryan rifand	2	2	1	5	4
5	Denny	5	5	2	5	5
6	Fadel Much	2	1	2	4	4
7	Himawan D	2	2	2	5	5
8	Arya Suher	2	4	5	5	4
9	Fabia Ihza I	2	4	2	4	4
10	Jatmiko	4	3	4	4	4
11	Fiqih Muha	3	4	5	4	4
12	Arno efriya	3	5	2	5	4
13	Husein	3	2	2	5	5
14	Dikdik Raga	2	4	5	5	5
15	MUHAMM	2	2	1	4	5
16	Deddy	5	3	4	5	5
17	Suntoro	4	3	5	5	4
18	ole ole	1	1	1	2	1
19	Muhamma	3	2	1	5	5
20	Sulistiyo wi	4	3	2	5	5
21	Muhamma	2	2	2	5	5
22	Wahyu suja	3	2	2	4	4
23	Rian Ihsan	4	3	4	4	4
24	Rizki septia	3	2	1	5	5
25	Chendy put	3	3	2	5	5
26	Ramdan Nu	3	4	2	5	5
27	Dede	2	2	1	5	5
28	Odi kusuma	3	2	1	4	4
29	adlil haq	5	3	4	5	5
30	Erick Darm	2	2	3	5	5
31	dwika sulis	3	2	3	4	5
32	ramon ardi	2	2	2	5	5
33	Rikard	2	2	2	5	5
34	Surya angg	2	1	1	5	5
35	Bayu Kuncc	3	2	1	4	5
36	Adiyatma H	1	1	1	5	5
37	wiwik arian	5	3	5	5	5
38	Fachrul Aff	2	2	4	5	5
39	Herlamban	2	2	1	4	4
40	fitriana avic	2	3	3	5	5
41	Anugrah sa	3	3	3	5	5
42	Rustam Set	3	3	3	5	5
43	Arifbudipra	3	5	1	5	5
44	Dani	4	3	3	5	5
45	Damar Pra	2	2	2	4	4
46	Burhanudd	2	2	2	4	4
47	Rendy rizad	2	2	3	5	4

48	Marchi Ang	2	2	1	4	5
49	dominic fel	2	2	1	3	3
50	Haryo Wibi	4	3	3	5	5
51	Rezha	3	5	2	5	5
52	Faisal Adan	2	2	1	5	5
53	John Kelvin	2	2	2	5	5
54	Frengky	3	3	4	5	5
55	Yoga Pringg	2	5	3	5	5
56	Judha Jiwa	3	3	1	5	5
57	Yota	3	5	4	4	4
58	Afdhal yusr	2	2	2	4	4
59	Dion Eli Dh	2	2	3	5	5
60	Dimas arifi	3	5	2	5	5
61	Dika agusti	3	2	2	5	5
62	My Servolt	3	2	1	5	5
63	Ardika satr	3	2	2	5	5
64	Petet Sky	2	2	2	4	4
65	daniel	2	2	2	4	4
66	Hari Hartar	4	5	4	4	4
67	Defri pram	3	2	2	5	5
68	Marinus S.	2	2	1	5	5
69	Adhitya Wi	5	5	4	5	4
70	Adi kurniav	3	5	3	5	5
71	Nano	3	3	5	4	4
72	Faizal zulfi	3	2	1	5	4
73	Abdurrahin	2	2	1	5	5
74	Naufal Ahm	2	2	1	4	4
75	Nikson Jod	3	2	2	4	4
76	Andri Kurni	4	3	2	5	5
77	Gilbert imk	2	1	1	4	5
78	Fizi	3	2	2	5	5
79	Sofyan Riya	5	4	5	4	4
80	Tarom	3	3	1	5	5
81	juno pratar	2	2	1	5	5
82	Pegi rianto	2	2	1	4	5
83	Nataniel Do	2	2	1	4	4
84	Doni Hama	2	2	2	5	4
85	Ahmad Zai	2	2	1	4	4
86	Muzakir Ha	3	4	3	5	4
87	INDRA AKH	3	3	3	3	4
88	Rio ferdina	2	2	4	4	5
89	Aldi	3	2	1	3	2
90	Adiet brillia	2	2	2	1	1
91	Hamba Alla	2	2	2	4	5
92	Khairul has	2	2	2	5	5
93	Dimas	2	2	3	4	4
94	Akbar Rach	2	2	2	5	5
95	Juan Hilli	4	2	3	5	5
96	Rolandi	4	3	5	4	4
97	SARWENHI	3	3	3	5	5

98	Nadia	4	5	5	5	5
99	Hilmy Iman	3	5	5	5	5
100	Zesa Anand	2	2	2	5	5
101	Huda Agus	2	3	2	5	4
102	Bronto	2	2	1	5	4
103	Arfian Wah	2	2	1	5	5
104	Dimas Riva	3	3	2	5	5
105	Atto	2	3	1	4	4
106	raden haru	2	2	1	5	5
107	Riky Heriya	2	2	1	4	4
108	Candra kus	3	3	5	5	5
109	Firman Adi	3	2	4	4	4
110	Ismu Nugro	4	2	2	4	4
111	Kevin Gabr	2	2	1	5	5
112	Muliyadi	2	5	3	5	5
113	Nugroho	3	3	2	5	5
114	Anas Yunar	3	3	3	3	3
115	Adjiz	3	2	2	5	5
116	Chery	3	2	1	5	5
117	Stefan Adji	2	5	3	5	5
118	Rulan sahe	2	4	2	5	5
119	Yustiab Ma	2	2	1	5	5
120	Ferda arifu	3	5	2	4	4
121	Stefanus Er	2	2	1	5	4
122	Aldi Setiaw	2	2	1	5	5
123	Ahmad abc	3	2	1	4	5
124	Ignatius Te	3	5	3	5	5
125	agun anjar	3	2	3	5	4
126	Alfandi Bay	3	5	4	5	5
127	Dewa setya	3	2	3	5	5
128	Atan Depar	3	3	3	5	5
129	Sigit purno	4	3	4	5	5
130	Niki Aldi Pu	3	2	2	4	4
131	Muhamad	3	3	2	5	5
132	Angga setia	3	3	4	5	5
133	Antonius W	3	5	3	4	4
134	Ade Sanjay	4	3	3	5	5
135	Rahadian s	3	3	2	5	5
136	Adam Auw	2	2	1	5	5
137	Najwa Zaer	3	3	2	1	5
138	Faris Rohm	3	5	3	5	4
139	Wiwana sas	5	3	5	5	5
140	Ari Wibowd	3	2	2	5	5
141	Joy	2	2	2	5	4
142	Esra Saragi	3	5	5	4	5
143	Ardian Anu	3	2	3	5	5
144	Risto	2	2	1	5	5
145	Hafid Duki	2	2	4	5	5
146	Tito prabov	3	3	3	4	4
147	Tri Noviyar	3	3	2	5	4

148	Fahrizal Mu	2	2	2	5	4
149	Abdul Latie	3	2	1	5	5
150	Januar renc	2	2	1	5	5
151	Muhamma	4	2	2	4	4
152	Abi nubli fa	3	2	2	5	5
153	Indar Maw	3	5	1	5	5
154	Rifky	3	2	2	4	4
155	William	2	2	2	5	5
156	Excel	2	1	2	5	4
157	Iwan	3	3	4	5	5
158	Didik	4	4	4	5	5
159	Bani arsa	4	3	4	4	4
160	Feri S	3	2	2	4	5
161	Endras F.K	2	2	2	5	4
162	Arseto	3	4	3	5	5
163	Rifan	3	2	2	5	5
164	Rudi	5	3	5	5	5
165	William	2	2	2	4	5
166	Steven	2	2	3	4	4
167	Fariz	3	2	3	4	5
168	Javacell	3	5	3	5	4
169	Alam soraja	4	3	4	4	4
170	Bryant	1	1	1	5	4
171	Eriansyah	4	4	4	5	5
172	Gregorius A	3	4	4	5	4



X1_3	X1_4	X1_5	X1_6	X1_7	X1_8	X1_9	X1_10	X1_11
4	5	5	5	5	4	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	3	5	4	5	5	4
4	3	4	4	5	4	4	4	4
5	4	5	5	4	4	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	5	5	5
4	3	3	3	3	4	3	4	3
5	4	4	3	5	4	5	4	4
3	3	4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	5	4	3	5	5	5
4	5	5	5	5	4	5	5	5
4	4	4	5	4	5	5	5	4
5	5	5	4	5	5	5	5	5
4	4	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	1	1	5	1	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	3	4	5	5	5
3	4	3	4	3	3	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	5	5	5
5	5	5	5	4	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5	5	4
4	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	4	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	4	4	5	3	5	5	5
5	5	5	5	5	4	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	4	5	4	5	5	5
5	4	4	5	5	4	5	5	5
4	5	5	5	5	4	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	3	3	4	4	3	3
1	5	3	5	3	5	5	5	4

