

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS
PRODUK DAN PELAYANAN PADA RUMAH MAKAN
HOLAT AFIFA DI KOTA RANTAU PRAPAT**

S K R I P S I

Oleh :

AGUNG YOGI PANGESTU HASIBUAN

NPM : 1804300113

Program Studi : AGRIBISNIS



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2022**

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS
PRODUK DAN PELAYANAN PADA RUMAH MAKAN HOLAT
AFIFA DI KOTA RANTAU PRAPAT**

SKRIPSI

Oleh :

**AGUNG YOGI PANGESTU HASIBUAN
1804300113
AGRIBISNIS**

Disusun Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Strata I (S1) pada
Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Komisi Pembimbing



Mailina Harahap, S.P., M.Si.
Ketua



Ir. Dewa Putu Siantara, M. MA.
Anggota

Disahkan Oleh :



Assoc. Prof. Dr. Djumli Mawar Tarigan, S.P., M.Si.

Tanggal Lulus: 07-10-2022

PERNYATAAN

Dengan ini saya:

Nama : Agung Yogi Pangestu Hasibuan
NPM : 1804300113

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul Analisis Kepuasan Konsumen terhadap Kualitas Produk dan Pelayanan pada Rumah Makan Holat Alifa di Kota Rantau Prapat adalah berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari ternyata ditemukan adanya penjiplakan (plagiarisme), maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah dipeoleh. Demikian pernyataan ini saya buat dalam kesadaran sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Medan, 27 Agustus 2022

Yang Menyatakan



Agung Yogi Pangestu Hasibuan

RINGKASAN

Agung Yogi Pangestu Hasibuan. 1804300113. “Analisis Kualitas Produk dan Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Holat Afifa di Kota Rantau Prapat.” Dibimbing oleh: Mailina Harahap S.P., M.Si. selaku Ketua Komisi Pembimbing dan Ir. Dewa Putu Siantara, M. MA. Selaku Anggota Komisi Pembimbing. Penelitian ini dilaksanakan di Rumah Makan Holat Afifa jalan SM. Raja No. 02 Rantau Prapat yang berjarak 287 km dari Medan selama tiga bulan sejak bulan Mei 2022 sampai Juli 2022

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Data penelitian menggunakan data primer dengan melakukan wawancara kepada responden penelitian. Sampel penelitian berjumlah 40 responden yang sedang mengkonsumsi hidangan ikan holat serta mendapatkan pelayanan di Rumah Makan Holat Afifa. Pada penelitian ini teknik analisis data menggunakan metode *SEM-PLS* dengan aplikasi *SmartPls*.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Rumah Makan Holat Afifa selalu ramai dikunjungi oleh pelanggannya disebabkan memiliki kualitas produk dan kualitas pelayanan yang baik meskipun harga yang ditawarkan cukup mahal. Hal ini berdasarkan oleh hasil analisis yang menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,942 atau 94,2%, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,151 atau 15,1%.

SUMMARY

Agung Yogi Pangestu Hasibuan.1804300113. “Analysis of Product Quality and Service on Consumer Satisfaction at Afifa Holat Restaurant in Rantau Prapat City” Supervised by: Mailina Harahap S.P., M.Si. as Chair of the Advisory Commision and Ir. Dewa Putu Siantara M.MA. as Member of the Advisory Commision. This research was conducted at Afifa Holat Restaurant Jalan SM. Raja No. 02, Rantau Prapat which is 287 km from Medan for three months from May 2022 to July 2022.

The purpose of this study was to determine the effect of product quality on consumer satisfaction and the effect of service quality on customer satisfaction. The research data uses primary data by conducting interviews with research respondents. The research sample amounted to 40 respondents who were consuming holat fish menu and getting services at Afifa Holat Restaurant. n this study, the data analysis technique used the SEM-PLS method with the SmartPls application.

Based on the results of the study, it shows that the Holat Afifa Restaurant is always crowded with customers due to having good product quality and service quality even though the price offered is quite expensive. This is based on the results of the analysis which shows that product quality has a positive and significant effect on customer satisfaction of 0.942 or 94.2%, and service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction of 0.151 or 15.1%.

RIWAYAT HIDUP

Agung Yogi Pangestu Hasibuan, dilahirkan pada tanggal 16 Agustus 2000 di Perlabian Luar, Kampung Rakyat, Labuhanbatu Selatan, Sumatera Utara. Merupakan anak kedua dari empat bersaudara dari pasangan Ayahanda H.Soleh Hasibuan dan Ibunda Sri Mustika.

Pendidikan yang telah ditempuh sebagai berikut :

1. Penulis menyelesaikan pendidikan Sekolah Dasar (SD) di SD 112239 Perlabian Luar, Kecamatan Kampung Rakyat, Kabupaten Labuhanbatu Selatan, Propinsi Sumatera Utara pada tahun 2012.
2. Penulis menyelesaikan pendidikan Sekolah Menengah Pertama (SMP) di SMPN 5 SATAP Perlabian, Kecamatan Kampung Rakyat, Kabupaten Labuhanbatu Selatan, Provinsi Sumatera Utara pada tahun 2015.
3. Penulis menyelesaikan pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) di SMAN 1 Kampung Rakyat, Kabupaten Labuhanbatu Selatan, Provinsi Sumatera Utara pada tahun 2018.
4. Penulis melanjutkan pendidikan Strata 1 (S1) pada Program Studi Agribisnis di Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara tahun 2018.

Kegiatan yang pernah diikuti selama menjadi mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara antara lain :

1. Mengikuti Kegiatan Pengenalan Kehidupan Kampus bagi Mahasiswa Baru (PKKMB) Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Tahun 2018.
2. Mengikuti kegiatan Masa Taaruf (MASTA) Pimpinan Komisariat Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

3. Mengikuti kegiatan Program Kreativitas Mahasiswa (PKM) Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan dalam Bidang Kewirausahaan pada tahun 2020 dengan judul “Pourli Bata Dekis (Pupuk Organik Limbah Batook Kelapa, Debog Pisang, dan Kotoran Sapi)”
4. Melakukan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di PT. Indo Sepadan Jaya Kecamatan Kampung Rakyat, Kabupaten Labuhanbatu Selatan, Provinsi Sumatera Utara pada Agustus 2021.
5. Melakukan kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Kelurahan Bakaran Batu, Kecamatan Rantau Selatan, Kabupaten Labuhanbatu, Provinsi Sumatera Utara pada September 2021.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT yang senantiasa mencurahkan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul **Analisis Kepuasan Konsumen terhadap Kualitas Produk dan Pelayanan pada Rumah Makan Holat Afifa di Kota Rantau Prapat**. Shalawat dan salam senantiasa dicurahkan kepada Rasulullah Muhammad Sallallahu'Alaihi Wasallam sebagai satu-satunya uswatun hasanah dalam menjalankan kegiatan sehari-hari kita.

Penulis membuat skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) pada Program Studi Agribisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Penulis memahami banyak rintangan dan juga tantangan dalam menyelesaikan skripsi ini, namun berkat seluruh bantuan, doa dan usaha serta dukungan dari berbagai pihak akhirnya penulis dapat menyelesaikannya meskipun penulisan ini masih jauh dari kata sempurna. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih banyak kepada:

1. Ibu Assoc. Prof. Dr. Dafni Mawar Tarigan, S.P., M.Si., selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Ibu Dr. Wan Arfiani Barus, M.P., selaku Wakil Dekan I Fakultas Pertanian Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Akbar Habib, S.P., M.P., selaku Wakil Dekan III Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Ibu Mailina Harahap, S.P., M.Si., selaku Ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dan

sekaligus selaku Ketua Komisi Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan berbagai macam masukan dalam penyelesaian penyusunan skripsi ini.

5. Bapak Ir. Dewa Putu Siantara, M. MA., selaku Anggota Komisi Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan berbagai macam masukan dalam penyelesaian penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera utara yang telah membantu dan memberikan ilmu pengetahuan yang bermanfaat serta nasihat yang diberikan dari awal kuliah hingga kini.
7. Teman-teman seperjuangan Agribisnis 3 Stambuk 2018 yang selama ini memotivasi dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Kedua orang tua tersayang Ayahanda H. Soleh Hasibuan dan Ibunda Sri Mustika yang telah mendidik dan memberikan semangat berupa dukungan, doa dan materi kepada penulis.
9. Sahabat dan teman-teman Agribisnis 3 angkatan 2018.

Medan, Oktober 2022

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
RINGKASAN.....	i
SUMMARY	ii
RIWAYAT HIDUP	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
PENDAHULUAN	1
Latar Belakang.....	1
Rumusan Masalah.....	4
Tujuan Penelitian.....	5
Kegunaan Penelitian	5
TINJAUAN PUSTAKA.....	6
Kepuasan Konsumen	6
Rumah Makan	9
Kualitas Produk	10
Kualitas Pelayanan.....	11
Penelitian Terdahulu	13
Kerangka Pemikiran	14
Hipotesis.....	15
METODE PENELITIAN.....	16
Metode Penentuan Lokasi Penelitian.....	16
Metode Penarikan Sampel.....	16
Metode Pengumpulan Data	16
Metode Analisis Data.....	17
Definisi dan Batasan Operasional.....	21

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	23
Sejarah Singkat Rumah Makan Holat Afifa	23
Visi dan Misi Rumah Makan Holat Afifa	24
Sejarah Masakan Ikan Holat	26
Karakteristik Responden	27
HASIL DAN PEMBAHASAN	32
Pengukuran Model (<i>Outer Model</i>).....	32
Analisis Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	36
Pengujian Hipotesis.....	37
KESIMPULAN DAN SARAN	39
Kesimpulan	39
Saran.....	39
DAFTAR PUSTAKA	40
LAMPIRAN	43

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1.	Rata-Rata Pengeluaran Per Kapita Sebulan Untuk Makanan di Daerah Perkotaan dan Pedesaan Provinsi Sumatera Utara	1
2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	27
3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Rentan Usia	28
4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	28
5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	29
6.	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Tiap Bulan ..	30
7.	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Berkunjung.....	30
8.	<i>Outer Loadings</i>	33
9.	Nilai AVE.....	34
10.	Nilai <i>Cross Loading</i>	35
11.	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> dan Nilai <i>Composite Reliability</i>	36
12.	Nilai <i>R Squares</i> (R^2)	37
12.	Hasil Uji Hipotesis Melalui Metode <i>Bootstrapping</i>	38

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
1.	Kerangka Pemikiran	15
2.	Struktur Organisasi	25
3.	<i>Model PLS Algorithn</i>	36

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
1.	Kuesioner Penelitian.....	43
2.	Data Identitas Responden	45
3.	Data Pendapatan Tiap Bulan Responden.....	46
4.	Data Intensitas Waktu Berkunjung	46
5.	Respon Responden terhadap Variabel Kualitas Produk.....	48
6.	Respon Responden terhadap Variabel Kualitas Pelayanan	49
7.	Respon Responden terhadap Variabel Kepuasan Konsumen	50
8.	<i>Path Coefficients</i>	51
9.	Nilai <i>Outer Loadings</i>	51
10.	Nilai <i>R Square</i>	52
11.	<i>Discriminant Validity</i>	52
12.	<i>Construct Reliability and Validity</i>	53
13.	<i>Mean, STDEV, T-Values, P-Values</i>	53
14.	Model <i>PLS Algorythm</i>	54
15.	Dokumentasi Penelitian.....	55

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Dengan perkembangan dunia bisnis yang sangat pesat dewasa ini, masalah pemasaran menjadi salah satu faktor yang sangat penting bagi perkembangan suatu perusahaan. Ketika suatu barang diproduksi, yang penting adalah bagaimana perusahaan menjualnya. Oleh karena itu, kebijakan yang efisien dapat bermanfaat bagi perusahaan dalam menerapkan sistem pemasaran yang efektif dan efisien untuk mencapai kepuasan pelanggan yang tinggi, termasuk pemasaran dalam dunia bisnis makanan.

Makanan menjadi urutan teratas dalam memenuhi kebutuhan manusia, sehingga permasalahan mengenai pangan dikategorikan sebagai kebutuhan utama atau kebutuhan dasar. Untuk alasan ini, seseorang tidak dapat melepaskan kebutuhan akan makanan, karena seseorang hanya dapat melanjutkan hidup dengan makan, seperti yang disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Rata-Rata Pengeluaran Per Kapita Sebulan Untuk Makanan di Daerah Perkotaan dan Pedesaan Provinsi Sumatera Utara

Tahun	Rata-Rata Pengeluaran per Kapita Sebulan (Rupiah)	Persentase kenaikan Rata-Rata Pengeluaran per Kapita Sebulan (%)
2017	522.766	
2018	554.754	5,76
2019	576.323	3,74
2020	598.245	3,66
2021	607.821	1,57
Total		3,68

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2022

Pada Tabel 1, dapat dilihat bahwa pengeluaran per kapita sebulan untuk makanan di daerah Provinsi Sumatera Utara dari tahun 2017 hingga tahun 2021 selalu mengalami peningkatan rata-rata sebesar 3,68% dikarenakan salah satunya

terjadi inflasi. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) tingkat inflasi tertinggi berasal dari kelompok makanan, minuman dan tembakau.