4	5	5	5	5	5	5	5	4	4
2	5	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	5	4	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	4	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	5	4	4	4	4	5	5	5
5	5	5	5	4	4	4	5	5	5
4	4	5	5	4	4	4	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
4	5	4	5	4	4	4	5	5	5
3	5	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	3	4	4	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	5	5	5	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	5	4	4	4	5	4	5
3	4	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	4	4	4	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	4	4	3	4	4	4	4	4	4
4	5	4	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	5	4	4	4	5	5	4
4	3	3	5	4	3	4	5	4	4
3	4	5	5	5	4	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	3	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
4	4	5	4	4	4	4	5	5	5
4	5	5	5	5	4	5	5	5	5
4	4	5	5	4	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	5	5	5	4	4	5	4	4	4
5	5	4	5	4	5	4	5	5	5
4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
1	2	1	1	1	1	1	2	2	2
3	4	4	4	4	4	4	5	4	4
3	5	5	5	5	5	4	5	5	5
4	4	4	4	4	5	4	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	4	5	4	5	5	5	5
3	5	5	4	4	4	5	5	5	5
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5

4	5	5	5	5	4	5	5	5
4	5	5	5	5	4	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	4	4	4	3	5	5	4
4	5	5	5	5	4	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5	4	4
5	4	4	5	5	4	5	5	4
4	5	5	4	4	4	4	4	5
4	4	5	5	5	5	5	5	5
3	4	5	4	3	3	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5	5	5
2	4	4	4	4	4	5	5	4
3	5	5	5	5	3	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	3	3	3	3	3	4	3	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	4	4	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	4	4	4	3	4	4	4
3	4	4	5	4	4	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	5	5	5	4	5	5	4
4	5	5	5	5	5	5	4	5
4	4	5	4	4	4	4	4	4
5	4	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	4	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	5	5	4	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	5	5	4	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	5	4	4	5	4	5	3	4
3	4	5	5	4	4	5	5	5
4	4	5	5	4	5	5	5	5
4	4	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	5	5	5	5	5	4
5	4	5	5	4	4	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	5	4	4	4	4	5
4	4	4	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	4	4	5	5	4

4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	5	4	4	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	4	5	3	4	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	5	4	4	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5	5	5	4
4	4	4	4	5	4	5	5	5	5
4	4	4	5	4	4	4	4	4	5
4	5	5	4	5	5	5	5	4	4
5	5	5	4	5	4	5	5	5	5
3	4	4	4	5	4	5	5	5	4
4	4	4	5	4	4	5	4	4	4
4	4	5	5	4	3	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	5	5	5
4	4	4	4	5	4	5	5	5	5
4	5	5	5	4	4	5	5	5	5
4	4	5	5	5	4	5	5	5	5
3	3	3	4	4	4	5	4	4	4
4	5	5	5	5	5	5	5	4	5
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
3	4	5	5	5	4	5	4	4	4
5	5	5	5	5	4	5	4	4	4
4	5	5	4	5	4	5	5	5	5
4	4	5	5	5	4	5	5	5	5



X1_12	X1_13	X1_14	SumX1	X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	X2_5
5	5	5	67	4	5	5	5	5
5	5	5	70	5	5	5	5	5
4	3	4	61	5	4	3	4	5
4	4	4	57	5	4	3	5	4
5	4	5	65	4	4	5	4	5
4	4	4	56	4	4	4	5	4
5	5	5	70	5	5	5	5	5
4	4	5	61	5	4	4	5	5
4	2	3	47	4	4	3	3	3
4	3	3	56	5	3	4	3	4
4	4	4	54	4	4	4	4	4
5	4	4	62	4	5	4	4	5
5	4	5	67	5	4	5	4	5
4	4	4	62	5	5	5	5	5
5	5	5	68	4	2	4	4	5
5	5	5	68	5	5	5	5	5
4	4	4	66	4	4	4	4	4
5	5	5	49	1	2	5	4	5
5	5	5	70	5	5	5	5	5
5	5	5	69	5	5	3	3	5
5	5	5	69	5	5	5	5	5
4	4	4	58	4	4	4	3	4
4	4	4	54	3	4	4	3	5
5	5	5	70	5	5	5	5	5
5	5	5	70	5	5	5	5	5
5	5	5	70	5	5	5	5	5
5	4	5	68	5	5	3	4	5
5	4	4	60	4	4	4	4	4
5	4	4	67	5	5	4	4	5
5	5	4	67	5	5	5	5	5
5	5	4	67	5	5	4	4	5
5	5	5	69	5	5	4	5	5
5	5	5	69	5	5	5	5	5
5	5	5	70	5	5	5	5	5
5	5	5	62	5	5	5	4	5
5	5	5	69	5	5	5	5	5
5	4	4	68	5	5	5	5	5
5	5	5	68	5	5	5	5	5
5	4	4	63	5	5	4	4	4
5	5	5	67	5	4	4	4	5
4	4	4	65	5	5	5	5	5
4	5	5	69	5	5	5	5	5
5	5	5	67	5	5	5	5	5
5	4	5	69	5	5	4	5	5
4	4	5	57	4	4	4	4	4
4	4	3	53	3	4	4	4	4
5	1	5	56	4	4	5	5	5

5	4	5	65	4	4	5	5	5
5	5	5	56	4	3	4	3	4
5	5	5	68	5	5	5	4	5
5	5	4	68	5	5	5	4	5
5	5	5	70	5	5	5	5	5
5	5	5	68	4	5	4	4	5
3	4	3	65	4	5	4	3	4
5	3	5	62	4	4	4	3	5
5	5	5	68	4	5	5	5	5
5	4	4	62	4	4	4	4	4
4	4	4	55	4	4	4	4	4
4	5	4	68	5	5	5	5	5
5	5	5	70	5	5	5	5	5
5	4	4	68	5	5	4	5	5
5	5	5	69	5	5	5	5	5
4	3	4	62	4	4	3	3	5
5	4	5	58	4	5	3	5	4
3	4	4	51	3	4	3	3	4
4	4	4	56	4	4	4	4	4
5	5	4	67	5	5	5	5	5
5	5	5	70	5	5	5	5	5
4	4	4	61	5	5	4	4	5
5	5	5	67	5	5	4	5	5
3	2	2	51	4	4	3	4	4
4	4	5	60	5	4	4	4	4
5	5	5	70	5	5	5	5	5
4	4	4	53	4	4	4	4	4
5	5	5	66	5	5	5	5	5
5	5	5	70	5	5	5	5	5
4	4	4	60	4	4	4	3	5
5	4	3	57	4	3	4	4	4
4	5	4	62	5	5	4	4	5
4	4	4	64	4	2	3	2	3
5	5	5	69	5	5	4	3	5
5	4	4	62	4	5	4	5	5
5	5	5	66	5	5	4	4	5
5	4	4	64	5	5	5	5	5
4	3	3	54	3	3	4	4	4
3	1	3	55	4	4	3	4	5
5	5	5	64	4	4	4	4	4
5	3	4	64	4	5	4	5	5
2	2	2	29	2	2	3	3	3
2	3	4	24	1	1	3	2	3
4	4	4	57	4	4	4	5	5
5	4	4	65	5	5	4	4	5
4	4	4	58	4	4	4	4	4
5	5	5	70	5	5	5	5	5
4	4	4	64	5	5	5	5	5
5	3	4	60	5	5	4	4	5
5	5	5	69	4	5	5	4	5

4	4	3	64	4	4	4	4	5
5	4	4	66	5	5	4	5	5
5	5	5	70	5	5	5	5	5
4	3	3	55	4	4	4	4	5
5	5	5	67	4	4	5	4	5
4	4	5	65	5	5	5	5	5
4	5	5	65	5	5	5	5	5
4	4	5	60	3	4	4	4	4
5	5	5	68	5	5	5	5	5
5	5	5	59	5	4	4	4	5
5	2	5	67	5	5	5	5	5
5	3	4	64	5	5	4	5	5
5	5	5	59	5	5	4	5	5
3	2	3	58	5	5	2	3	4
5	5	5	70	5	4	5	4	5
5	4	5	69	5	5	5	5	5
4	3	3	44	3	3	3	3	3
5	5	5	70	5	5	5	5	5
5	5	5	70	5	5	5	5	5
4	5	4	64	4	4	4	4	4
5	5	5	70	5	5	5	5	5
5	5	5	70	5	5	5	5	5
4	3	4	52	4	4	3	3	4
4	4	4	60	4	4	3	4	5
5	5	5	70	5	5	5	5	5
5	4	5	63	5	5	5	5	5
5	5	5	68	5	5	4	5	5
3	4	4	57	3	4	4	4	4
5	3	5	67	5	5	4	5	5
4	4	4	66	5	5	4	4	5
5	5	5	70	5	5	5	4	5
5	4	5	69	5	5	5	5	5
4	3	4	59	4	4	4	4	4
5	4	4	68	5	5	4	5	5
5	5	5	70	5	5	5	5	5
4	4	4	56	4	4	4	4	4
4	4	4	65	4	4	5	5	5
5	5	5	70	5	5	5	5	5
5	4	5	61	4	5	4	4	5
5	4	5	60	5	5	3	3	5
5	5	5	66	4	5	5	5	5
4	4	4	65	4	4	4	4	5
5	5	5	70	5	5	5	5	5
5	5	5	66	5	1	4	4	4
4	4	4	63	4	5	4	5	5
5	5	5	70	5	5	5	5	5
5	5	5	70	5	5	5	5	5
5	5	5	63	4	4	5	4	5
5	5	5	65	5	5	5	5	5
4	5	5	64	4	5	4	5	5