Rumah makan adalah suatu istilah bagi orang-orang dalam menyebut usaha yang menyediakan hidangan makanan kepada orang banyak dan menyediakan tempat untuk menyantap hidangan itu serta juga menentukan harga atau tarif tertentu untuk tiap makanan dan pelayanan yang diberikan. Walaupun pada umumnya rumah makan menyediakan sarana untuk menikmati makanan ditempat, tetapi sekarang ini ada juga rumah makan yang memberi layanan berupa pesan antar untuk melayani para pelanggan. Setiap rumah makan biasanya pasti mempunyai spesialisasi pada produk yang dia tawarkan (Sudarwan, 2019).

Di dalam dunia kuliner, konsumen membutuhkan kualitas produk yang sesuai diharapkan dan pelayanan yang bagus untuk memenuhi kepuasannya mulai dari pemesanan hingga penyajiannya agar dapat bersaing dengan kompetitor lainnya. Oleh karena itu tidak heran sekarang ini banyak rumah makan yang terus berinovasi dengan menciptakan produk yang beragam serta melengkapi fasilitas yang bisa memberikan kenyamanan pelanggan, seperti pemandangan yang indah, toilet yang bersih, lahan parkir yang luas serta sarana untuk beribadah seperti musholla.

Kualitas produk adalah faktor penting dalam kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian dan menggunakan produk tersebut. Kualitas produk yang tinggi akan memenuhi kepuasan konsumen terhadap produk itu sendiri. Kualitas produk ialah suatu kondisi dimana sebuah barang atau produk berdasarkan penilaian terhadap kesesuaiannya dengan standar yang sudah ditentukan. Jika

semakin tinggi standar yang ditetapkan maka produk tersebut semakin berkualitas (Puspitasari, 2016)

Selain kualitas produk, pelayanan juga menjadi faktor penting akan keberhasilan suatu bisnis. Jika semakin bagus pelayanan yang diberikan maka hubungan pelanggan dengan suatu bisnis semakin erat juga. Hal itu sesuai dengan pendapat Patmala (2001) yang dimana kualitas pelayanan adalah suatu interaksi antara orang yang memberi pelayanan dengan orang yang menerima pelayanan, agar dapat memberi kepuasan kepada pelanggan, pelayanan berkualitas begitu penting diberikan oleh perusahaan yang berkerja dalam menjual produk atau jasa.

Kepuasan konsumen ialah perasaan pelanggan antara apa yang mereka terima dengan apa yang mereka inginkan (Arianty *dkk.*, 2019). Kepuasan pelanggan dapat menjadi suatu indikator akan keberhasilan pada bisnis perusahaan, yang menguji bagaimana baiknya respon pelanggan terhadap masa depan bisnis tersebut. Kepuasan konsumen menjadi perhatian penting bagi banyak perusahaan. Setiap pelaku bisnis perlu berhati-hati dan mempertimbangkan kepuasan pelanggan. Masalah yang sering dihadapi pelaku bisnis adalah tidak selalu memberikan kepuasan maksimal yang benar-benar diharapkan konsumen dan pelanggan.

Salah satu rumah makan yang berlokasi di Jl. S.M Raja No. 02 Kelurahan Bakaran Batu Kecamatan Rantau Selatan, Kabupaten Labuhanbatu, Sumatera Utara adalah Rumah Makan Holat Afifa. Rumah Makan Holat Afifa merupakan rumah makan yang terkenal dan salah satu yang terbesar di Kota Rantau Prapat. Rumah makan ini menyediakan beraneka ragam menu makanan dan minuman, namun menu yang menjadi andalannya adalah menu ikan holat. Harga yang ditawarkan pada rumah makan ini cukup mahal meskipun begitu rumah makan ini tetap selalu

menjadi pilihan dan dikunjungi banyak orang. Selain menu yang beragam, rumah makan ini juga menawarkan fasilitas yang cukup lengkap seperti musholla, lahan parkir yang luas serta toilet yang bersih. Upaya itu dilakukan agar usahanya tetap bertahan dan selalu menjadi opsi di dalam ketatnya persaingan terutama persaingan usaha yang sejenis. Kualitas yang buruk akan mengakibatkan ketidakpuasan pada konsumen, bukan hanya konsumen yang makan di rumah makan tersebut tetapi juga berefek kepada calon konsumennya. Karena konsumen yang merasa kecewa biasanya akan menceritakan pengalamannya kepada orang lain juga.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Produk dan Pelayanan pada Rumah Makan Holat Di Kota Rantau Prapat.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang dibahas adalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk mempengaruhi kepuasan konsumen pada Rumah Makan Holat Afifa di Kota Rantau Prapat ?
2. Apakah kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen pada Rumah Makan Holat Afifa di Kota Rantau Prapat ?

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah kualitas produk mempengaruhi kepuasan konsumen pada Rumah Makan Holat Afifa di Kota Rantau Prapat.
2. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen pada Rumah Makan Holat Afifa di Kota Rantau Prapat.

Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan berguna untuk :

1. Bagi Peneliti, dapat menambah pengetahuan dan pengalaman dalam penerapan disiplin ilmu yang telah diterima selama perkuliahan serta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) di Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bagi pemilik usaha Rumah Makan Holat Afifa, diharapkan penelitian ini dapat menambah informasi yang dijadikan untuk menambah kepuasan konsumen.

TINJAUAN PUSTAKA

Kepuasan Konsumen

a. Definisi Kepuasan Konsumen

Menurut Rahmawati (2016), mengemukakan bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang diterima dan harapannya. Seorang konsumen, apabila merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya akan menjadi pelanggan dalam waktu yang lama. Pendapat yang hampir sama dikemukakan oleh Daga (2017) bahwa kepuasan adalah tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk (jasa) yang diterima dan yang diharapkan oleh konsumen. Demikian halnya menurut Roselina (2019) bahwa kepuasan konsumen adalah keadaan ketika dimana konsumen yang merasa puas ataupun yang merasa belum puas setelah tercapai keinginan dan harapan terhadap menu, harga, fasilitas dan pelayanan yang disediakan.

Berdasarkan pendapat diatas, dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen adalah suatu perasaan bahagia atau kecewa yang ada pada konsumen setelah membandingkan kinerja yang didapat dengan hasil yang diharapkannya. Jika kinerja yang dihasilkan baik maka konsumen akan merasa puas dan senang begitupun sebaliknya jika kinerja yang dihasilkan tidak baik maka konsumen akan tidak merasa puas dan kecewa.

b. Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Perusahaan

Menurut Fitriyana (2021) menjelaskan jika konsumen melakukan pembelian lalu merasa puas pada produk atau jasa yang ditawarkan biasanya akan kembali lagi untuk membeli produk tersebut. Tentu hal ini pasti akan menciptakan loyalitas pada

konsumen. Konsumen yang puas akan kembali lagi untuk membeli produk dan konsumen akan membagi pengalamannya tentang pelayanan perusahaan kepada orang lain.

c. Teknik Pengukuran Kepuasan Konsumen

Seiring ketatnya persaingan bisnis yang ada pada saat ini, membuat perusahaan harus memerhatikan kebutuhan konsumennya. Pada perusahaan, kepuasan konsumen masih begitu penting untuk meningkatkan profit sehingga perusahaan tidak boleh cuek dengan hal seperti itu

Menurut Rahmawati (2016) ada empat cara yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen antara lain:

1. Sistem keluhan dan saran

Cara pertama yang bisa dilakukan oleh perusahaan adalah dengan menyediakan kotak saran yang akan mempermudah konsumen untuk memberikan keluhan dan saran mereka. Namun cara ini cenderung pasif, sehingga perusahaan masih sulit untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen karena tidak semua konsumen yang merasa kurang puas akan memberikan keluhan atau sarannya.

2. Survei kepuasan konsumen

Cara yang kedua untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen yaitu melakukan survei kepuasan konsumen. Survei kepuasan konsumen dapat dilakukan dengan memberikan beberapa pertanyaan kepada pelanggan. Dan bisa juga menghubungi pelanggan secara *random* agar dapat mengetahui perasaan mereka setelah menerima kinerja dari perusahaan.

3. Konsumen bayangan (*ghost shopping*)

Konsumen bayangan adalah suatu cara yang dapat mengukur tingkat kepuasan pada konsumen. Cara ini dilakukan dengan mengirimkan beberapa orang yang berperan sebagai pembeli pada perusahaan pesaing. Tujuannya adalah untuk mendapatkan informasi mengenai kelebihan dan kelemahan produk perusahaan pesaing.

4. Analisis konsumen yang beralih (*lost customer analysis*)

Perusahaan berusaha menelpon para pelanggannya yang sudah tidak lagi menjadi pelanggan atau yang sudah pindah ke perusahaan lain, tujuannya adalah supaya mendapatkan informasi agar bisa membuat keputusan yang lebih bijak kedepannya untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

Menurut Hawkins dan Lonney dalam Lisdayanti (2018) Kepuasan konsumen dapat diukur melalui 3 dimensi yaitu:

1. Kesesuaian harapan merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang di harapkan oleh pelanggan dengan yang di rasakan oleh pelanggan.
2. Minat berkunjung kembali merupakan kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait.
3. Kesediaan merekomendasikan merupakan kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakan kepada teman atau keluarganya.

d. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen

Kepuasan konsumen ditentukan oleh persepsi konsumen atas apa yang ia sudah terima dari hasil produk maupun pelayanan yang diberikan perusahaan. Menurut Daga (2017) berpendapat bahwa ada lima faktor utama yang

mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu, kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, faktor emosional dan kemudahan. Namun dalam penelitian ini peneliti hanya menggunakan kualitas produk dan kualitas pelayanan saja sebagai faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada Rumah Makan Holat Afifa.

1. Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk dalam menjalankan fungsinya, termasuk keawetan, kemudahan pemakaian dan diperbaiki, serta atribut-atribut lainnya.

2. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan suatu kemampuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan secara konsisten. Dalam hal ini perusahaan dituntut untuk berusaha mengerti apa yang diinginkan pelanggan, sehingga mempunyai harapan untuk mendapatkan kualitas pelayanan yang baik.

Rumah Makan

Rumah makan adalah suatu tempat atau bangunan yang diorganisasikan secara komersial yang menyediakan pelayanan dengan baik kepada semua tamunya baik berupa makanan atau minuman (Marsum, 2005). Dari definisi tersebut, disimpulkan bahwa rumah makan merupakan penyebutan suatu istilah bagi tempat usaha yang melayani tamu yang datang dengan ruang lingkup kegiatannya menyediakan makanan dan minuman.

Walaupun pada umumnya rumah makan menyediakan sarana untuk menikmati makanan ditempat, tetapi sekarang ini ada juga rumah makan yang memberi layanan berupa pesan antar untuk melayani para pelanggan. Setiap rumah

makan biasanya pasti mempunyai spesialisasi pada produk yang dia tawarkan (Sudarwan, 2019).

Kualitas Produk

a. Definisi kualitas produk

Menurut Mentang *dkk* (2021) mengatakan bahwa kualitas produk adalah kemampuan suatu produk dalam memberikan kinerja atau hasil yang sesuai bahkan dapat melebihi harapan dari konsumen. Tjiptono (2016) mengatakan bahwa kualitas produk adalah kualitas yang meliputi usaha untuk memenuhi atau melebihi harapan pelanggan, kualitas yang dimaksud mencakup produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan.

Pendapat yang sama juga dikemukakan oleh Lesmana dan Ratnasari (2019) menjelaskan bahwa kualitas produk adalah kemampuan suatu produk dalam menjalankan fungsinya, hal ini termasuk guna dari produk, keandalan, kemudahan dalam penggunaan dan nilai-nilai yang lainnya. Sedangkan menurut Ibrahim (2019) menyatakan kualitas produk merupakan gabungan dari keseluruhan karakteristik produk yang dihasilkan dari bagian pemasaran, hasil rekayasa produksi dan pemeliharaan hingga menjadi barang yang bisa dipakai sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas produk merupakan keunggulan dari sebuah produk yang dapat memenuhi harapan para konsumen. Perusahaan perlu memperhatikan produknya agar menciptakan produk yang berkualitas sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

b. Dimensi Kualitas Produk

Menurut Gaspersz dalam Liany (2016) menjelaskan bahwa ada 4 dimensi yang dapat dipakai untuk mengukur produk berkualitas, yaitu:

1. *Performance*, adalah dimensi ini menyangkut karakteristik dari suatu produk, sejauhmana fungsi produk tersebut akan dapat memenuhi kebutuhan konsumen.
2. *Features*, adalah dimensi yang menyangkut kelengkapan fitur-fitur tambahan. Selain mempunyai fungsi utama, produk juga biasanya memiliki fungsi lain yang bersifat pelengkap.
3. *Durability*, adalah dimensi yang berhubungan dengan daya ketahanan produk tersebut jika digunakan selama jangka waktu tertentu.
4. *Aesthetics*, adalah dimensi yang berhubungan dari penampilan suatu produk. Intinya *aesthetics* menyangkut penyajian produk yang bisa dinilai dengan panca indera (rasa, aroma, suara dan seterusnya).

Kualitas Pelayanan

a. Definisi Kualitas Pelayanan

Menurut Nasution *dkk* (2018) bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu tingkat keunggulan yang diharapkan dimana pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut bertujuan untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Sedangkan menurut Bahar (2015) bahwa dimensi-dimensi kualitas layanan meliputi layanan pada konsumen, *tangibles* atau sesuatu yang nampak pada penyedia jasa, serta keyakinan akan jaminan yang diberikan penyedia jasa.

Pendapat yang sama juga diungkapkan oleh Menurut Maramis *dkk* (2018) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan berpusat pada upaya dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan kosnumen serta ketepatan penyampaianya untuk

mengimbangi harapan pelanggan. Adapun pendapat lain menurut Handoko (2016), kualitas pelayanan merupakan suatu usaha yang bertujuan untuk memuaskan individu dengan memenuhi kebutuhan (*needs*) ataupun keinginan (*wants*) individu tersebut.

Dari beberapa di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah kemampuan perusahaan dalam melayani kebutuhan orang agar memenuhi harapannya sehingga menimbulkan rasa puas pada pelanggan.

b. Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman, Zeithaml dan Berry dalam Nugroho (2020) menjelaskan ada lima dimensi untuk mengukur kualitas pelayanan, antara lain:

1. Bukti langsung (berwujud)

Faktor yang mempengaruhi dari segi visual. Termasuk di dalam dimensi berwujud antara lain fasilitas fisik, peralatan, sarana komunikasi, termasuk perlengkapan karyawan.

2. Keandalan

Keandalan adalah kemampuan untuk memberi layanan yang dijanjikan dengan tanggung jawab dan akurat kepada konsumennya. Keandalan meliputi dua aspek utama, yaitu konsistensi kerja dan sifat dapat dipercaya. Contohnya seperti perusahaan mampu menyampaikan jasanya dengan benar sejak awal, menyampaikan data secara tepat dan mengirimkan tagihan yang tepat.

3. Daya Tanggap

Daya tanggap mengandung arti apakah kesadaran atau keinginan konsumen telah diberikan layanan dengan segera. Dimensi ini menegaskan perhatian dan kecepatan waktu dalam hubungannya dengan permintaan konsumen, pertanyaan,

komplain dan masalah yang terjadi. Keinginan karyawan membantu konsumen dan memberikan pelayanan dengan tanggap, cepat serta memuaskan.

4. Jaminan

Jaminan mencakup pengetahuan, etika, kemampuan, serta sifat yang dapat dipercaya dari para pegawai untuk membangkitkan kepercayaan dan keyakinan pelanggan. Dalam hal ini pelanggan dijamin bebas dari bahaya, resiko atau keraguan.

5. Empati

Empati adalah kepedulian akan kemampuan pegawai untuk mengerti keinginan konsumen, serta memperhatikan perasaan pelanggan. Empati meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, serta memahami kebutuhan pelanggan.

Penelitian Terdahulu

Mariansyah *dkk* (2020) melakukan penelitian yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu. Dari hasil penelitian ini kualitas pelayanan dan harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Namun kualitas produk tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

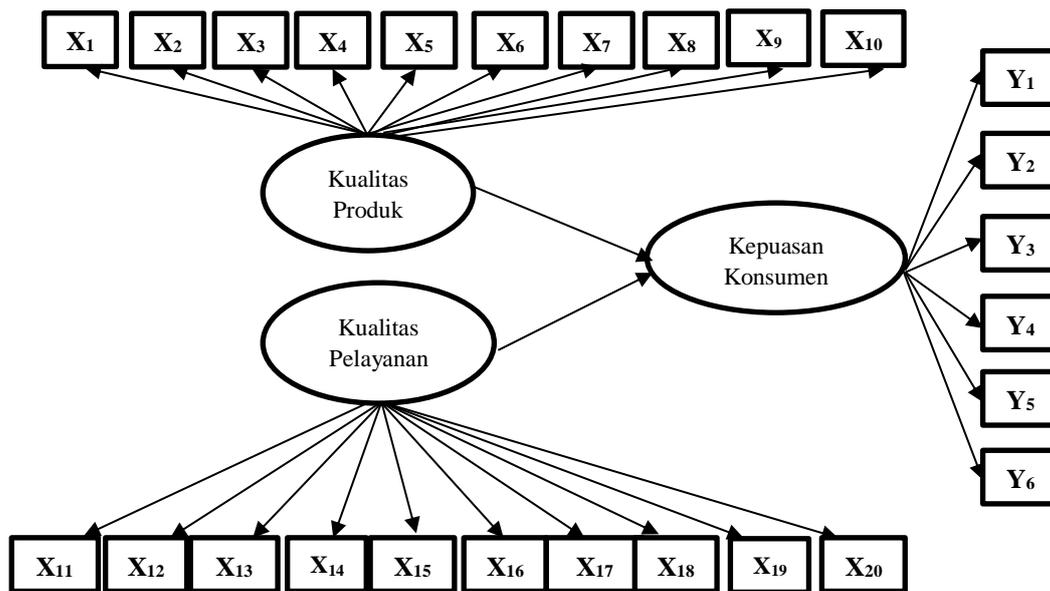
Aulia (2017) melakukan penelitian yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Amanda Brownies. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga berpengaruh signifikan dan positif secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen pada outlet Amanda Brownies cabang Barata Jaya Surabaya.

Hal ini menunjukkan kualitas produk yang diberikan, kualitas pelayanan yang ditawarkan, dan harga yang ditetapkan perusahaan akan semakin meningkatkan kepuasan konsumen.

Lesmana (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Radekatama Piranti Nusa. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan secara simultan di PT. Radekatama Piranti. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.

Kerangka Pemikiran

Pada penelitian ini terdapat 3 variabel laten, yaitu kualitas produk sebagai variabel eksogen yang mempunyai 10 indikator atau *manifest* yaitu ($X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6, X_7, X_8, X_9, X_{10}$) serta kualitas pelayanan sebagai variabel eksogen yang mempunyai 10 variabel indikator atau *manifest* yaitu ($X_{11}, X_{12}, X_{13}, X_{14}, X_{15}, X_{16}, X_{17}, X_{18}, X_{19}, X_{20}$) serta juga kepuasan konsumen sebagai variabel endogen yang memiliki 6 variabel indikator yaitu ($Y_1, Y_2, Y_3, Y_4, Y_5, Y_6$) untuk melihat data lengkap indikator dapat dilihat pada lampiran 1. Variabel variabel ini akan memunculkan hipotesis yang akan diteliti. Kerangka penelitian dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Hipotesis

Dalam membuat sebuah penelitian seorang peneliti biasanya memiliki jawaban dugaan sementara yang disebut hipotesis. Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah, maka masih perlu dibuktikan kebenarannya dengan runtutan pengujian penelitian. Berdasarkan kerangka pemikiran diatas, peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut :

1. Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Holat Afifa.
2. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Holat Afifa.

METODE PENELITIAN

Metode Penentuan Lokasi Penelitian

Penentuan daerah penelitian dilakukan secara sengaja yaitu Rumah Makan Holat Afifa di Kota Rantau Prapat, Kabupaten Labuhan Batu, Provinsi Sumatera Utara. Dipilihnya lokasi berdasarkan bahwa rumah makan ini merupakan rumah makan yang telah berdiri sejak lama dan salah satu terbesar di Kota Rantau Prapat yang selalu dikunjungi banyak orang.

Metode Penarikan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen di Rumah Makan Holat Afifa yang mengkonsumsi menu ikan holat, serta mendapatkan pelayanan di Rumah Makan Holat Afifa.

Sampel dalam penelitian ini sejumlah 40 responden, karena tidak diketahui jumlah populasinya maka jumlah sampel tersebut telah memenuhi kriteria yang ditentukan. Hal itu sesuai dengan pendapat Roscoe (1982) yang mengemukakan jumlah minimal sampel yang tepat untuk riset bisnis adalah antara 30 sampai 500 karena itu adalah jumlah yang tepat untuk dikalkulasikan menggunakan cara analitikal yang ada. Jadi riset ini dapat dilakukan karena jumlah sampel memenuhi nilai minimum dan maksimum dari bisnis riset.

Dalam menentukan data yang akan diteliti, teknik pengambilan sampling yang digunakan adalah dengan metode *accidental sampling*. Metode *accidental sampling* adalah metode dalam memilih sampel, dimana peneliti tidak mempunyai pertimbangan lain kecuali berdasarkan kemudahan saja. Seseorang ditetapkan sebagai sampel karena kebetulan orang tadi ada disitu atau kebetulan dia mengenal orang tersebut (Sugiyono, 2010). Sehingga dalam metode ini peneliti mengambil

40 responden yang pada waktu itu sedang menikmati menu ikan holat serta mendapat pelayanan di Rumah Makan Holat Afifa.

Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data utama yang diperoleh langsung dari sumbernya. Dimana data yang diperoleh dalam penelitian ini melalui kuesioner yang memuat pertanyaan-pertanyaan. Data sekunder adalah data-data pendukung dalam sebuah penelitian. Data sekunder didapat dari perusahaan berupa data dokumentasi yang berkaitan dengan variabel penelitian.

Di dalam Penelitian ini skala pengukuran yang digunakan adalah skala *likert*. Menurut Razi (2017) dimana setiap pertanyaan menggunakan skala likert mempunyai lima pilihan jawaban, skor 5 (SS = sangat setuju), skor 4 (S = setuju), skor 3 (N = netral), skor 2 (TS = tidak setuju), dan skor 1 (STS = sangat tidak setuju).

Metode Analisis Data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode analisis *Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS)* dengan program *SmartPls*. Menurut Latan (2013) Analisis data menggunakan metode *SEM* dianggap lebih unggul karena dapat menganalisis data secara lebih komprehensif dibandingkan analisis regresi berganda. Menurut Abdillah (2009) *PLS (Partial Least Square)* adalah analisis persamaan struktural (*SEM*) berbasis varian yang secara simultan dapat melakukan pengujian model pengukuran sekaligus pengujian model struktural. Model pengukuran digunakan untuk uji validitas dan reabilitas, sedangkan model struktural digunakan untuk uji

kausalitas dan hal ini memberikan gambaran yang ideal secara ilmiah dalam analisis data. *SEM-PLS* dapat digunakan pada ukuran sampel kecil dan model yang kompleks serta tidak membutuhkan asumsi dari distribusi data. *SEM-PLS* tidak memiliki ukuran *goodness of fit* model yang memadai sehingga pengujian teori dan *confirmation* terbatas (Hair dkk., 2014).

Menurut Halimah (2017) menjelaskan pada analisis *SEM* terdapat dua jenis variabel yang memiliki penyebutan khusus, yaitu:

- a. Variabel laten (*unobserved variable* atau *latent variable*) yaitu variabel yang tidak dapat diamati secara langsung, tetapi dapat direpresentasikan oleh beberapa variabel indikator lain. Variabel laten ada dua macam, yaitu variabel laten endogen atau variabel terikat (η) dan variabel laten eksogen (ξ) atau variabel bebas.
- b. Variabel teramati (*observed variable* atau *measured variable*) yang sering juga disebut dengan variabel manifes (*manifest variabel*) atau indikator yaitu variabel yang didapatkan melalui berbagai macam metode pengumpulan data seperti survei.

Dalam penelitian ini pengolahan data menggunakan (*SEM-PLS*) dengan menggunakan program *SmartPls*. Analisis pada *SEM-PLS* dilakukan dengan tiga tahap:

1. Pengukuran Model (*Outer Model*)

Outer model sering juga disebut (*outer relation* atau *measuremen model*) yang mendefinisikan bagaimana setiap blok indikator berhubungan dengan variabel latennya. Model pengukuran (*outer model*) digunakan untuk menilai validitas dan realibilitas model. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui kemampuan instrumen

penelitian mengukur apa yang seharusnya diukur. Sedangkan uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi alat ukur dalam mengukur suatu konsep atau dapat juga digunakan untuk mengukur konsistensi responden dalam menjawab item pernyataan dalam kuesioner atau instrument penelitian.

Pengujian validitas ada 2 yaitu *convergent validity* dan *discriminant validity*. Pada *convergent validity* indikator dianggap valid jika memiliki nilai AVE diatas 0,5 atau memperlihatkan seluruh *outer loading* dimensi variabel memiliki nilai *loading* >0,5 sehingga dapat disimpulkan bahwa pengukuran tersebut memenuhi kriteria validitas konvergen (Halimah, 2017). Sedangkan dalam *discriminant validity* ditentukan dengan melihat *cross loading* dari setiap variabel. Pengukuran dapat dikatakan memiliki validitas diskriminan apabila nilai dari *cross loading* lebih dari 0,7 (Jogiyanto, 2011, Octaviani 2016).