4	4	4	57	4	4	4	4	4
5	4	4	64	4	5	4	4	5
5	5	5	70	5	5	5	5	5
4	3	5	60	5	5	5	5	5
5	4	5	68	5	5	5	5	5
5	4	5	65	5	5	4	4	5
4	4	5	64	5	4	4	5	5
5	5	5	65	5	5	4	4	5
4	4	4	59	4	3	3	4	5
4	4	5	64	5	5	5	4	4
4	5	5	67	5	5	4	4	5
4	4	4	58	4	4	4	4	4
4	4	4	59	5	3	4	4	5
3	3	4	56	4	4	3	3	4
4	4	4	61	4	5	5	5	5
4	5	5	64	5	5	4	4	5
5	5	5	67	5	5	4	5	5
5	5	5	66	5	4	4	4	5
3	4	4	53	4	3	3	3	4
4	4	4	64	4	4	4	4	5
4	5	5	67	5	5	5	5	5
5	5	5	62	4	4	4	5	5
4	4	5	64	5	5	3	3	4
5	5	5	67	5	5	5	5	5
5	4	5	65	5	4	4	4	5



X2_6	X2_7	X2_8	SumX2	Z_1	Z_2	Z_3	Z_4	Z_5
5	5	4	38	5	4	5	5	5
5	5	5	40	5	5	5	5	5
3	5	5	34	5	5	5	5	5
5	5	5	36	3	4	4	5	5
4	4	4	34	5	3	4	4	5
4	4	4	33	4	4	4	5	5
4	5	5	39	4	5	5	5	4
3	5	5	36	4	4	4	4	3
3	3	3	26	3	3	3	3	3
2	5	5	31	3	3	4	4	4
3	4	3	30	3	4	4	4	4
4	4	5	35	5	3	3	5	4
5	5	4	37	3	4	4	5	4
3	4	4	36	4	4	5	4	4
3	4	4	30	5	4	5	5	5
5	5	5	40	5	5	3	4	4
4	4	4	32	4	3	3	4	4
1	5	4	27	5	5	5	5	5
5	5	5	40	5	5	5	5	5
5	5	5	36	5	4	5	5	5
5	5	5	40	5	5	5	5	5
4	4	4	31	3	2	2	4	4
4	3	4	30	4	4	4	4	4
5	5	5	40	5	5	5	5	5
5	5	5	40	5	3	4	5	5
5	5	5	40	5	5	5	5	5
4	5	5	36	5	5	5	5	5
4	4	4	32	4	4	4	4	4
4	4	4	35	4	4	4	4	4
3	5	4	37	3	4	4	5	5
5	4	5	37	5	4	4	4	5
5	4	5	38	5	5	4	5	5
5	5	5	40	5	5	5	5	5
5	5	5	40	5	5	5	5	5
5	5	4	38	5	5	2	5	5
4	5	5	39	4	4	4	5	5
5	5	5	40	5	5	4	5	5
4	5	5	39	5	5	5	5	5
3	4	4	33	5	5	5	5	5
3	5	4	34	5	5	5	3	4
5	5	5	40	5	5	4	5	5
5	5	5	40	4	4	5	5	5
5	5	5	40	5	5	5	5	5
3	5	5	37	5	5	5	5	5
4	4	4	32	5	4	4	5	5
3	3	3	28	4	4	2	4	4
5	3	5	36	5	5	5	5	5

4	4	5	36	5	4	4	5	5
4	4	4	30	4	3	4	3	4
5	5	5	39	5	5	5	5	5
4	5	5	38	4	4	4	4	4
5	5	5	40	5	5	5	5	5
4	5	5	36	5	5	5	5	4
3	3	3	29	5	5	5	5	5
4	4	4	32	4	3	3	3	3
4	4	4	36	5	5	4	5	4
4	5	4	33	4	4	4	4	4
4	4	4	32	4	4	4	4	4
5	4	5	39	5	5	4	5	5
5	5	5	40	5	5	5	5	5
5	5	5	39	5	5	5	5	4
4	5	5	39	5	5	5	5	5
5	4	4	32	2	2	2	4	4
5	4	5	35	4	4	5	5	5
4	4	3	28	4	3	2	4	4
4	4	4	32	4	4	4	4	4
5	5	5	40	4	5	5	5	4
5	5	5	40	5	5	5	5	5
4	5	5	37	4	4	4	5	5
5	5	5	39	5	5	5	5	5
3	4	4	30	3	3	3	3	3
4	5	4	34	4	4	4	4	4
5	5	5	40	5	5	5	5	5
3	3	3	29	4	4	4	4	4
4	5	5	39	5	5	5	5	5
5	5	5	40	5	5	5	5	5
3	3	4	30	4	4	3	4	4
4	4	4	31	5	4	4	5	4
4	4	4	35	4	4	4	5	5
4	3	3	24	3	3	3	3	3
5	5	5	37	5	4	5	5	5
5	5	5	38	5	5	5	5	5
4	5	5	37	5	5	5	5	5
5	4	4	38	5	5	5	5	5
3	3	3	27	3	3	4	4	4
3	4	4	31	3	5	5	5	5
4	4	5	33	5	4	4	5	5
4	4	4	35	3	3	3	5	5
3	3	3	22	3	3	3	2	2
2	1	1	14	4	5	5	5	5
4	3	3	32	4	4	3	4	4
5	5	5	38	5	5	5	5	5
4	4	4	32	4	4	4	4	4
5	5	5	40	5	5	5	5	5
5	5	5	40	5	5	5	5	5
4	4	5	36	5	5	5	5	5
5	5	5	38	5	5	5	5	5

4	4	4	33	5	5	4	5	4
5	5	5	39	4	5	4	5	4
5	5	5	40	5	5	5	5	5
4	4	4	33	3	3	2	4	3
4	4	4	34	4	4	4	5	5
5	5	5	40	5	5	3	5	5
4	5	5	39	5	5	5	5	5
3	4	4	30	4	5	4	5	5
5	5	5	40	5	5	5	5	5
5	4	5	36	5	4	5	5	5
5	5	5	40	5	3	5	5	5
5	5	5	39	4	5	5	5	5
3	5	5	37	5	5	5	5	5
3	4	5	31	3	4	4	4	4
5	5	5	38	5	5	5	5	5
5	5	5	40	5	5	5	5	5
3	3	3	24	3	3	3	3	3
5	5	5	40	5	5	5	5	5
5	5	5	40	5	5	5	5	5
4	4	4	32	4	4	4	4	4
5	5	5	40	5	5	5	5	5
5	5	5	40	5	5	5	5	5
3	4	4	29	4	4	3	4	4
4	3	4	31	3	4	4	4	4
5	5	5	40	5	5	5	5	5
5	5	5	40	5	5	5	5	5
5	5	5	39	5	5	4	5	5
4	4	4	31	4	4	5	5	4
5	5	5	39	4	4	5	5	5
3	4	4	34	4	4	2	4	4
4	5	5	38	5	5	5	5	4
5	5	5	40	5	5	5	5	5
4	4	4	32	4	4	5	5	5
4	5	5	38	5	3	3	5	5
5	5	5	40	5	5	5	5	5
4	4	4	32	4	3	3	4	4
4	5	5	37	5	4	5	5	4
5	5	5	40	5	5	5	5	1
4	4	4	34	4	3	3	3	3
4	4	4	33	3	5	5	5	5
5	5	5	39	5	4	4	5	4
4	5	5	35	5	5	5	5	5
5	5	5	40	5	5	5	5	5
4	4	4	30	4	4	5	4	5
4	3	4	34	4	4	4	4	4
5	5	5	40	5	5	5	5	5
5	5	5	40	5	5	5	5	5
3	4	5	34	5	5	5	4	4
4	5	5	39	5	5	5	5	5
5	5	5	38	5	5	5	5	5

4	4	4	32	4	4	4	4	4
4	4	5	35	4	5	5	5	5
5	5	5	40	5	5	5	5	5
4	5	5	39	4	5	5	5	5
4	5	5	39	4	4	4	5	5
5	5	5	38	5	4	5	5	5
4	5	5	37	4	4	4	4	4
4	4	4	35	4	4	3	5	4
4	5	5	33	5	5	5	5	5
4	4	5	36	4	4	4	5	3
5	5	5	38	4	4	3	5	4
3	4	4	31	5	4	4	5	4
3	4	4	32	4	3	4	4	3
4	4	4	30	4	4	4	5	4
4	5	4	37	4	4	4	4	3
4	4	4	35	4	4	4	5	4
5	5	5	39	4	4	4	5	5
5	5	5	37	5	4	5	5	5
4	4	4	29	3	3	3	4	4
4	5	5	35	4	4	5	5	5
5	5	5	40	5	4	4	5	4
4	4	4	34	5	4	4	5	5
4	5	5	34	5	4	4	5	4
4	5	5	39	4	4	3	4	3
4	5	5	36	4	4	5	5	5