Selanjutnya uji reliabilitas dapat dilihat dari nilai *cronbach's alpha* dan nilai *composite reliability*. Untuk dapat dikatakan suatu item pernyataan reliabel, maka nilai *cronbach's alpha* harus >0,6 dan nilai *composite reliability* harus >0,7 (Dwiputra, 2020).

2. Model Struktural (*Inner Model*)

Uji *inner model* atau analisa struktural model dilakukan untuk memastikan bahwa model struktural yang dibangun akurat. Uji yang dilakukan pada *inner model* adalah dengan melihat *coefficient of determination* (R^2) melalui proses . Pengujian R^2 merupakan cara untuk mengukur tingkat *Goodness of Fit* (GOF) suatu model struktural. Nilai digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen (eksogen) mempengaruhi variabel dependen (endogen). Nilai R^2 0,75 baik, 0,50 moderat, sedangkan 0,25 lemah (Ghozali, 2014).

3. Pengujian Hipotesis

Setelah melakukan berbagai evaluasi, baik *outer model* maupun *inner model* maka selanjutnya adalah melakukan pengujian hipotesis. Menurut Abdillah (2009) menjelaskan bahwa ukuran signifikansi keterdukungan hipotesis dapat digunakan perbandingan nilai *t-table* dan *t-statistic*. Jika *t-statistic* lebih tinggi dibandingkan nilai *t-table* ($> 1,96$), berarti hipotesis terdukung atau diterima. Selain melihat perbandingan nilai *t-table* dan *t-statistic*, pengujian hipotesis juga bisa dilihat dari nilai *P-value*.

Kriteria pengambilan keputusan dengan tingkat signifikansi 5%, hipotesis diterima atau ditolak adalah sebagai berikut:

$P\text{-value} < 0,05$: Hipotesis diterima

$P\text{-value} \geq 0,05$: Hipotesis ditolak

P-value : *probability value* (nilai probabilitas atau peluang) atau nilai yang menunjukkan peluang sebuah data untuk digeneralisasikan dalam populasi yaitu keputusan yang salah sebesar 5% dan kemudian mengambil keputusan yang benar sebesar 95% (Ghozali, 2014). Analisis PLS (*Partial Least Square*) yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan program *SmartPls* yang dijalankan dengan media komputer.

Definisi dan Batasan Operasioanl

1. Kepuasan konsumen adalah suatu perasaan bahagia atau kecewa yang ada pada konsumen setelah membandingkan kinerja yang didapat dengan hasil yang diharapkannya.
2. Kualitas produk adalah keunggulan dari sebuah produk yang dapat memenuhi harapan para konsumen. Perusahaan perlu memperhatikan produknya agar menciptakan produk yang berkualitas sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen.
3. Kualitas pelayanan merupakan kemampuan perusahaan dalam melayani kebutuhan dan keinginan orang agar memenuhi harapannya sehingga menimbulkan rasa puas pada pelanggan.
4. Rumah makan adalah adalah suatu tempat atau bangunan yang diorganisasikan secara komersial yang menyediakan pelayanan dengan baik kepada semua tamunya baik berupa makanan atau minuman.
5. Kesesuain harapan yaitu merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh pelanggan.
6. Minat berkunjung kembali merupakan kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait.
7. Kesediaan merekomendasikan adalah kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang ttelah dirasakan kepada teman atau keluarganya.
8. *Performance* adalah dimensi ini menyangkut karakteristik dari suatu produk, sejauhmana fungsi produk tersebut akan dapat memenuhi kebutuhan konsumen.

9. *Features* adalah dimensi yang menyangkut kelengkapan fitur-fitur tambahan. Selain mempunyai fungsi utama, produk juga biasanya memiliki fungsi lain yang bersifat pelengkap.
10. *Durability* adalah dimensi yang berhubungan dengan daya ketahanan produk tersebut jika digunakan selama jangka waktu tertentu.
11. *Aesthetics* adalah dimensi yang berhubungan dari penampilan suatu produk.
12. Bukti langsung merupakan faktor yang mempengaruhi dari segi visual.
13. Keandalan adalah kemampuan untuk memberi layanan yang dijanjikan dengan tanggung jawab dan akurat kepada konsumennya.
14. Daya tanggap adalah mengandung arti apakah kesadaran atau keinginan konsumen telah diberikan layanan dengan segera.
15. Jaminan merupakan aspek yang mencakup pengetahuan, etika, kemampuan, serta sifat yang dapat dipercaya dari para pegawai untuk membangkitkan kepercayaan dan keyakinan pelanggan. Dalam hal ini pelanggan dijamin bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.
16. Empati adalah kepedulian akan kemampuan pegawai untuk mengerti keinginan konsumen, serta memperhatikan perasaan pelanggan.
17. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen di Rumah Makan Holat Afifa yang mengkonsumsi menu ikan holat, serta mendapatkan pelayanan di Rumah Makan Holat Afifa.

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Sejarah Singkat Rumah Makan Holat Afifa

Rumah Makan Holat Afifa merupakan rumah makan yang berlokasi di Jl. S.M Raja No. 02 Kelurahan Bakaran Batu Kecamatan Rantau Selatan, Kabupaten Labuhanbatu, Sumatera Utara. Rumah makan Holat Afifa merupakan rumah makan yang terkenal dan salah satu yang terbesar di Kota Rantau Prapat. Rumah makan ini dikelola oleh bapak Budi Sabani sebagai pemilik usaha. Rumah makan ini berdiri disebabkan karena adanya pemikiran untuk memperbaiki perekonomian keluarga, selain itu juga untuk tetap melestarikan makanan tradisional khas Tapanuli Selatan.

Rumah Makan Holat Afifa merupakan perusahaan keluarga yang telah berdiri sejak tahun 2003 yang memiliki jumlah karyawan sebanyak 30 orang. Dengan memanfaatkan lahan yang ada, pemilik usaha menata Rumah Makan Holat Afifa dengan membuat rumah makan yang dilengkapi dengan pondok-pondok lesehan sebanyak 18 pondok, serta membuat jembatan yang dibawahnya dialiri arus sungai kecil yang juga menjadi kelebihan dari rumah makan ini.

Rumah Makan Holat Afifa menawarkan makanan dan juga minuman yang dapat dikonsumsi oleh semua usia seperti anak-anak, remaja, dewasa, serta lansia. Salah satu menu andalannya adalah ikan holat, adapun menu lainnya seperti sambal tuk-tuk, anyang ayam, ayam geprek, ikan goreng, hingga pecal ulek dan anyang pakis juga disediakan di rumah makan ini. Meskipun secara umum harga yang ditawarkan sedikit mahal namun rumah makan ini tetap selalu menjadi pilihan dan dikunjungi banyak orang untuk menikmati makanan.

Selain memiliki keunggulan cita rasa makanan yang lezat dan menu yang beragam, rumah makan Holat Afifa juga memiliki fasilitas yang lengkap seperti musholla yang dilengkapi dengan AC, toilet yang bersih, lahan parkir yang luas serta gratis wifi. Upaya itu dilakukan selain untuk menambah kepuasan konsumen juga agar usahanya tetap bertahan dan selalu menjadi opsi di dalam ketatnya persaingan terutama persaingan usaha yang sejenis.

Rumah Makan Holat Afifa sekarang ini telah membuka cabang baru yang berlokasi di jalan Perisai Kota Rantau Prapat. Meskipun sudah memiliki cabang baru namun nyatanya dari awal Rumah Makan Holat Afifa ini dari awal berdiri hingga sekarang tidak ada melakukan promosi melalui media cetak, maupun elektronik hanya menggunakan papan nama yang terletak di bagian depan rumah makan.

Visi dan Misi Rumah Makan Holat Afifa

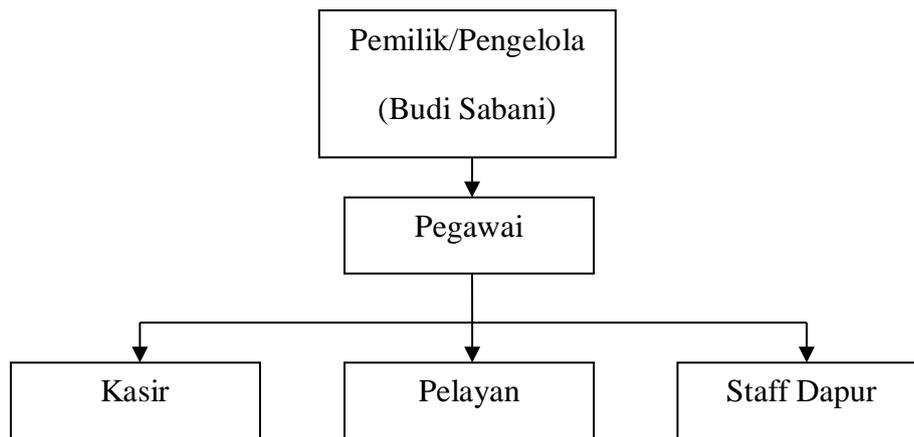
Rumah makan Holat Afifa memiliki visi dan misi yang ingin dicapai yaitu sebagai berikut :

Visi

1. Melestarikan dan memperkenalkan masakan tradisional khas Tapanuli Selatan dengan cita rasa asli.

Misi

1. Menyerap tenaga kerja lebih banyak lagi agar dapat mengurangi angka pengangguran.
2. Mengembangkan usaha di bidang kuliner dengan nama Rumah Makan Holat Afifa supaya lebih luas lagi.



Gambar 2. Struktur Organisasi

Rumah Makan Holat Afifa dikelola oleh Budi Sabani dan memiliki pegawai sebanyak 30 orang. Setiap orang memiliki tugas dan tanggung jawab yang berbeda-beda. Seluruh karyawan harus bertanggung jawab terhadap tugas yang diberikan pemilik usaha. Adapun tugas dan tanggung jawab sebagai berikut :

1. Pemilik/Pengelola
 - Memberikan arahan kepada karyawan Rumah Makan Holat Afifa
 - Mengontrol semua kegiatan rumah makan.
2. Kasir
 - Menerima uang pembayaran.
3. Pelayan
 - Melayani pesanan konsumen.
 - Mempersiapkan semua pesanan konsumen.
 - Menangani masalah konsumen.
 - Membersihkan meja makan dan pondok lesehan.
4. Staff Dapur
 - Mempersiapkan dan memasak pesanan konsumen.

Sejarah Masakan Ikan Holat

Holat merupakan nama dari salah satu makanan Indonesia. Hidangan ini adalah makanan yang berasal dari Kabupaten Tapanuli Selatan, Provinsi Sumatera Utara. Penyebaran makanan ini sudah sangat luas dan dapat ditemui hampir di seluruh daerah Sumatera Utara seperti di Kota Padang Sidempuan, Rantau Prapat, Kota pinang, hingga Medan. Makanan ini berbahan dasar ikan yang cukup dikenal khususnya didaerah asalnya karena memiliki cita rasa yang lezat dan manfaatnya untuk kesehatan.

Dahulu holat adalah makanan yang disajikan untuk raja di Tapanuli Selatan. Holat adalah hidangan ikan bakar yang memiliki rasa kuah yang khas yang membuat rasanya sangat enak, apalagi karena ada bumbu utamanya. Adapun bahan utama dalam pembuatan holat adalah kulit kayu tanaman balakka yang biasanya hanya terdapat di hutan kawasan Tapanuli Selatan dan ikan jurung. Ikan jurung adalah jenis endemis yang rasanya manis. Namun seiring perkembangan zaman menu holat memiliki beragam variasi ikan seperti ikan Nila, Mas, Baung dan ikan Momah.

Pengolahan Menu Ikan Holat

Untuk menikmati hidangan holat diperlukan serangkaian proses dalam pembuatannya. Pertama, serut tipis kulit bagian dalam tanaman balakka (*Phyllanthus emblica L*) lalu direndam air hangat kemudia diperas dua hingga tiga kali sehingga didapatkan kaldu yang diberi nama holat ini.

Langkah selanjutnya kaldu panas diberi tambahan potongan jahe, garam, dan juga sisa serutan holat tadi yang akan membuat warna kuah menjadi putih seperti santan matang. Kemudian kaldu yang sudah berubah warna dijadikan sebagai kuah

yang disiram ke mangkok yang berisi kulit kayu balakka hasil sisa perasan, irisan bawang merah, potongan pakkat dan taburan tepung beras sangrai serta ikan yang sudah dibakar lalu disajikan dengan tambahan sambal cabai hijau dengan potongan jeruk nipis.

Selain gizi dari ikan, getah dari tanaman balakka juga dipercaya masyarakat memiliki gizi yang mengandung antioksidan yang baik untuk kesehatan tubuh walaupun belum ada penelitian khusus soal tanaman tersebut dan juga khasiatnya untuk kesehatan. Namun di daerah asalnya hidangan holat sering disantap masyarakat yang badannya terasa kurang fit.

Karakteristik Responden

Karakteristik responden yang dianalisis dalam penelitian ini meliputi: jenis kelamin, rentan usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, penghasilan setiap bulan, dan frekuensi berkunjung. Karakteristik responden tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil jawaban responden tentang jenis kelamin disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Pria	26	65
Wanita	14	35
Total	40	100

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 2, menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang berkunjung ke Rumah Makan Holat Afifa berjenis kelamin pria sebanyak 26 responden atau sebesar 65% dan berjenis kelamin wanita sebanyak 14 responden atau sebesar 35%. Hal tersebut menunjukkan bahwa pria lebih tertarik untuk

mencoba kuliner menu ikan holat dibandingkan wanita sehingga kepuasan konsumen yang dilakukan lebih banyak dirasakan oleh pria.

Selanjutnya, untuk mengetahui karakteristik responden yang berkunjung ke Rumah Makan Holat Afifa berdasarkan usia dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Rentan Usia

Rentan Usia	Jumlah (orang)	Persentase (%)
17 - 22 tahun	7	17,5
23 – 27 tahun	7	17,5
> 27 tahun	26	65
Total	40	100

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 3, diketahui bahwa pengunjung yang datang ke Rumah Makan Holat Afifa didominasi responden yang memiliki usia di atas 27 tahun sebanyak 26 responden atau sebesar 65%. Sedangkan responden dengan rentan usia 17-22 tahun sebanyak 7 responden atau sebesar 17,5%. Sama halnya dengan rentan usia 17-22 tahun, rentan usia 23-27 tahun juga sebanyak 7 responden atau sebesar 17,5%. Hal tersebut dikarenakan pada usia lebih dari 27 tahun orang cenderung sudah memiliki penghasilan yang cukup, sehingga bisa merasakan kepuasan yang ada pada Rumah Makan Holat Afifa.

Selanjutnya untuk mengetahui karakteristik responden yang berkunjung ke Rumah Makan Holat Afifa berdasarkan pendidikan terakhir disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	Jumlah (orang)	Persentase (%)
SD-SMP/Sederajat	2	5
SMA/Sederajat	21	52,5
S1/Sederajat	13	32,5
> S1/Sederajat	4	10
Total	40	100

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 4, diketahui bahwa responden paling banyak yaitu pada pendidikan terakhir SMA/Sederajat sebanyak 21 responden atau sebesar 52,5%.

Responden paling banyak kedua yaitu yang memiliki pendidikan terakhir S1/Sederajat sebanyak 13 responden atau sebesar 32,5%. Responden paling banyak ketiga yaitu pada pendidikan terakhir >S1/Sederajat sebanyak 4 responden atau sebesar 10%, lalu diikuti pendidikan terakhir SD-SMP/Sederajat sebanyak 2 responden atau sebesar 5%. Hal tersebut dikarenakan orang yang berpendidikan terakhir SMA cenderung memilih bekerja sebagai wiraswasta seperti pedagang dan petani untuk langsung mendapatkan penghasilan sehingga dapat merasakan kepuasan pada Rumah Makan holat Afifa.

Selanjutnya, untuk mengetahui karakteristik responden yang berkunjung ke Rumah Makan Holat Afifa berdasarkan pekerjaan disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Pelajar/Mahasiswa	6	15
Wiraswasta	15	37,5
Pegawai Negeri	8	20
Pegawai Swasta	7	17,5
Yang Lainnya	4	10
Total	40	100

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 5, diketahui bahwa responden paling banyak yaitu pada pekerjaan wiraswasta sebanyak 15 responden atau sebesar 37,5%. Sedangkan responden paling sedikit yaitu pada pekerjaan yang lainnya sebanyak 4 responden atau sebesar 10%. Hal tersebut dikarenakan pekerjaan wiraswasta memiliki pendapatan yang cukup serta waktu yang lebih flexibel dan tidak terikat dengan jam kerja.

Selanjutnya, untuk mengetahui karakteristik responden yang berkunjung ke Rumah Makan Holat Afifa berdasarkan penghasilan setiap bulan dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Setiap Bulan

Penghasilan Setiap Bulan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
< Rp1.000.000	8	20
Rp1.000.001-Rp5.000.000	15	37,5
Rp5.000.001-Rp10.000.000	11	27,5
Rp10.000.001- Rp15.000.000	4	10
> Rp15.000.000	2	5
Total	40	100

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 6, menunjukkan bahwa responden paling banyak yaitu pada penghasilan Rp.1.000.001 - Rp.5.000.000 sebanyak 15 responden atau sebesar 37,5%. Sedangkan responden paling sedikit yaitu pada penghasilan diatas Rp.15.000.000 sebanyak 2 responden atau sebesar 5%. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen yang berada pada Rumah Makan Holat Afifa didominasi masyarakat kalangan menengah.

Selanjutnya, untuk mengetahui karakteristik responden yang berkunjung ke Rumah Makan Holat Afifa berdasarkan frekuensi berkunjung seperti disajikan pada Tabel 7.

Tabel 7. Karakteristik Responden berdasarkan Frekuensi Berkunjung

Frekuensi berkunjung	Jumlah Orang	Persentase (%)
Sekali Dalam Sebulan	13	32,5
2 sampai 3 kali dalam sebulan	7	17,5
Beberapa kali dalam sebulan	9	22,5
Sekali dalam lebih dari Sebulan	11	27,5
Total	40	100

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 7, diketahui bahwa responden paling banyak yaitu pada frekuensi berkunjung sekali dalam sebulan sebanyak 13 responden atau sebesar 32,5%. Responden paling banyak kedua yaitu yang memiliki frekuensi berkunjung sekali dalam lebih dari sebulan sebanyak 11 responden atau sebesar 27,5%. Responden paling banyak ketiga yaitu pada frekuensi berkunjung beberapa kali

dalam sebulan sebanyak 9 responden atau sebesar 22,5%, lalu diikuti frekuensi berkunjung 2 sampai 3 kali dalam sebulan sebanyak 7 responden atau sebesar 17,5%. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen merasa cukup puas terhadap kualitas produk dan pelayanan yang diberikan Rumah Makan Holat Afifa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil penelitian yang melibatkan 40 responden di rumah makan Holat Afifa, data diolah menggunakan aplikasi *SmartPls*. Adapun tahap-tahap analisis *SEMPLS* menggunakan *SmartPls* adalah.

Pengukuran Model (*Outer Model*)

Evaluasi *outer model* dilakukan dengan mengamati nilai validitas dan reabilitas pada setiap indikator terhadap variabel latennya.

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui kemampuan instrumen penelitian mengukur apa yang seharusnya diukur. Pengujian validitas terdiri dari 2 yaitu *convergent validity* dan *discriminant validity*. Pada *convergent validity* indikator dianggap valid jika memiliki nilai AVE diatas 0,5 atau memperlihatkan seluruh *outer loading* dimensi variabel memiliki nilai loading $> 0,5$ dan nilai AVE $> 0,5$ (Halimah, 2017). Sedangkan dalam *discriminant validity* ditentukan dengan melihat *cross loading* dari setiap variabel. Pengukuran dapat dikatakan memiliki validitas diskriminan apabila nilai dari *cross loading* lebih dari 0,7 (Jogiyanto, 2011, Octaviani 2016).

1. *Convergent Validity*

Validitas konvergen adalah korelasi antara nilai setiap indikator dengan konstruksya. Pada *convergent validity* indikator dianggap valid jika memiliki nilai AVE diatas 0,5 atau memperlihatkan seluruh *outer loading* dimensi variabel memiliki nilai loading $> 0,5$ dan nilai AVE $> 0,5$ (Halimah, 2017). Nilai *outer loading* disajikan pada Tabel 8.

Tabel 8. *Outer Loadings*

Indikator	Kualitas Produk	Kualitas Pelayanan	Kepuasan Konsumen
X ₁	0,955		
X ₂	0,615		
X ₃	0,940		
X ₄	0,969		
X ₅	0,555		
X ₆	0,958		
X ₇	0,967		
X ₈	0,576		
X ₉	0,632		
X ₁₀	0,959		
X ₁₁		0,920	
X ₁₂		0,898	
X ₁₃		0,873	
X ₁₄		0,931	
X ₁₅		0,914	
X ₁₆		0,865	
X ₁₇		0,904	
X ₁₈		0,838	
X ₁₉		0,925	
X ₂₀		0,891	
Y ₁			0,686
Y ₂			0,549
Y ₃			0,886
Y ₄			0,915
Y ₅			0,550
Y ₆			0,931

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 8, diinterpretasikan bahwa seluruh nilai *outer loading* pada setiap indikator yang digunakan valid dalam mengukur variabel latennya karena telah memenuhi standar atau $> 0,5$.

Selain itu uji validitas juga dilihat dari nilai AVE. Variabel penelitian ini sudah memiliki nilai AVE $> 0,5$. Berikut nilai AVE dalam model dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9. Nilai AVE

Variabel	Nilai AVE
Kualitas Produk	0,692
Kualitas Pelayanan	0,804
Kepuasan Konsumen	0,594

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 9, menunjukkan bahwa nilai AVE telah valid dikarenakan memiliki nilai pada setiap variabel lebih besar dari 0,5.

Dengan demikian berdasarkan Tabel 8, *outer loading* dan Tabel 9, nilai AVE dapat disimpulkan bahwa data penelitian yang digunakan sudah memenuhi persyaratan validitas konvergen.

2. *Discriminant Validity*

Nilai ini merupakan nilai *cross loading* faktor yang bertujuan untuk mengetahui apakah konstruk memiliki diskriminan yang memadai yaitu dengan melihat *cross loading* dari setiap variabel. Pengukuran dapat dikatakan memiliki validitas diskriminan jika nilai *cross loading* indikator terhadap variabelnya merupakan yang terbesar dibandingkan dengan variabel lainnya (Octaviani, 2016). Nilai *cross loading* disajikan pada Tabel 10.

Berdasarkan Tabel 10, bisa dilihat bahwa nilai *cross loading* dari masing-masing indikator terhadap variabelnya sendiri memiliki nilai lebih besar dari variabel lainnya. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua konstruk sudah memiliki validitas diskriminan yang baik.

Tabel 10. Nilai *Cross Loading*

	Kepuasan Konsumen	Kualitas Pelayanan	Kualitas Produk
X ₁	0,936	0,095	0,955
X ₂	0,545	0,062	0,615
X ₃	0,916	0,114	0,940
X ₄	0,933	0,067	0,969
X ₅	0,463	-0,053	0,555
X ₆	0,930	0,096	0,958
X ₇	0,949	0,095	0,967
X ₈	0,504	-0,062	0,576
X ₉	0,557	-0,062	0,632
X ₁₀	0,913	0,068	0,959
X ₁₁	0,242	0,920	0,067
X ₁₂	0,101	0,898	-0,053
X ₁₃	0,115	0,873	0,056
X ₁₄	0,172	0,931	0,032
X ₁₅	0,150	0,914	0,042
X ₁₆	0,089	0,865	-0,052
X ₁₇	0,161	0,904	0,036
X ₁₈	0,321	0,838	0,176
X ₁₉	0,162	0,925	0,034
X ₂₀	0,137	0,891	0,046
Y ₁	0,686	0,187	0,640
Y ₂	0,549	0,322	0,487
Y ₃	0,886	0,287	0,829
Y ₄	0,915	0,176	0,875
Y ₅	0,550	-0,094	0,487
Y ₆	0,931	0,092	0,923

Sumber: Data diolah, 2022

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan suatu nilai koefisien yang menunjukkan tingkat konsistensi data. Uji reliabilitas dapat dilihat dari nilai *cronbach's alpha* dan nilai *composite reliability*. Untuk dapat dikatakan suatu item pernyataan reliabel, maka nilai *cronbach's alpha* harus $> 0,6$ dan nilai *composite reliability* harus $> 0,7$ (Dwiputra, 2020). Berikut nilai *cronbach's alpha* dan nilai *composite reliability* disajikan pada Tabel 11.