Z_6	Z_7	Z_8	Z_9	SumZ	Y_1	Y_2	Y_3	Y_4
4	5	5	5	43	5	5	4	4
5	5	5	5	45	5	5	5	5
3	3	5	4	40	5	4	5	3
3	3	4	4	35	5	5	5	4
4	4	5	4	38	5	5	4	4
3	4	5	4	38	4	4	4	4
4	4	5	3	39	5	5	5	5
3	3	4	3	32	4	4	5	4
3	3	3	3	27	3	3	3	3
2	4	4	4	32	4	4	4	4
3	4	4	4	34	4	5	4	4
3	2	3	2	30	4	5	4	5
4	3	4	4	35	5	5	5	4
3	4	4	4	36	4	5	4	4
3	4	4	3	38	5	5	4	4
4	5	5	5	40	5	5	5	5
3	3	4	4	32	4	4	4	4
5	5	5	5	45	5	5	5	5
5	5	5	5	45	5	5	5	5
4	4	5	4	41	5	5	5	5
5	5	5	5	45	5	5	5	5
2	2	3	3	25	4	4	4	4
2	4	4	4	34	3	3	3	4
5	5	5	5	45	5	5	5	5
4	5	5	5	41	5	5	5	5
4	5	5	5	44	5	5	5	5
5	5	5	5	45	5	5	5	5
4	4	4	4	36	4	4	4	4
3	2	4	4	33	5	5	5	4
2	2	5	3	33	5	5	5	5
5	5	4	5	41	5	5	5	5
5	5	5	5	44	5	5	4	5
5	5	5	5	45	5	5	5	5
5	5	5	5	45	5	5	5	5
3	3	5	5	38	5	5	5	4
5	4	5	5	41	5	5	5	5
5	5	5	5	44	5	5	5	5
4	5	5	5	44	5	5	5	3
5	5	4	5	44	5	5	5	5
4	5	5	4	40	5	5	5	5
3	4	4	4	39	5	5	5	5
5	3	5	5	41	5	5	5	5
4	4	5	5	43	5	5	5	5
5	5	5	5	45	5	5	5	5
3	4	4	4	38	4	4	4	4
3	4	4	4	33	4	4	3	3
1	5	4	5	40	5	4	3	5

4	5	5	5	42	4	5	4	4
3	4	4	4	33	2	4	4	5
5	5	5	5	45	4	5	4	5
4	4	4	4	36	5	5	5	4
5	5	5	5	45	5	5	5	5
4	5	5	4	42	5	5	5	4
5	5	5	5	45	5	5	5	5
2	2	4	3	27	5	5	4	5
4	4	4	4	39	5	5	4	4
3	4	5	5	37	4	4	4	4
3	4	4	4	35	4	4	4	4
3	5	4	3	39	5	5	4	4
5	5	5	5	45	5	5	5	5
4	4	4	4	40	5	5	5	5
3	5	5	4	42	5	5	5	5
1	1	4	3	23	5	5	4	5
4	4	5	4	40	4	4	4	4
4	4	3	4	32	4	4	4	4
4	4	4	4	36	4	4	4	4
3	3	5	5	39	5	5	5	5
4	5	5	4	43	5	5	5	5
4	4	4	4	38	5	5	5	4
5	5	5	5	45	5	5	5	5
2	3	3	3	26	4	4	4	3
4	4	4	4	36	4	4	5	4
5	5	5	5	45	5	5	5	5
3	3	4	4	34	4	4	4	4
4	5	5	4	43	5	5	5	5
4	4	5	5	43	5	5	5	5
3	3	4	3	32	4	4	3	4
3	5	4	4	38	5	4	4	4
3	4	5	4	38	5	4	5	5
3	3	3	3	27	3	4	3	3
5	5	5	5	44	5	5	5	5
5	5	5	4	44	4	4	4	4
5	5	5	5	45	5	5	5	5
5	4	5	5	44	5	5	4	4
3	3	3	3	30	3	4	3	3
1	1	4	4	33	4	4	4	5
4	5	4	1	37	5	4	4	4
3	5	5	4	36	4	4	4	5
2	2	2	2	21	2	2	2	2
2	3	3	3	35	1	3	1	2
3	3	5	5	35	4	4	4	4
3	5	5	3	41	5	5	5	5
4	4	4	4	36	4	4	3	4
5	5	5	5	45	5	5	5	5
3	3	5	5	41	5	5	5	5
5	5	5	4	44	5	5	5	4
5	5	5	5	45	5	5	5	5

3	4	4	4	38	5	5	4	4
3	2	5	5	37	5	5	5	5
5	5	5	5	45	5	5	5	5
1	3	3	3	25	4	4	4	4
4	4	4	4	38	4	4	4	4
3	5	5	3	39	5	5	5	5
5	5	5	5	45	5	5	4	4
4	3	4	4	38	4	4	4	4
5	5	5	5	45	5	5	5	5
2	3	4	4	37	5	4	5	5
2	5	5	5	40	5	5	5	5
3	5	5	5	42	5	4	5	4
4	5	5	5	44	5	5	5	5
1	2	5	4	31	4	5	5	4
5	5	5	5	45	5	5	5	5
5	5	5	5	45	5	5	5	5
3	3	3	3	27	3	3	3	3
5	5	5	5	45	5	5	5	5
5	5	5	5	45	5	5	5	5
3	4	4	4	35	5	5	4	4
5	5	5	5	45	5	5	5	5
5	5	5	4	44	4	4	4	4
3	3	3	3	31	4	4	4	4
3	3	4	4	33	4	4	3	4
5	5	5	5	45	5	5	5	5
5	3	5	4	42	5	5	5	5
4	4	5	5	42	5	5	5	5
4	5	4	4	39	4	4	4	4
4	5	5	5	42	5	4	4	4
3	4	5	5	35	5	4	4	4
4	5	5	4	42	5	5	5	5
4	5	5	4	43	5	5	5	5
5	5	5	5	43	5	5	5	5
4	4	5	5	39	5	5	5	5
5	5	5	5	45	5	5	5	5
3	3	3	4	31	4	4	4	4
3	4	4	4	38	5	5	5	5
5	5	5	5	41	5	5	5	5
4	3	4	3	30	4	4	4	5
3	4	4	4	38	4	4	4	4
4	4	5	5	40	5	4	4	5
4	4	5	5	43	4	5	5	5
5	5	5	5	45	5	5	5	5
4	4	5	5	40	4	5	4	5
3	4	4	4	35	4	5	4	4
5	5	5	5	45	5	5	5	5
5	5	5	5	45	5	5	5	5
3	5	4	4	39	5	5	4	4
4	5	5	5	44	5	5	5	4
5	5	5	5	45	5	5	4	4

4	4	4	4	36	4	4	4	4
3	3	5	4	39	5	5	4	5
5	5	5	5	45	5	5	5	5
3	4	4	4	39	5	5	4	4
4	5	5	4	40	5	5	5	5
4	4	4	4	40	5	5	5	4
4	4	5	5	38	5	5	5	4
4	4	4	4	36	5	4	4	4
4	4	4	4	41	4	5	5	4
3	4	3	3	33	5	5	5	4
4	4	4	5	37	5	5	5	5
4	4	4	4	38	5	4	5	4
4	4	4	4	34	5	5	4	4
4	4	4	4	37	4	4	4	3
3	3	4	4	33	4	4	4	4
4	4	4	4	37	5	5	5	4
5	5	5	5	42	5	5	5	5
5	4	4	4	41	4	4	4	4
4	3	4	3	31	4	4	4	3
5	5	4	4	41	5	5	5	5
5	4	5	4	40	5	5	5	5
5	5	5	5	43	5	5	4	5
4	4	5	5	40	5	5	5	4
4	4	3	3	32	4	4	5	4
5	5	5	4	42	5	5	5	4



Y_5	Y_6	Y_7	Y_8	Y_9	Y_10	SumY	litas Pelaya	Kualitas Pel
5	5	5	5	5	5	48	67	0,96
5	5	5	5	5	5	50	70	1
4	4	4	5	4	4	42	61	0,87
4	4	4	5	4	5	45	57	0,81
3	4	5	5	5	5	45	65	0,93
4	4	4	4	4	4	40	56	0,8
4	5	4	5	4	5	47	70	1
3	4	5	4	4	4	41	61	0,87
3	3	3	3	3	3	30	47	0,67
3	4	3	4	3	4	37	56	0,8
2	3	3	3	3	2	33	54	0,77
4	4	5	4	4	5	44	62	0,89
5	5	5	5	4	5	48	67	0,96
3	4	4	4	3	4	39	62	0,89
4	4	4	5	3	5	43	68	0,97
4	4	4	4	5	5	46	68	0,97
4	4	4	4	4	4	40	66	0,94
5	5	5	5	5	5	50	49	0,7
5	5	5	5	5	5	50	70	1
5	5	5	5	4	5	49	69	0,99
5	5	5	5	5	5	50	69	0,99
2	4	4	4	3	3	36	58	0,83
3	4	4	3	3	3	33	54	0,77
5	5	5	5	3	5	48	70	1
5	5	5	5	5	5	50	70	1
5	5	5	5	4	5	49	68	0,97
4	4	4	4	4	4	40	60	0,86
4	5	5	5	4	4	46	67	0,96
3	5	4	5	3	5	45	67	0,96
4	5	5	5	4	4	47	67	0,96
3	5	5	5	5	5	47	69	0,99
5	5	4	5	5	5	49	69	0,99
5	5	5	5	5	5	50	70	1
3	5	4	5	3	5	44	62	0,89
5	5	4	4	3	4	45	69	0,99
4	5	5	5	4	5	48	68	0,97
3	5	4	5	4	5	44	68	0,97
4	4	4	4	3	3	42	63	0,9
5	5	5	5	4	5	49	67	0,96
5	5	5	5	5	5	50	65	0,93
5	5	5	5	5	5	50	69	0,99
5	5	5	5	5	5	50	67	0,96
5	5	5	5	4	4	48	69	0,99
4	4	4	4	4	4	40	57	0,81
3	4	4	4	3	4	36	53	0,76
3	5	5	4	3	5	42	56	0,8