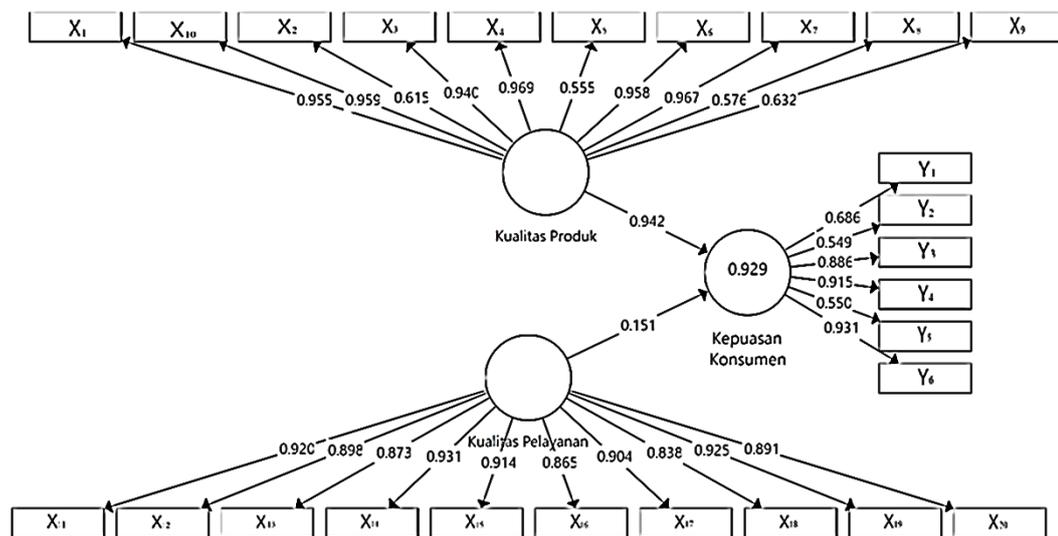
Tabel 11. Nilai *Cronbach's Alpha* dan Nilai *Composite Reliability*

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>
Kualitas Produk	0,946	0,955
Kualitas Pelayanan	0,974	0,976
Kepuasan Konsumen	0,852	0,893

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 11, menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai *cronbach's alpha* yang lebih besar dari 0,6 dan nilai *Composite Reliability* yang lebih besar dari 0,7. Dengan ini dapat disimpulkan bahwa semua indikator yang digunakan untuk mengukur variabel laten telah reliabel.

Analisis Model Struktural (*Inner Model*)



Gambar 3. Model PLS Algorithm

Uji *inner model* atau analisa struktural model dilakukan untuk memastikan bahwa model struktural yang dibangun sudah akurat. Uji yang dilakukan pada *inner model* adalah dengan melihat *coefficient of determination* (R^2) melalui proses. Pengujian R^2 merupakan cara untuk mengukur tingkat *Goodness of Fit* (GOF) suatu model struktural. Nilai digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen (eksogen) mempengaruhi variabel dependen (endogen). Nilai

R^2 0.75 baik, 0.50 moderat, sedangkan 0.25 lemah (Ghozali, 2014). Nilai *coefficient of determination* (R^2) disajikan pada Tabel 12.

Tabel 12. Hasil Nilai *R Squares* (R^2)

Variabel Laten	R^2
Kualitas Produk	0,929
Kualitas Pelayanan	
Kepuasan Konsumen	

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 12, menunjukkan bahwa variabel laten kepuasan konsumen memiliki nilai R^2 yang baik karena nilainya di atas 0,75. Hal ini memperlihatkan bahwa keragaman variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan konsumen sebesar 92,9%. Sisanya 7,1% dipengaruhi variabel lain di luar penelitian.

Pengujian Hipotesis

Setelah melakukan analisis *inner model* dan data telah memenuhi syarat pengukuran maka tahap selanjutnya dapat melakukan uji hipotesis dengan melakukan metode *bootstrapping* pada *SmartPls*. Untuk mengetahui hubungan structural antar variabel laten, harus dilakukan pengujian hipotesis terhadap koefisien jalur antar variabel dengan membandingkan angka *P-value* dengan alpha (0.05) atau t-statistik sebesar (>1.96). Besarnya nilai *P-value* dan juga t-statistik diperoleh dari proses *bootstrapping* pada *SmartPls*. Metode *bootstrapping* merupakan metode yang pada dasarnya melakukan pengambilan sampel dan pengembalian dari sampel hasil observasi. *Bootstrap* sering digunakan untuk masalah penaksiran parameter dan pengujian hipotesis (Efron dan Tibshirani, 1998, Octaviani 2016).

Pengujian ini dimaksudkan untuk menguji hipotesis yang terdiri dari 2 hipotesis berikut ini:

H1: Terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.

H2: Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Hasil pengujian hipotesis melalui metode *bootstrapping* disajikan pada Tabel 13.

Tabel 13. Hasil Uji Hipotesis Melalui Metode *Bootstrapping*

	<i>Original Sample</i>	<i>Standard Deviation</i>	T Statistik	<i>P-value</i>
Kualitas Produk → Kepuasan Konsumen	0,942	0,030	31,623	0,000
Kualitas Pelayanan → Kepuasan Konsumen	0,151	0,066	2,282	0,023

Sumber: Data diolah, 2022

Pada Tabel 13, dapat dilihat apakah terdapat pengaruh atau hubungan antar variabel laten, hasil ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

Uji Hipotesis 1

Dapat diketahui dengan nilai *P-value* sebesar $0,000 < 0,05$ atau dengan t-statistik sebesar $31,623 > 1,96$ (signifikan) maka hipotesis diterima yang berarti bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Penelitian Habib *dkk* (2021) menunjukkan bahwa faktor budaya memiliki pengaruh yang kuat dalam keputusan konsumen untuk mengonsumsi kunyit pada masa pandemi *Covid-19*.

Uji Hipotesis 2

Dapat diketahui dengan nilai *P-value* sebesar $0,023 < 0,05$ atau dengan t-statistik sebesar $2,282 > 1,96$ (signifikan) maka hipotesis diterima yang berarti bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan maka peneliti dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Rumah Makan Holat Afifa selalu ramai dikunjungi oleh pelanggannya disebabkan kualitas produk yang sangat baik meskipun memiliki harga yang cukup mahal. Hal ini berdasarkan oleh hasil analisis yang menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,942 atau 94,2%.
2. Rumah Makan Holat Afifa selalu ramai dikunjungi oleh pelanggannya disebabkan kualitas pelayanan yang baik meskipun memiliki harga yang cukup mahal. Hal ini berdasarkan oleh hasil analisis yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,151 atau 15,1%.

Saran

Diharapkan kedepannya pihak pengelola Rumah Makan Holat Afifa dapat membuka cabang baru di luar daerah Kabupaten Labuhan Batu agar bisa lebih memperkenalkan masakan khas Tapanuli Selatan serta dapat menyerap tenaga kerja lebih banyak lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., dan Jogiyanto. 2009. Konsep dan Aplikasi PLS (*Partial Least Square*) untuk Penelitian Empiris. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Arianty, N., H. Jasin, dan P. L. Khodri. 2019. Manajemen Pemasaran Konsep dan Praktek. Perdana *Publishing*. Medan.
- Aulia, M., dan I. Hidayat. 2017. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Amanda Brownies. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*.6 (5). ISSN 2461-0593.
- Bahar, A., dan H. Sjahrudin. 2015. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang. *Jurnal Organisasi dan Manajemen*. 3. 14-34. Makassar.
- Daga, R. 2017. Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan. *Global Research and Consulting Institute*. 203. ISBN 978-602-5920-17-2.
- Dwiputra, J., dan G. Prabontoro. 2020. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus di *Coffeeography* Salemba). *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*. 21.
- Fitriyana, F. D. 2021. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Rumah Makan Cahaya Ibu Tegal). Skripsi. Politeknik Harapan bersama. 95.
- Ghozali, I. 2014. *Structural Equation Modeling* Metode Alternatif dengan PLS. Semarang. Universitas Diponegoro.
- Guritno, S., Sudaryono, dan U. Rahardja. 2011. Metodologi Penelitian Teknologi Informasi. Penerbit Andi. 343. Yogyakarta.
- Habib, A., A. Harahap, dan D. R. Intan. 2021. Faktor-Faktor Budaya yang Mempengaruhi Masyarakat Kota Medan dalam Mengonsumsi Kunyit di Masa Pandemi *Covid-19*. *Jurnal SOMASI (Sosial Humaniora Komunikasi)*. 2 (2). ISSN 2723-6641.
- Hair, J. F., G. T. Hult., C. M. Ringle, and M. Sarstedt. 2014. *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. *United States of America*. SAGE Publication.
- Halimah, S. N. 2017. Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Pasien di *Medical Center ITS* dengan Metode *Structural Equation Modeling – Partial Least Square (SEM-PLS)*. Institut Teknologi Sepuluh Nopember. Surabaya.

- Handoko, B. 2016. Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Titipan Kilat Jne Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*. 17 (1). ISSN 1693-761.
- Ibrahim, M., dan S. M. Thawil. 2019. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*. 4 (1) : 182.
- Kalnadi, D. 2013. Pengukuran Penerimaan dan Penggunaan Teknologi pada UMKM dengan Menggunakan Metode UTAUT. Skripsi. Universitas Lampung. Lampung.
- Kothler, dan Keller. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ke dua Belas Jilid 1. Alih Bahasa Benyamin Molan.
- Latan, H., dan N. A. Ramli. 2013. *The Results Of Partial Least Squares-Structural Equation Modelling Analyses (Pls-Sem)*. SSRN 2364191.
- Lesmana, R., dan Ratnasari. 2019. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen PT. Radekatama Piranti Nusa. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*. 2 (2). ISSN 2598-0823.
- Liany, F. 2016. Pengaruh Kualitas Produk Minuman Kopi terhadap Kepuasan Konsumen di *Yellow Truck Coffee*. Skripsi Sekolah Tinggi Pariwisata. 110. Bandung.
- Lisdayanti. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen *Taxi Online (Grab Car)* di Makassar. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah. 119.
- Maramis, F. S., J. L. Sepang, dan A. G. Soegoto. 2018. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Air Manado. *Jurnal Emba*. 6 (3). 1658 – 1667. ISSN 2303-1174.
- Mariansyah, A., dan A. Syarif. 2020. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu. *Jurnal Ilmiah Bina Manajemen*. 3 (2). 13. ISSN 2085-0336
- Marsum, W. A. 2005. *Restoran dan Permasalahannya*. Penerbit Andi Offset. Yogyakarta.
- Mentang, J. J. J., I. W. J. Ogi, dan R. L. Samadi. 2021. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Marina Hash In Manado di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Emba*. 9 (4). 11. ISSN 2303-1174.
- Nasution, H. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Customers Serta Dampaknya Pada Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus: Maskapai Pt. Lion Air Jakarta) . *Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen*. 3 (2). 175-191.

- Nugroho, H. S. 2020. Kualitas Layanan Kesehatan Menurut Persepsi Konsumen. Forum Ilmiah Kesehatan (Forikes). 102. Ponorogo.
- Octaviani, E. 2016. Faktor Faktor yang Berpengaruh terhadap Penerimaan dan Penggunaan Sistem Manajemen Pembelajaran Exelsa Universitas Sanata Dharma. Skripsi. Universitas Sanata. Yogyakarta.
- Patmala, H. S., dan D. C. Fatihah. 2021. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Ukm Mart Kartika Widya Utama. Jurnal Ilmiah Mea (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi). 5 (3) : 1154-1170.
- Puspitasari, L. 2016. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Waroeng Spesial Sambal "Ss" Purwokerto". Skripsi Institut Agama Islam Negeri. 49.
- Rahmawati. 2016. Manajemen Pemasaran. Mulawarman *University Press*. 131. Samarinda.
- Razi, S. I. 2017. Pengaruh Harga dan Merek terhadap Keputusan Pembelian Laptop Toshiba (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara). Skripsi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. 73. Medan.
- Roscoe. 1982. *Research Methods For Business*. New York. Mc Graw Hill.
- Roselina, A. 2019. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen Elsa Hijab Semarang. Majalah Ilmiah Solusi. 17 (3) : 14. ISSN : 1412-5331.
- Sudarwan, K. B. 2019. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Blitar Banjarmasin. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (Stie Indonesia) Banjarmasin. 65.
- Sugiyono, D. 2010. Memahami Penelitian Kualitatif. Alfabeta. Bandung.
- Tjiptono, dan Chandra. 2016. Pemasaran Strategik. Penerit Andi. 134.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN PADA RUMAH MAKAN HOLAT AFIFAH DI KOTA RANTAU PRAPAT

Nama :

Berilah tanda (✓) untuk setiap pernyataan ini sesuai data diri anda

- | | | |
|--|--|--|
| Jenis Kelamin : | Usia : | Pendidikan : |
| <input type="checkbox"/> Pria | <input type="checkbox"/> 17-22 tahun | <input type="checkbox"/> SD - SMP |
| <input type="checkbox"/> Wanita | <input type="checkbox"/> 23-27 tahun | <input type="checkbox"/> SMA |
| | <input type="checkbox"/> > 27 tahun | <input type="checkbox"/> S1 |
| | | <input type="checkbox"/> > S1 |
| Pekerjaan : | Penghasilan Tiap Bulan: | Frekuensi Berkunjung: |
| <input type="checkbox"/> Pelajar/Mahasiswa | <input type="checkbox"/> < Rp 1.000.000 | <input type="checkbox"/> Sekali dalam sebulan |
| <input type="checkbox"/> Wiraswasta | <input type="checkbox"/> Rp. 1.000.001 – Rp. 5.000.000 | <input type="checkbox"/> 2 sampai 3 kali dalam sebulan |
| <input type="checkbox"/> Pegawai Negeri | <input type="checkbox"/> Rp. 5.000.001 – Rp. 10.000.001 | <input type="checkbox"/> Beberapa kali dalam sebulan |
| <input type="checkbox"/> Pegawai Swasta | <input type="checkbox"/> Rp. 10.000.001 – Rp. 15.000.000 | <input type="checkbox"/> Sekali dalam sebulan |
| <input type="checkbox"/> Yang Lainnya | <input type="checkbox"/> > Rp 15.000.001 | |