4	5	4	5	4	5	44	65	0,93
2	2	2	3	4	4	32	56	0,8
5	4	4	5	4	5	45	68	0,97
4	4	4	5	4	4	44	68	0,97
5	5	5	5	5	5	50	70	1
4	5	4	4	4	4	44	68	0,97
5	5	5	5	5	5	50	65	0,93
4	4	5	5	3	5	45	62	0,89
4	5	4	4	4	4	43	68	0,97
4	4	4	4	4	4	40	62	0,89
4	4	4	4	4	3	39	55	0,79
4	4	4	4	4	4	42	68	0,97
5	5	5	5	4	5	49	70	1
4	5	5	5	5	5	49	68	0,97
3	5	4	4	4	4	44	69	0,99
2	5	5	5	4	5	45	62	0,89
3	4	4	4	4	4	39	58	0,83
3	4	3	4	3	4	37	51	0,73
4	4	4	4	4	4	40	56	0,8
5	5	5	4	4	4	47	67	0,96
5	5	5	5	5	5	50	70	1
5	5	5	5	5	5	49	61	0,87
4	4	5	4	5	5	47	67	0,96
2	3	4	4	3	4	35	51	0,73
4	4	4	4	4	5	42	60	0,86
5	5	5	5	5	5	50	70	1
3	4	4	3	3	3	36	53	0,76
5	5	5	5	3	5	48	66	0,94
5	5	5	5	5	5	50	70	1
3	4	3	4	3	4	36	60	0,86
4	4	4	4	3	5	41	57	0,81
4	4	5	5	4	4	45	62	0,89
4	3	4	3	3	4	34	64	0,91
5	5	5	5	5	5	50	69	0,99
4	4	4	4	4	4	40	62	0,89
4	5	3	5	3	5	45	66	0,94
4	5	5	5	5	5	47	64	0,91
2	3	3	3	2	3	29	54	0,77
4	4	5	4	3	4	41	55	0,79
4	5	4	4	4	4	42	64	0,91
4	4	4	4	3	4	40	64	0,91
2	3	2	2	2	3	22	29	0,41
3	2	3	1	1	1	18	24	0,34
3	4	4	3	1	4	35	57	0,81
3	5	5	3	3	4	43	65	0,93
4	4	4	4	4	4	39	58	0,83
5	5	5	5	5	5	50	70	1
5	5	5	5	5	5	50	64	0,91
3	4	5	5	4	5	45	60	0,86
5	5	5	5	4	5	49	69	0,99

4	4	4	4	3	4	41	64	0,91
5	5	5	5	4	5	49	66	0,94
5	5	5	5	5	5	50	70	1
3	4	4	5	3	4	39	55	0,79
4	4	4	4	4	4	40	67	0,96
5	5	5	5	5	5	50	65	0,93
4	4	4	4	4	5	43	65	0,93
4	4	4	4	3	4	39	60	0,86
5	5	5	5	5	5	50	68	0,97
3	4	3	4	3	5	41	59	0,84
5	5	5	5	4	5	49	67	0,96
4	4	4	4	4	4	42	64	0,91
4	5	4	4	4	5	46	59	0,84
4	5	3	4	3	5	42	58	0,83
5	5	5	5	5	5	50	70	1
5	5	5	5	5	5	50	69	0,99
2	3	3	3	2	3	28	44	0,63
5	5	5	5	5	5	50	70	1
5	5	5	5	5	5	50	70	1
4	5	4	5	3	4	43	64	0,91
5	5	5	5	1	3	44	70	1
2	4	3	3	4	3	35	70	1
2	4	4	4	3	4	37	52	0,74
4	4	4	4	3	4	38	60	0,86
5	5	5	5	5	5	50	70	1
4	5	4	5	5	5	48	63	0,9
5	5	5	5	5	5	50	68	0,97
3	4	5	4	4	4	40	57	0,81
4	4	4	4	4	5	42	67	0,96
4	4	4	4	4	4	41	66	0,94
5	5	5	5	4	5	49	70	1
4	5	5	5	5	5	49	69	0,99
4	4	5	4	5	5	47	59	0,84
4	5	4	5	4	4	46	68	0,97
5	5	5	5	5	5	50	70	1
4	4	3	4	4	4	39	56	0,8
4	5	4	4	4	4	45	65	0,93
5	5	5	5	3	5	48	70	1
4	4	4	4	4	4	41	61	0,87
2	3	5	4	4	5	39	60	0,86
5	5	4	5	5	5	47	66	0,94
4	4	5	5	4	5	46	65	0,93
5	5	5	5	5	5	50	70	1
4	5	5	4	4	5	45	66	0,94
3	4	4	4	4	4	40	63	0,9
5	5	5	5	5	5	50	70	1
5	5	5	5	5	5	50	70	1
4	4	3	4	3	4	40	63	0,9
5	4	4	5	5	5	47	65	0,93
4	4	5	4	5	5	45	64	0,91

4	4	4	4	4	4	40	57	0,81
5	5	5	5	4	5	48	64	0,91
5	5	5	5	5	5	50	70	1
3	5	5	4	4	4	43	60	0,86
4	5	5	4	4	5	47	68	0,97
5	4	4	4	5	5	46	65	0,93
4	4	4	4	4	5	44	64	0,91
3	4	4	4	4	4	40	65	0,93
4	5	4	4	3	4	42	59	0,84
3	5	5	5	4	5	46	64	0,91
4	5	5	5	5	5	49	67	0,96
3	4	4	4	4	4	41	58	0,83
4	5	4	5	4	5	45	59	0,84
3	4	3	4	3	4	36	56	0,8
4	5	4	4	4	5	42	61	0,87
4	4	4	5	4	4	44	64	0,91
4	5	5	5	5	5	49	67	0,96
5	5	4	5	4	5	44	66	0,94
4	4	4	4	3	4	38	53	0,76
5	5	5	5	5	5	50	64	0,91
5	5	5	5	4	5	49	67	0,96
4	5	4	4	4	4	44	62	0,89
4	5	4	5	5	4	46	64	0,91
4	4	4	4	4	5	42	67	0,96
4	5	4	4	4	5	45	65	0,93



Kualitas Pel	Kualitas Prod	Kualitas Pnt	Kualitas P	Lokasi Peru	Index Loka	Tingkat Lok	Kepuasan C	Index Keju
3	38	0,95	3	43	0,96	3	48	0,96
3	40	1	3	45	1	3	50	1
3	34	0,85	3	40	0,89	3	42	0,84
3	36	0,9	3	35	0,78	2	45	0,9
3	34	0,85	3	38	0,84	3	45	0,9
3	33	0,83	3	38	0,84	3	40	0,8
3	39	0,98	3	39	0,87	3	47	0,94
3	36	0,9	3	32	0,71	2	41	0,82
2	26	0,65	2	27	0,6	1	30	0,6
3	31	0,78	2	32	0,71	2	37	0,74
3	30	0,75	2	34	0,76	2	33	0,66
3	35	0,88	3	30	0,67	2	44	0,88
3	37	0,93	3	35	0,78	2	48	0,96
3	36	0,9	3	36	0,8	2	39	0,78
3	30	0,75	2	38	0,84	3	43	0,86
3	40	1	3	40	0,89	3	46	0,92
3	32	0,8	3	32	0,71	2	40	0,8
2	27	0,68	2	45	1	3	50	1
3	40	1	3	45	1	3	50	1
3	36	0,9	3	41	0,91	3	49	0,98
3	40	1	3	45	1	3	50	1
3	31	0,78	2	25	0,56	1	36	0,72
3	30	0,75	2	34	0,76	2	33	0,66
3	40	1	3	45	1	3	48	0,96
3	40	1	3	41	0,91	3	50	1
3	40	1	3	44	0,98	3	50	1
3	36	0,9	3	45	1	3	49	0,98
3	32	0,8	3	36	0,8	2	40	0,8
3	35	0,88	3	33	0,73	2	46	0,92
3	37	0,93	3	33	0,73	2	45	0,9
3	37	0,93	3	41	0,91	3	47	0,94
3	38	0,95	3	44	0,98	3	47	0,94
3	40	1	3	45	1	3	49	0,98
3	40	1	3	45	1	3	50	1
3	38	0,95	3	38	0,84	3	44	0,88
3	39	0,98	3	41	0,91	3	45	0,9
3	40	1	3	44	0,98	3	48	0,96
3	39	0,98	3	44	0,98	3	44	0,88
3	33	0,83	3	44	0,98	3	42	0,84
3	34	0,85	3	40	0,89	3	49	0,98
3	40	1	3	39	0,87	3	50	1
3	40	1	3	41	0,91	3	50	1
3	40	1	3	43	0,96	3	50	1
3	37	0,93	3	45	1	3	48	0,96
3	32	0,8	3	38	0,84	3	40	0,8
2	28	0,7	2	33	0,73	2	36	0,72
3	36	0,9	3	40	0,89	3	42	0,84