Keterangan Cara Pengisian :

Berilah tanda (✓) untuk setiap pernyataan ini sesuai dengan kenyataan terhadap kualitas produk (ikan holat) dan pelayanan yang anda terima dengan pilihan sebagai berikut :

1. Sangat tidak setuju
2. Tidak Setuju
3. Netral
4. Setuju
5. Sangat Setuju

	PERNYATAAN	PENILAIAN				
		1	2	3	4	5
Kualitas Produk						
X ₁	Menu ikan holat yang dihidangkan memiliki rasa yang enak					
X ₂	Kuah ikan holat memiliki tingkat kekelatan yang pas di lidah saya					
X ₃	Menu ikan holat yang dihidangkan lengkap dengan potongan pakkat dan sambal khas yang menarik					
X ₄	Menu ikan holat memiliki kandungan nilai gizi yang baik untuk kesehatan					
X ₅	Menu ikan holat yang disajikan ditata dengan rapi menggunakan piring yang bersih					
X ₆	Menu ikan holat yang dibeli dengan tidak dikonsumsi di tempat masih tetap enak meskipun dikonsumsi dengan memanaskannya terlebih dahulu di rumah					
X ₇	Menu ikan holat yang dihidangkan bersih dan tidak bau amis					
X ₈	Menu ikan holat memiliki aroma khas yang berasal dari kayu balakka (holat)					
X ₉	Menu makanan yang disajikan menggugah selera nafsu makan					
X ₁₀	Rasa menu ikan holat yang di sajikan memiliki keunggulan dengan rumah makan holat lainnya					
Kualitas Pelayanan						
X ₁₁	Penampilan karyawan bersih dan rapi					
X ₁₂	Tempat makan bersih dan nyaman					
X ₁₃	Kemudahan dalam melakukan transaksi pembayaran					
X ₁₄	Kesesuain tagihan pada saat pembayaran dengan menu makanan yang dikonsumsi					
X ₁₅	Respon yang cepat dalam melayani pesanan konsumen					
X ₁₆	Sikap yang sopan dan ramah dari pelayan					

Lanjutan Lampiran 1.

X ₁₇	Memberikan ganti rugi terhadap pesanan yang tidak sesuai					
X ₁₈	Memberikan keamanan dan kenyamanan kendaraan konsumen					
X ₁₉	Karyawan memberi pelayanan yang adil kepada setiap konsumen					
X ₂₀	Karyawan selalu mengutamakan kepentingan konsumen					
Kepuasan Konsumen						
Y ₁	Saya puas dengan kualitas makanan (ikan holat) dan pelayanan yang diberikan					
Y ₂	Saya puas dan akan berkunjung kembali lagi.					
Y ₃	Saya puas dan akan merekomendasikannya kepada keluarga atau orang lain.					
Y ₄	Pelayanan pramusaji yang diberikan memberikan kepuasan konsumen					
Y ₅	Konsumen memberikan nilai unggul untuk kualitas produk pada makanan menu ikan Holat secara umum					
Y ₆	Konsumen memberikan nilai unggul untuk kualitas pelayanan yang diberikan secara umum					

Lampiran 2. Data Identitas Responden

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan	Pekerjaan
1	Iwan	Pria	23-27	SMA	Wiraswasta
2	Saifullah	Pria	> 27	SMA	Wiraswasta
3	Dewi	Wanita	> 27	SMA	Yang Lainnya
4	Ahmad Rifai	Pria	> 27	S1	Wiraswasta
5	Arief	Pria	> 27	SMA	Wiraswasta
6	H Simangunsong	Pria	> 27	S1	Pegawai Swasta
7	Alan	Pria	23-27	SMA	Wiraswasta
8	S. Tarigan	Pria	> 27	SMA	Wiraswasta
9	Aisyah	Wanita	> 27	SMA	Wiraswasta
10	Khairum	Wanita	> 27	> S1	Pegawai Negeri
11	Azhari	Pria	17-22	S1	Pelajar/Mahasiswa
12	Ari Syahputra	Pria	> 27	S1	Pegawai Negeri
13	Aji Cahyadi	Pria	> 27	> S1	Pegawai Swasta
14	Nur Indah Sari	Wanita	17-22	SMA	Pelajar/Mahasiswa
15	Imran Syamsul	Pria	23-27	S1	Wiraswasta
16	Agus	Pria	> 27	> S1	Pegawai Swasta
17	Arrits Arrazie	Pria	17-22	SMA	Pelajar/Mahasiswa
18	Andi Pakpahan	Pria	23-27	SMA	Wiraswasta
19	Yusnita	Wanita	17-22	SD-SMP	Yang Lainnya
20	Hariati	Wanita	> 27	SMA	Yang Lainnya
21	Wahyu	Pria	17-22	SMA	Pelajar/Mahasiswa
22	Budi	Pria	> 27	SMA	Wiraswasta
23	Ani Siregar	Wanita	23-27	S1	Pegawai Swasta
24	Heri Tumanggor	Pria	> 27	S1	Pegawai Swasta
25	Rika	Wanita	23-27	SMA	Pegawai Negeri
26	Herman	Pria	> 27	SMA	Wiraswasta
27	Wati	Wanita	> 27	> S1	Pegawai Negeri
28	Kevin	Pria	17-22	SMA	Pelajar/Mahasiswa
29	Lastri	Wanita	> 27	S1	Pegawai Negeri
30	Putra	Pria	> 27	SMA	Wiraswasta
31	Bangkit	Pria	> 27	SMA	Wiraswasta
32	Kamaludin	Pria	> 27	S1	Wiraswasta
33	Waktu Tarigan	Pria	23-27	SMA	Pegawai Swasta
34	Rasyidah	Wanita	> 27	S1	Pegawai Negeri
35	Sarwindah	Wanita	> 27	S1	Pegawai Negeri
36	Mustika	Wanita	> 27	SD-SMP	Yang Lainnya
37	Abdul	Pria	> 27	S1	Pegawai Negeri
38	Poniah	Wanita	> 27	S1	Pegawai Swasta
39	Dika Nst	Pria	17-22	SMA	Pelajar/Mahasiswa
40	Abdi	Pria	> 27	SMA	Wiraswasta

Lampiran 3. Data Pendapatan Tiap Bulan Responden

No	Nama	Penghasilan Setiap Bulan
1	Iwan	Rp 1.000.001-Rp. 5.000.000
2	Saifullah	Rp 1.000.001-Rp. 5.000.000
3	Dewi	Rp 5.000.001-Rp 10.000.000
4	Ahmad Rifai	Rp 1.000.001-Rp. 5.000.000
5	Arief	Rp 1.000.001-Rp. 5.000.000
6	H Simangunsong	Rp 5.000.001-Rp 10.000.000
7	Alan	Rp 1.000.001-Rp. 5.000.000
8	S. Tarigan	Rp 1.000.001-Rp. 5.000.000
9	Aisyah	> Rp 15.000.001
10	Khairum	Rp 1.000.001-Rp. 5.000.000
11	Azhari	< Rp 1.000.000
12	Ari Syahputra	Rp 5.000.001-Rp 10.000.000
13	Aji Cahyadi	Rp 5.000.001-Rp 10.000.000
14	Nur Indah Sari	< Rp 1.000.000
15	Imran Syamsul	Rp 1.000.001-Rp. 5.000.000
16	Agus	Rp 5.000.001-Rp 10.000.000
17	Arrits Arrazie	< Rp 1.000.000
18	Andi Pakpahan	Rp 1.000.001-Rp. 5.000.000
19	Yusnita	< Rp 1.000.000
20	Hariati	< Rp 1.000.000
21	Wahyu	< Rp 1.000.000
22	Budi	Rp 10.000.000-Rp 15.000.000
23	Ani Siregar	Rp 1.000.001-Rp. 5.000.000
24	Heri Tumanggor	Rp 10.000.000-Rp 15.000.000
25	Rika	Rp 1.000.001-Rp. 5.000.000
26	Herman	Rp 10.000.000-Rp 15.000.000
27	Wati	Rp 5.000.001-Rp 10.000.000
28	Kevin	< Rp 1.000.000
29	Lastri	Rp 5.000.001-Rp 10.000.000
30	Putra	Rp 1.000.001-Rp. 5.000.000
31	Bangkit	Rp 5.000.001-Rp 10.000.000
32	Kamaludin	Rp 10.000.000-Rp 15.000.000
33	Waktu Tarigan	Rp 1.000.001-Rp. 5.000.000
34	Rasyidah	Rp 5.000.001-Rp 10.000.000
35	Sarwindah	Rp 5.000.001-Rp 10.000.000
36	Mustika	Rp 1.000.001-Rp. 5.000.000
37	Abdul	> Rp 15.000.001
38	Poniah	Rp 1.000.001-Rp. 5.000.000
39	Dika Nst	< Rp 1.000.000
40	Abdi	Rp 5.000.001-Rp 10.000.000

Lampiran 4. Data Intensitas Waktu Berkunjung

No	Nama	Frekuensi Berkunjung
1	Iwan	Sekali dalam lebih dari sebulan
2	Saifullah	Sekali dalam lebih dari sebulan
3	Dewi	Beberapa kali dalam sebulan
4	Ahmad Rifai	Beberapa kali dalam sebulan
5	Arief	Sekali dalam lebih dari sebulan
6	H Simangunsong	Sekali dalam sebulan
7	Alan	Sekali dalam sebulan
8	S. Tarigan	Beberapa kali dalam sebulan
9	Aisyah	Sekali dalam sebulan
10	Khairum	Beberapa kali dalam sebulan
11	Azhari	Beberapa kali dalam sebulan
12	Ari Syahputra	Sekali dalam sebulan
13	Aji Cahyadi	Beberapa kali dalam sebulan
14	Nur Indah Sari	Sekali dalam lebih dari sebulan
15	Imran Syamsul	Sekali dalam lebih dari sebulan
16	Agus	2 sampai 3 kali dalam sebulan
17	Arrits Arrazie	2 sampai 3 kali dalam sebulan
18	Andi Pakpahan	Sekali dalam lebih dari sebulan
19	Yusnita	Sekali dalam lebih dari sebulan
20	Hariati	Sekali dalam sebulan
21	Wahyu	Sekali dalam lebih dari sebulan
22	Budi	Beberapa kali dalam sebulan
23	Ani Siregar	Sekali dalam sebulan
24	Heri Tumanggor	2 sampai 3 kali dalam sebulan
25	Rika	Sekali dalam sebulan
26	Herman	Beberapa kali dalam sebulan
27	Wati	2 sampai 3 kali dalam sebulan
28	Kevin	Sekali dalam sebulan
29	Lastri	2 sampai 3 kali dalam sebulan
30	Putra	Sekali dalam sebulan
31	Bangkit	Sekali dalam sebulan
32	Kamaludin	Beberapa kali dalam sebulan
33	Waktu Tarigan	Sekali dalam lebih dari sebulan
34	Rasyidah	2 sampai 3 kali dalam sebulan
35	Sarwindah	Sekali dalam sebulan
36	Mustika	Sekali dalam sebulan
37	Abdul	2 sampai 3 kali dalam sebulan
38	Poniah	Sekali dalam lebih dari sebulan
39	Dika Nst	Sekali dalam lebih dari sebulan
40	Abdi	Sekali dalam sebulan

Lampiran 5. Respon Responden terhadap Variabel Kualitas Produk

No	Nama	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	X ₅	X ₆	X ₇	X ₈	X ₉	X ₁₀	Total
1	Iwan	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	43
2	Saifullah	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
3	Dewi	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49
4	Ahmad Rifai	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	42
5	Arief	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	43
6	Simangunsong	5	4	5	5	4	5	5	3	4	5	45
7	Alan	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
8	S. Tarigan	3	4	3	3	5	3	3	5	5	3	37
9	Aisyah	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	38
10	Khairum	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
11	Azhari	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
12	Ari Syahputra	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	47
13	Aji Cahyadi	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	46
14	Nur Indah Sari	2	3	2	2	3	2	2	3	3	2	24
15	Imran Syamsul	2	1	2	2	4	2	2	3	3	2	23
16	Agus	5	3	5	4	4	5	5	4	4	4	43
17	Arrits Arrazie	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
18	Andi Pakpahan	5	3	5	5	4	5	5	4	4	5	45
19	Yusnita	4	3	4	4	5	4	4	5	5	4	42
20	Hariati	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	43
21	Wahyu	3	2	3	3	4	3	3	4	4	3	32
22	Budi	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	46
23	Ani	2	3	2	2	3	2	2	3	3	2	24
24	Heri	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	44
25	Rika	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49
26	Herman	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49
27	Wati	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	43
28	Kevin	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	47
29	Lastri	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
30	Putra	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	44

Lanjutan Lampiran 5.

31	Bangkit	4	3	4	4	5	4	4	5	5	4	42
32	Kamaludin	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
33	Tarigan	4	3	4	4	5	4	4	5	5	4	42
34	Rasyidah	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
35	Sarwindah	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	36
36	Mustika	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
37	Abdul	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	43
38	Poniah	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	47
39	Dika Nst	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	33
40	Abdi	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
Total Skor		160	148	161	160	171	162	161	169	170	161	1623

Lanjutan Lampiran 6.

31	Bangkit	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
32	Kamaludin	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
33	Tarigan	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
34	Rasyidah	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
35	Sarwindah	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
36	Mustika	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
37	Abdul	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
38	Poniah	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
39	Dika Nst	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
40	Abdi	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Total Skor		160	161	158	157	156	160	157	158	158	159	1584

Lampiran 7. Respon Responden terhadap Variabel Kepuasan Konsumen

No	Nama	Y ₁	Y ₂	Y ₃	Y ₄	Y ₅	Y ₆	Total
1	Iwan	4	4	4	4	5	4	25
2	Saifullah	4	4	4	4	4	4	24
3	Dewi Anggaraeni Hsb	5	5	5	5	5	5	30
4	Ahmad Rifai	4	4	4	4	4	4	24
5	Arief	5	5	2	2	4	4	22
6	H. Simangunsong	4	4	5	5	4	5	27
7	Alan	5	4	4	4	4	4	25
8	S. Tarigan	4	4	5	3	4	3	23
9	Aisyah	5	5	4	4	4	4	26
10	Khairum	4	4	4	4	4	4	24
11	Azhari	4	4	4	4	4	4	24
12	Ari Syahputra	5	5	4	4	5	5	28
13	Aji Cahyadi	4	4	5	5	5	5	28
14	Nur Indah Sari	3	3	2	2	3	3	16
15	Imran Syamsul	2	3	2	2	3	2	14
16	Agus	4	5	5	5	4	5	28
17	Arrits Arrazie	4	4	4	4	5	4	25
18	Andi Pakpahan	4	4	5	5	4	5	27
19	Yusnita	5	4	4	4	5	4	26
20	Hariati	5	4	4	4	5	4	26
21	Wahyu	4	4	3	3	3	3	20
22	Budi	4	4	5	5	4	5	27
23	Ani Siregar	3	3	2	2	3	2	15
24	Heri Tumanggor	5	4	4	4	4	4	25
25	Rika	4	4	5	5	4	5	27
26	Herman	5	5	5	5	3	5	28
27	Wati	4	4	4	4	5	4	25
28	Kevin	4	3	5	5	5	5	27
29	Lastri	4	4	4	4	5	4	25
30	Putra	5	5	4	4	4	4	26

Lanjutan Lampiran 7.

31	Bangkit Sembiring	4	3	4	4	4	4	23
32	Kamaludin	4	4	4	4	3	4	23
33	Waktu Tarigan	5	4	4	4	5	4	26
34	Rasyidah	4	5	4	4	4	4	25
35	Sarwindah	4	3	4	4	5	4	24
36	Mustika	4	4	4	4	4	4	24
37	Abdul	4	5	4	4	5	4	26
38	Poniah	4	4	5	5	4	5	27
39	Dika Nst	3	4	3	3	4	3	20
40	Abdi	4	4	3	3	4	3	21
Total Skor		166	163	160	158	167	162	976

Lampiran 8. *Path Coefficients*

	Kepuasan Konsumen	Kualitas Pelayanan	Kualitas Produk
Kepuasan Konsumen			
Kualitas Pelayanan	0,151		
Kualitas Produk	0,942		

Lampiran 9. Nilai *Outer Loadings*

	Kepuasan Konsumen	Kualitas Pelayanan	Kualitas Produk
X ₁			0,955
X ₁₀			0,959
X ₁₁		0,920	
X ₁₂		0,898	
X ₁₃		0,873	
X ₁₄		0,931	
X ₁₅		0,914	
X ₁₆		0,865	
X ₁₇		0,904	
X ₁₈		0,838	
X ₁₉		0,925	
X ₂			0,615
X ₂₀		0,891	
X ₃			0,940
X ₄			0,969
X ₈			0,576
X ₉			0,632
Y ₁	0,686		
Y ₂	0,549		
Y ₃	0,886		
Y ₄	0,915		
Y ₅	0,550		
Y ₆	0,931		
X ₅			0,555
X ₆			0,958
X ₇			0,967

Lampiran 10. Nilai *R Square*

	<i>R Square</i>	<i>R Square Adjusted</i>
Kepuasan Konsumen	0.929	0.925

Lampiran 11. *Discriminant Validity*

	Kepuasan Konsumen	Kualitas Pelayanan	Kualitas Produk
X ₁	0,936	0,095	0,955
X ₁₀	0,913	0,068	0,959
X ₁₁	0,242	0,920	0,067
X ₁₂	0,101	0,898	-0,053
X ₁₃	0,115	0,873	0,056
X ₁₄	0,172	0,931	0,032
X ₁₅	0,150	0,914	0,042
X ₁₆	0,089	0,865	-0,052
X ₁₇	0,161	0,904	0,036
X ₁₈	0,321	0,838	0,176
X ₁₉	0,162	0,925	0,034
X ₂	0,545	0,062	0,615
X ₂₀	0,137	0,891	0,046
X ₃	0,916	0,114	0,940
X ₄	0,933	0,067	0,969
X ₅	0,463	-0,053	0,555
X ₆	0,930	0,096	0,958
X ₇	0,949	0,095	0,967
X ₈	0,504	-0,062	0,576
X ₉	0,557	-0,062	0,632
Y ₁	0,686	0,187	0,640
Y ₂	0,549	0,322	0,487
Y ₃	0,886	0,287	0,829
Y ₄	0,915	0,176	0,875
Y ₅	0,550	-0,094	0,487
Y ₆	0,931	0,092	0,923

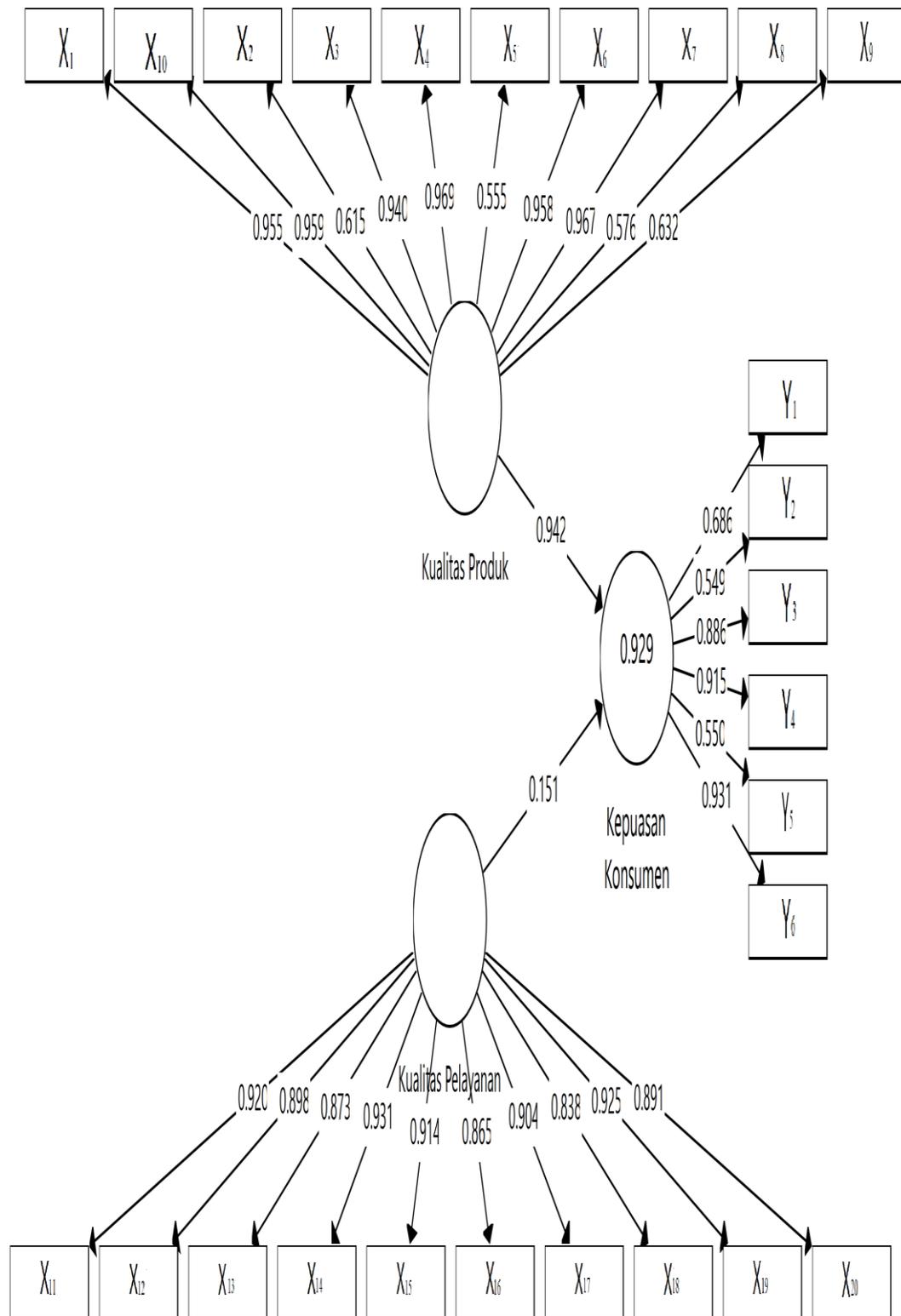
Lampiran 12. *Construct Reliability and Validity*

	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>rho_A</i>	<i>Composite Reliability</i>	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>
Kepuasan Konsumen	0,852	0,902	0,893	0,594
Kualitas Pelayanan	0,974	1,037	0,976	0,804
Kualitas Produk	0,946	0,974	0,955	0,692

Lampiran 13. *Mean, STDEV, T-Values, P-Values*

	<i>Original Sample (O)</i>	<i>Sample Mean (M)</i>	<i>Standard Deviation (STDEV)</i>	<i>T Statistics (O/STDEV)</i>	<i>P Values</i>
Kualitas Pelayanan -> Kepuasan Konsumen	0,151	0,145	0,066	2,282	0,023
Kualitas Produk -> Kepuasan Konsumen	0,942	0,934	0,030	31,623	0.000

Lampiran 14. Model PLS Algorithm





Pengisian Kuesioner Oleh Responden



Pengisian Kuesioner Oleh Responden



Suasana Pondok Belakang



Rumah Makan Holat Afifa



Tampilan menu ikan holat



Pemilik RM. Holat Afifa Bapak Sabani



Kayu balakka

RM HOLAT "AFIFA" 

JLN. SM. RAJA NO. 02 RANTAUPRAPAT R. Prapat _____ 20____
 SINCE 2003 Kepada Yth : _____

QTY	DAFTAR MENU	JUMLAH (Rp)
	HOLAT NILA	25.000
	HOLAT MAS	30.000
	HOLAT BAUNG	40.000
	HOLAT MOMAH	40.000
	HOLAT AYAM KAMPUNG	40.000
	SAMBAL TUK-TUK NILA	25.000
	SAMBAL TUK-TUK MAS	30.000
	SAMBAL TUK-TUK BAUNG	40.000
	SAMBAL TUK-TUK MOMAH	40.000
	SAMBAL TUK-TUK AYAM KAMPUNG	40.000
	IKAN BAKAR/GORENG NILA	30.000
	IKAN BAKAR/GORENG MAS	30.000
	IKAN BAKAR/GORENG BAUNG	40.000
	IKAN BAKAR/GORENG MOMAH	40.000
	AYAM BAKAR KAMPUNG	40.000
	AYAM GORENG KAMPUNG	40.000
	ANYANG AYAM KAMPUNG	40.000
	AYAM GEPREK KAMPUNG	35.000
	GULAI ASAM BAUNG	40.000
	NILA SOMBAM	30.000
	SOP	30.000
	MENU / LALAPAN	10.000
	+ PECAL ULEK	10.000
	+ ANYANG PAKIS	10.000
	+ ASOMAN TERONG	10.000
	+ IKAN SILUANG	10.000
	+ PAKKAT	6.000
	+ PEYEK	6.000
	+ NASI	—
	JUICE JERUK	15.000
	JUICE WARTEL	15.000
	JUICE TIMUN	15.000
	TEH MANIS PANAS	6.000
	TEH MANIS DINGIN	6.000
	SOSRO / FRUIT TEA	6.000
	LEMON TEA PANAS	15.000
	LEMON TEA DINGIN	15.000
	KOPI	6.000
	TEH PAHIT PANAS	2.000
	TEH PAHIT DINGIN	3.000
	TOTAL	

TERIMA KASIH ATAS KUNJUNGAN ANDA
 NO. HP. 0821 6672 9244

Daftar menu makanan dan minuman