3	36	0,9	3	42	0,93	3	44	0,88
3	30	0,75	2	33	0,73	2	32	0,64
3	39	0,98	3	45	1	3	45	0,9
3	38	0,95	3	36	0,8	2	44	0,88
3	40	1	3	45	1	3	50	1
3	36	0,9	3	42	0,93	3	44	0,88
3	29	0,73	2	45	1	3	50	1
3	32	0,8	3	27	0,6	1	45	0,9
3	36	0,9	3	39	0,87	3	43	0,86
3	33	0,83	3	37	0,82	3	40	0,8
3	32	0,8	3	35	0,78	2	39	0,78
3	39	0,98	3	39	0,87	3	42	0,84
3	40	1	3	45	1	3	49	0,98
3	39	0,98	3	40	0,89	3	49	0,98
3	39	0,98	3	42	0,93	3	44	0,88
3	32	0,8	3	23	0,51	1	45	0,9
3	35	0,88	3	40	0,89	3	39	0,78
2	28	0,7	2	32	0,71	2	37	0,74
3	32	0,8	3	36	0,8	2	40	0,8
3	40	1	3	39	0,87	3	47	0,94
3	40	1	3	43	0,96	3	50	1
3	37	0,93	3	38	0,84	3	49	0,98
3	39	0,98	3	45	1	3	47	0,94
2	30	0,75	2	26	0,58	1	35	0,7
3	34	0,85	3	36	0,8	2	42	0,84
3	40	1	3	45	1	3	50	1
2	29	0,73	2	34	0,76	2	36	0,72
3	39	0,98	3	43	0,96	3	48	0,96
3	40	1	3	43	0,96	3	50	1
3	30	0,75	2	32	0,71	2	36	0,72
3	31	0,78	2	38	0,84	3	41	0,82
3	35	0,88	3	38	0,84	3	45	0,9
3	24	0,6	2	27	0,6	1	34	0,68
3	37	0,93	3	44	0,98	3	50	1
3	38	0,95	3	44	0,98	3	40	0,8
3	37	0,93	3	45	1	3	45	0,9
3	38	0,95	3	44	0,98	3	47	0,94
3	27	0,68	2	30	0,67	2	29	0,58
3	31	0,78	2	33	0,73	2	41	0,82
3	33	0,83	3	37	0,82	3	42	0,84
3	35	0,88	3	36	0,8	2	40	0,8
1	22	0,55	1	21	0,47	3	22	0,44
1	14	0,35	1	35	0,78	2	18	0,36
3	32	0,8	3	35	0,78	2	35	0,7
3	38	0,95	3	41	0,91	3	43	0,86
3	32	0,8	3	36	0,8	2	39	0,78
3	40	1	3	45	1	3	50	1
3	40	1	3	41	0,91	3	50	1
3	36	0,9	3	44	0,98	3	45	0,9
3	38	0,95	3	45	1	3	49	0,98

3	33	0,83	3	38	0,84	3	41	0,82
3	39	0,98	3	37	0,82	3	49	0,98
3	40	1	3	45	1	3	50	1
3	33	0,83	3	25	0,56	1	39	0,78
3	34	0,85	3	38	0,84	3	40	0,8
3	40	1	3	39	0,87	3	50	1
3	39	0,98	3	45	1	3	43	0,86
3	30	0,75	2	38	0,84	3	39	0,78
3	40	1	3	45	1	3	50	1
3	36	0,9	3	37	0,82	3	41	0,82
3	40	1	3	40	0,89	3	49	0,98
3	39	0,98	3	42	0,93	3	42	0,84
3	37	0,93	3	44	0,98	3	46	0,92
3	31	0,78	2	31	0,69	2	42	0,84
3	38	0,95	3	45	1	3	50	1
3	40	1	3	45	1	3	50	1
2	24	0,6	2	27	0,6	1	28	0,56
3	40	1	3	45	1	3	50	1
3	40	1	3	45	1	3	50	1
3	32	0,8	3	35	0,78	2	43	0,86
3	40	1	3	45	1	3	44	0,88
3	40	1	3	44	0,98	3	35	0,7
2	29	0,73	2	31	0,69	2	37	0,74
3	31	0,78	2	33	0,73	2	38	0,76
3	40	1	3	45	1	3	50	1
3	40	1	3	42	0,93	3	48	0,96
3	39	0,98	3	42	0,93	3	50	1
3	31	0,78	2	39	0,87	3	40	0,8
3	39	0,98	3	42	0,93	3	42	0,84
3	34	0,85	3	35	0,78	2	41	0,82
3	38	0,95	3	42	0,93	3	49	0,98
3	40	1	3	43	0,96	3	49	0,98
3	32	0,8	3	43	0,96	3	47	0,94
3	38	0,95	3	39	0,87	3	46	0,92
3	40	1	3	45	1	3	50	1
3	32	0,8	3	31	0,69	2	39	0,78
3	37	0,93	3	38	0,84	3	45	0,9
3	40	1	3	41	0,91	3	48	0,96
3	34	0,85	3	30	0,67	2	41	0,82
3	33	0,83	3	38	0,84	3	39	0,78
3	39	0,98	3	40	0,89	3	47	0,94
3	35	0,88	3	43	0,96	3	46	0,92
3	40	1	3	45	1	3	50	1
3	30	0,75	2	40	0,89	3	45	0,9
3	34	0,85	3	35	0,78	2	40	0,8
3	40	1	3	45	1	3	50	1
3	40	1	3	45	1	3	50	1
3	34	0,85	3	39	0,87	3	40	0,8
3	39	0,98	3	44	0,98	3	47	0,94
3	38	0,95	3	45	1	3	45	0,9

3	32	0,8	3	36	0,8	2	40	0,8
3	35	0,88	3	39	0,87	3	48	0,96
3	40	1	3	45	1	3	50	1
3	39	0,98	3	39	0,87	3	43	0,86
3	39	0,98	3	40	0,89	3	47	0,94
3	38	0,95	3	40	0,89	3	46	0,92
3	37	0,93	3	38	0,84	3	44	0,88
3	35	0,88	3	36	0,8	2	40	0,8
3	33	0,83	3	41	0,91	3	42	0,84
3	36	0,9	3	33	0,73	2	46	0,92
3	38	0,95	3	37	0,82	3	49	0,98
3	31	0,78	2	38	0,84	3	41	0,82
3	32	0,8	3	34	0,76	2	45	0,9
3	30	0,75	2	37	0,82	3	36	0,72
3	37	0,93	3	33	0,73	2	42	0,84
3	35	0,88	3	37	0,82	3	44	0,88
3	39	0,98	3	42	0,93	3	49	0,98
3	37	0,93	3	41	0,91	3	44	0,88
2	29	0,73	2	31	0,69	2	38	0,76
3	35	0,88	3	41	0,91	3	50	1
3	40	1	3	40	0,89	3	49	0,98
3	34	0,85	3	43	0,96	3	44	0,88
3	34	0,85	3	40	0,89	3	46	0,92
3	39	0,98	3	32	0,71	2	42	0,84
3	36	0,9	3	42	0,93	3	45	0,9



Tingkat Kepuasan Customer

3
3
3
3
3
3
3
3
3
2
2
2
3
3
2
3
3
3
3
3
3
2
2
3
3
3
3
3
3
3
3
3
3
3
3
3
3
3
3
3
3
3
3
3
3
3
3
3
2
3



3
2
3
3
3
3
3
3
3
3
3
2
3
3
3
3
2
2
3
3
3
3
2
3
2
3
3
2
3
3
2
3
3
3
3
2
3
3
3
1
1
2
3
2
3
3
3
3



3
3
3
2
3
3
3
2
3
3
3
3
3
3
3
3
1
3
3
3
2
2
2
3
3
3
3
3
3
3
3
2
3
3
2
3
3
3
3
3
3
3
3
3
3
3
3
3



3
3
3
3
3
3
3
3
3
3
3
3
3
3
3
3
2
3
3
3
3
2
3
3
3
3
3
3
3



Correlations

			Mic The Barbershop memberikan pelayanan kepada customer sesuai dengan yang dijanjikan	Pelayanan karyawan Mic The Barbershop mampu memenuhi kebutuhan saya sebagai customer	Karyawan Mic The Barbershop selalu menjelaskan produk-produk yang dimiliki secara rinci	Karyawan Mic The Barbershop selalu mendengarkan keluhan saya	Karyawan mampu mananggapi permintaan saya sebagai customer	Karyawan selalu memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap	Saya yakin terhadap kemampuan karyawan dalam melakukan pekerjaan	Karyawan Mic The Barbershop memiliki pengetahuan dalam menjawab berbagai pertanyaan saya	Karyawan bersikap ramah, sopan dan sabar dalam melayani customer	Karyawan selalu berkomunikasi dengan baik kepada customer	Karyawan mampu menunjukkan sikap simpatik dan bersahabat	Karyawan Mic The Barbershop berpenampilan rapi dan menarik	Mic The Barbershop mempunyai bangunan toko yang baik	Ruang tunggu Mic The Barbershop bersih dan juga nyaman	sumx1
Kendall's tau_b	Mic The Barbershop memberikan pelayanan kepada customer sesuai dengan yang dijanjikan	Correlation Coefficient Sig. (2-tailed) N	1,000 .000 172	,565** .000 172	,404** .000 172	,417** .000 172	,459** .000 172	,502** .000 172	,364** .000 172	,397** .000 172	,423** .000 172	,410** .000 172	,369** .000 172	,238** .001 172	,278** .000 172	,279** .000 172	,524** .000 172
	Pelayanan karyawan Mic The Barbershop mampu memenuhi kebutuhan saya sebagai customer	Correlation Coefficient Sig. (2-tailed) N	,565** .000 172	1,000 .000 172	,404** .000 172	,410** .000 172	,538** .000 172	,514** .000 172	,489** .000 172	,465** .000 172	,517** .000 172	,480** .000 172	,453** .000 172	,411** .000 172	,351** .000 172	,308** .000 172	,598** .000 172
	Karyawan Mic The Barbershop selalu menjelaskan produk-produk yang dimiliki secara rinci	Correlation Coefficient Sig. (2-tailed) N	,404** .000 172	,404** .000 172	1,000 .000 172	,469** .000 172	,389** .000 172	,322** .000 172	,396** .000 172	,455** .000 172	,208** .004 172	,358** .000 172	,384** .000 172	,238** .001 172	,356** .000 172	,276** .000 172	,563** .000 172
	Karyawan Mic The Barbershop selalu mendengarkan keluhan saya	Correlation Coefficient Sig. (2-tailed) N	,417** .000 172	,410** .000 172	,469** .000 172	1,000 .000 172	,522** .000 172	,410** .000 172	,471** .000 172	,472** .000 172	,376** .000 172	,325** .000 172	,384** .000 172	,347** .000 172	,326** .000 172	,351** .000 172	,541** .000 172
	Karyawan mampu mananggapi permintaan saya sebagai customer	Correlation Coefficient Sig. (2-tailed) N	,459** .000 172	,538** .000 172	,389** .000 172	,522** .000 172	1,000 .000 172	,556** .000 172	,533** .000 172	,511** .000 172	,562** .000 172	,446** .000 172	,480** .000 172	,382** .000 172	,311** .000 172	,300** .000 172	,595** .000 172
	Karyawan selalu memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap	Correlation Coefficient Sig. (2-tailed) N	,502** .000 172	,514** .000 172	,322** .000 172	,410** .000 172	,556** .000 172	1,000 .000 172	,405** .000 172	,521** .000 172	,528** .000 172	,450** .000 172	,439** .000 172	,420** .000 172	,310** .000 172	,281** .000 172	,551** .000 172
	Saya yakin terhadap kemampuan karyawan dalam melakukan pekerjaan	Correlation Coefficient Sig. (2-tailed) N	,364** .000 172	,489** .000 172	,396** .000 172	,471** .000 172	,533** .000 172	,405** .000 172	1,000 .000 172	,490** .000 172	,468** .000 172	,396** .000 172	,438** .000 172	,370** .000 172	,404** .000 172	,392** .000 172	,575** .000 172
	Karyawan Mic The Barbershop memiliki pengetahuan dalam menjawab berbagai pertanyaan saya	Correlation Coefficient Sig. (2-tailed) N	,397** .000 172	,465** .000 172	,455** .000 172	,472** .000 172	,511** .000 172	,521** .000 172	,490** .000 172	1,000 .000 172	,405** .000 172	,416** .000 172	,366** .000 172	,418** .000 172	,387** .000 172	,381** .000 172	,630** .000 172
	Karyawan bersikap ramah, sopan dan sabar dalam melayani customer	Correlation Coefficient Sig. (2-tailed) N	,423** .000 172	,517** .000 172	,208** .004 172	,376** .000 172	,562** .000 172	,528** .000 172	,468** .000 172	,405** .000 172	1,000 .000 172	,639** .000 172	,448** .000 172	,424** .000 172	,322** .000 172	,334** .000 172	,504** .000 172
	Karyawan selalu berkomunikasi dengan baik kepada customer	Correlation Coefficient Sig. (2-tailed) N	,410** .000 172	,480** .000 172	,358** .000 172	,325** .000 172	,446** .000 172	,450** .000 172	,396** .000 172	,416** .000 172	,639** .000 172	1,000 .000 172	,606** .000 172	,546** .000 172	,379** .000 172	,349** .000 172	,549** .000 172
	Karyawan mampu menunjukkan sikap simpatik dan bersahabat	Correlation Coefficient Sig. (2-tailed) N	,369** .000 172	,453** .000 172	,384** .000 172	,384** .000 172	,480** .000 172	,439** .000 172	,438** .000 172	,366** .000 172	,448** .000 172	,606** .000 172	1,000 .000 172	,471** .000 172	,359** .000 172	,317** .000 172	,541** .000 172
	Karyawan Mic The Barbershop berpenampilan rapi dan menarik	Correlation Coefficient Sig. (2-tailed) N	,238** .001 172	,411** .000 172	,238** .001 172	,347** .000 172	,382** .000 172	,420** .000 172	,370** .000 172	,418** .000 172	,424** .000 172	,546** .000 172	,471** .000 172	1,000 .000 172	,506** .000 172	,584** .000 172	,549** .000 172
	Mic The Barbershop mempunyai bangunan toko yang baik	Correlation Coefficient Sig. (2-tailed) N	,278** .000 172	,351** .000 172	,356** .000 172	,326** .000 172	,311** .000 172	,310** .000 172	,404** .000 172	,387** .000 172	,322** .000 172	,379** .000 172	,359** .000 172	,506** .000 172	1,000 .000 172	,610** .000 172	,568** .000 172
	Ruang tunggu Mic The Barbershop bersih dan juga nyaman	Correlation Coefficient Sig. (2-tailed) N	,279** .000 172	,308** .000 172	,276** .000 172	,351** .000 172	,300** .000 172	,281** .000 172	,392** .000 172	,381** .000 172	,334** .000 172	,349** .000 172	,317** .000 172	,584** .000 172	,610** .000 172	1,000 .000 172	,519** .000 172
	sumx1	Correlation Coefficient Sig. (2-tailed) N	,524** .000 172	,598** .000 172	,563** .000 172	,541** .000 172	,595** .000 172	,551** .000 172	,575** .000 172	,630** .000 172	,504** .000 172	,549** .000 172	,541** .000 172	,549** .000 172	,568** .000 172	,519** .000 172	1,000 .000 172

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



Correlations

			Hasil potongan rambut Mic The Barbershop sudah sesuai dengan keinginan saya	Saya merasa tidak dirugikan dengan produk yang ada di Mic The Barbershop	Produk jasa yang disediakan Mic The Barbershop bervariasi	Produk-produk jasa yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan saya	Saya mendapatkan pelayanan dengan baik di Mic The Barbershop	Produk jasa yang ditawarkan Mic The Barbershop lebih unggul dari tempat lain	Hasil potongan rambut Mic The Barbershop membuat tampilan rambut saya menjadi lebih keren	Rambut saya menjadi lebih rapi setelah perawatan di Mic The Barbershop	sumx2
Kendall's tau_b	Hasil potongan rambut Mic The Barbershop sudah sesuai dengan keinginan saya	Correlation Coefficient	1,000	,632**	,401**	,443**	,506**	,457**	,639**	,634**	,644**
		Sig. (2-tailed)	.	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
		N	172	172	172	172	172	172	172	172	172
	Saya merasa tidak dirugikan dengan produk yang ada di Mic The Barbershop	Correlation Coefficient	,632**	1,000	,464**	,546**	,556**	,508**	,513**	,571**	,671**
		Sig. (2-tailed)	,000	.	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
		N	172	172	172	172	172	172	172	172	172
	Produk jasa yang disediakan Mic The Barbershop bervariasi	Correlation Coefficient	,401**	,464**	1,000	,633**	,499**	,437**	,481**	,426**	,641**
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	.	,000	,000	,000	,000	,000	,000
		N	172	172	172	172	172	172	172	172	172
	Produk-produk jasa yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan saya	Correlation Coefficient	,443**	,546**	,633**	1,000	,515**	,490**	,523**	,527**	,688**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	.	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	172	172	172	172	172	172	172	172	172	
Saya mendapatkan pelayanan dengan baik di Mic The Barbershop	Correlation Coefficient	,506**	,556**	,499**	,515**	1,000	,437**	,531**	,556**	,586**	
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	.	,000	,000	,000	,000	
	N	172	172	172	172	172	172	172	172	172	
Produk jasa yang ditawarkan Mic The Barbershop lebih unggul dari tempat lain	Correlation Coefficient	,457**	,508**	,437**	,490**	,437**	1,000	,508**	,562**	,667**	
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	.	,000	,000	,000	
	N	172	172	172	172	172	172	172	172	172	
Hasil potongan rambut Mic The Barbershop membuat tampilan rambut saya menjadi lebih keren	Correlation Coefficient	,639**	,513**	,481**	,523**	,531**	,508**	1,000	,741**	,678**	
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	.	,000	,000	
	N	172	172	172	172	172	172	172	172	172	
Rambut saya menjadi lebih rapi setelah perawatan di Mic The Barbershop	Correlation Coefficient	,634**	,571**	,426**	,527**	,556**	,562**	,741**	1,000	,688**	
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	.	,000	
	N	172	172	172	172	172	172	172	172	172	
sumx2	Correlation Coefficient	,644**	,671**	,641**	,688**	,586**	,667**	,678**	,688**	1,000	
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	.	
	N	172	172	172	172	172	172	172	172	172	

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

Correlations

			Lokasi Mic The Barbershop mudah diakses kendaraan umum	Lokasi Mic The Barbershop mudah ditemukan	Lokasi Mic The Barbershop terlihat jelas dari tepi jalan	Lokasi Mic The Barbershop terletak di jalan utama	Lokasi Mic The Barbershop terletak di pusat keramaian masyarakat/kota	Lokasi Mic The Barbershop mempunyai tempat parkir yang aman dan nyaman	Tempat parkir Mic The Barbershop mudah dilalui kendaraan roda dua dan roda empat	Mic The Barbershop banyak dilalui aktifitas kegiatan masyarakat	Lokasi Mic The Barbershop dekat dengan pusat kegiatan ekonomi (seperti pasar)	sumx3
Kendall's tau_b	Lokasi Mic The Barbershop mudah diakses kendaraan umum	Correlation Coefficient	1,000	,600**	,513**	,558**	,510**	,502**	,600**	,511**	,478**	,662**
		Sig. (2-tailed)	.	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
		N	172	172	172	172	172	172	172	172	172	172
	Lokasi Mic The Barbershop mudah ditemukan	Correlation Coefficient	,600**	1,000	,654**	,567**	,508**	,407**	,483**	,521**	,449**	,644**
		Sig. (2-tailed)	,000	.	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
		N	172	172	172	172	172	172	172	172	172	172
	Lokasi Mic The Barbershop terlihat jelas dari tepi jalan	Correlation Coefficient	,513**	,654**	1,000	,556**	,569**	,440**	,508**	,502**	,425**	,654**
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	.	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
		N	172	172	172	172	172	172	172	172	172	172
	Lokasi Mic The Barbershop terletak di jalan utama	Correlation Coefficient	,558**	,567**	,556**	1,000	,699**	,415**	,455**	,514**	,409**	,591**
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	.	,000	,000	,000	,000	,000	,000
		N	172	172	172	172	172	172	172	172	172	172
	Lokasi Mic The Barbershop terletak di pusat keramaian masyarakat/kota	Correlation Coefficient	,510**	,508**	,569**	,699**	1,000	,428**	,497**	,581**	,479**	,633**
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	.	,000	,000	,000	,000	,000
		N	172	172	172	172	172	172	172	172	172	172
	Lokasi Mic The Barbershop mempunyai tempat parkir yang aman dan nyaman	Correlation Coefficient	,502**	,407**	,440**	,415**	,428**	1,000	,601**	,490**	,540**	,681**
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	.	,000	,000	,000	,000	,000
		N	172	172	172	172	172	172	172	172	172	172
	Tempat parkir Mic The Barbershop mudah dilalui kendaraan roda dua dan roda empat	Correlation Coefficient	,600**	,483**	,508**	,455**	,497**	,601**	1,000	,527**	,507**	,685**
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	.	,000	,000	,000
		N	172	172	172	172	172	172	172	172	172	172
	Mic The Barbershop banyak dilalui aktifitas kegiatan masyarakat	Correlation Coefficient	,511**	,521**	,502**	,514**	,581**	,490**	,527**	1,000	,675**	,662**
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	.	,000	,000
		N	172	172	172	172	172	172	172	172	172	172
	Lokasi Mic The Barbershop dekat dengan pusat kegiatan ekonomi (seperti pasar)	Correlation Coefficient	,478**	,449**	,425**	,409**	,479**	,540**	,507**	,675**	1,000	,640**
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	.	,000
		N	172	172	172	172	172	172	172	172	172	172
sumx3		Correlation Coefficient	,662**	,644**	,654**	,591**	,633**	,681**	,685**	,662**	,640**	1,000
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	.
		N	172	172	172	172	172	172	172	172	172	172

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

Correlations

			Berdasarkan pengalaman anda, seberapa puas anda dengan kunjungan ke Mic The Barbershop	Bagaimana penilaian anda terhadap kualitas layanan Mic The Barbershop	Hasil potongan rambut sesuai dengan harapan saya	Saya mendapatkan kemudahan dalam bertransaksi	Saya rela mengantri untuk mendapatkan pelayanan	Secara keseluruhan saya sangat senang berkunjung ke Mic The Barbershop	Saya rela mengeluarkan biaya untuk mendapatkan pelayanan	Saya akan datang kesini lagi karena hasil sesuai dengan keinginan saya	Saya tidak ingin berpindah ke Barbershop lain	Saya bersedia merekomendasikan kepada orang lain bahwa Mic The Barbershop berkualitas	sumy
Kendall's tau_b	Berdasarkan pengalaman anda, seberapa puas anda dengan kunjungan ke Mic The Barbershop	Correlation Coefficient	1,000	,726**	,665**	,531**	,487**	,652**	,523**	,638**	,478**	,550**	,657**
		Sig. (2-tailed)	.	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
		N	172	172	172	172	172	172	172	172	172	172	172
	Bagaimana penilaian anda terhadap kualitas layanan Mic The Barbershop	Correlation Coefficient	,726**	1,000	,644**	,557**	,492**	,667**	,538**	,632**	,447**	,580**	,659**
		Sig. (2-tailed)	,000	.	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
		N	172	172	172	172	172	172	172	172	172	172	172
	Hasil potongan rambut sesuai dengan harapan saya	Correlation Coefficient	,665**	,644**	1,000	,572**	,517**	,586**	,489**	,586**	,468**	,508**	,655**
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	.	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
		N	172	172	172	172	172	172	172	172	172	172	172
	Saya mendapatkan kemudahan dalam bertransaksi	Correlation Coefficient	,531**	,557**	,572**	1,000	,542**	,609**	,606**	,514**	,433**	,511**	,645**
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	.	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
		N	172	172	172	172	172	172	172	172	172	172	172
	Saya rela mengantri untuk mendapatkan pelayanan	Correlation Coefficient	,487**	,492**	,517**	,542**	1,000	,571**	,532**	,597**	,526**	,519**	,690**
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	.	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	172	172	172	172	172	172	172	172	172	172	172	
Secara keseluruhan saya sangat senang berkunjung ke Mic The Barbershop	Correlation Coefficient	,652**	,667**	,586**	,609**	,571**	1,000	,569**	,661**	,442**	,548**	,686**	
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	.	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	172	172	172	172	172	172	172	172	172	172	172	
Saya rela mengeluarkan biaya untuk mendapatkan pelayanan	Correlation Coefficient	,523**	,538**	,489**	,606**	,532**	,569**	1,000	,599**	,533**	,558**	,667**	
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	.	,000	,000	,000	,000	
	N	172	172	172	172	172	172	172	172	172	172	172	
Saya akan datang kesini lagi karena hasil sesuai dengan keinginan saya	Correlation Coefficient	,638**	,632**	,586**	,514**	,597**	,661**	,599**	1,000	,514**	,647**	,706**	
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	.	,000	,000	,000	
	N	172	172	172	172	172	172	172	172	172	172	172	
Saya tidak ingin berpindah ke Barbershop lain	Correlation Coefficient	,478**	,447**	,468**	,433**	,526**	,442**	,533**	,514**	1,000	,551**	,654**	
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	.	,000	,000	
	N	172	172	172	172	172	172	172	172	172	172	172	
Saya bersedia merekomendasikan kepada orang lain bahwa Mic The Barbershop berkualitas	Correlation Coefficient	,550**	,580**	,508**	,511**	,519**	,548**	,558**	,647**	,551**	1,000	,657**	
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	.	,000	
	N	172	172	172	172	172	172	172	172	172	172	172	
sumy	Correlation Coefficient	,657**	,659**	,655**	,645**	,690**	,686**	,667**	,706**	,654**	,657**	1,000	
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	.	
	N	172	172	172	172	172	172	172	172	172	172	172	

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