

**PENGARUH BUKTI FISIK (*PHYSICAL EVIDENCE*) DAN ORANG
(*PEOPLE*) TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA
DONAT KENTANG SYIFA SEI BELUTU**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M)
Program Studi Manajemen*



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Oleh :

Nama : Indah Ismaya
Npm : 1705160136
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2021**



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Kapt. Mochtar Basri No. 3 (061) 66224567 Medan 20238



PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Panitia Ujian Strata-1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, dalam sidang yang diselenggarakan pada hari Rabu, tanggal 28 Juli 2021, Pukul 09.00 WIB sampai dengan selesai telah mendengar, melihat, memperhatikan dan sebatasnya:

MEMUTUSKAN

Nama : **ANDAH ISMAYA**
 NPM : **1705160136**
 Program Studi : **MANAJEMEN**
 Judul Skripsi : **PENGARUH BUKTI FISIK (PHYSICAL EVIDENCE) DAN ORANG (PEOPLE) TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA DONAT KENTANG SYEA GETBELUTE**

Dinyatakan : (A-) *Dulus Tadris dan telah memenuhi persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.*

TIM PENGUJI

Penguji I

Penguji II

(Assoc.Prof. **RAIHANAH DAULAY, SE., M.Si**)

(**MUSLIHL, SE., M.Si**)

Pembimbing

(Assoc. Prof. Hj. **IPWU ANDRIANY, SE., MM**)

Ketua

Sekretaris

(H. **SANURI, S.E., M.M., M.Si**)

(Dr. **ADE GUNAWAN, S.E., M.Si**)





MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 (061) 6624567 Medan 20238

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini disusun oleh :

Nama : INDAH ISMAYA
N.P.M : 1705160136
Program Studi : MANAJEMEN
Konsentrasi : MANAJEMEN PEMASARAN
Judul Skripsi : PENGARUH BUKTI FISIK (*PHYSICAL EVIDENCE*) DAN
ORANG (*PEOPLE*) TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PADA DONAT KENTANG SYIFA SEI BELUTU

Disetujui dan memenuhi persyaratan untuk diajukan dalam ujian mempertahankan skripsi.

Medan, Juni 2021

Pembimbing Skripsi

Assoc. Prof. Hj. DEWI ANDRIANY, SE, MM

Disetujui Oleh :

Ketua Program Studi Manajemen

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

JASMAN SARIPUDDIN HSB, S.E., M.Si.

HOVIYURI, S.E., M.M., M.Si.



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Kapt. Mukhtar Basri No.3 Telp. (061) 6623301 Fax. (061) 6625474
Website : <http://www.umsu.ac.id> Email : rektor@umsu.ac.id

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI



Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Indah Ismaya
NPM : 1705160136
Program : Strata-1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul **“Pengaruh Bukti Fisik (Physical Evidence) Dan Orang (People) Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Donat Kentang Syifa Sei Belutu”** adalah bersifat asli, bukan hasil menyadur secara mutlak hasil karya orang lain.

Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Medan, 6 September 2021

Saya yang menyatakan



Indah Ismaya



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3. Medan, Telp. 061-6624567, Kode Pos 20238

BERITA ACARA PEMBIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : INDAH ISMAYA
NPM : 1705160136
Nama Dosen Pembimbing : Assoc.Prof.Hj.Dewi Andriany SE., MM

Pogram Studi : MANAJEMEN
Konsentrasi : PEMASARAN
Judul Penelitian : Pengaruh Bukti Fisik (*Physical Evidence*) dan Orang (*People*) Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Donat Kentang Syifa Sei Belutu

Item	Hasil Evaluasi	Tanggal	Paraf Dosen
Bab 1	Perbaiki tentang batasan	22/3 2021	
Bab 2	menambah teori menjadi 2 sumber	24/3 2021	
Bab 3	Perbaiki tentang definisi operasional Populasi dan sampel	30/3 2021	
Bab 4	Perbaiki Pembahasan	29/4 2021	
Bab 5	Perbaiki Kesimpulan dan Saran	30/4 2021	
Daftar Pustaka	Sudah sesuai dengan panduan	2/5 2021	
Persetujuan Sidang Meja Hijau	acc w/ sidang meja hijau	3/5 2021	

Medan, 3 Mei 2021

Diketahui Oleh:
Ketua Program Studi

(Jasman Saripuddin Hsb S.E, M.Si)

Dijetujui Oleh:
Dosen Pembimbing

(Assoc.Prof.Hj.Dewi Andriany SE., MM)

ABSTRAK

PENGARUH BUKTI FISIK (PHYSICAL EVIDENCE) DAN ORANG (PEOPLE) TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA DONAT KENTAG SYIFA SEI BELUTU

Indah Ismaya

Program studi : Manajemen

E-mail : Indahismaya041@gmail.com

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan konsumen, untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh orang terhadap kepuasan konsumen dan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh bukti fisik dan orang terhadap kepuasan konsumen pada Donat Kentang Syifa Sei Belutu. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Donat Kentang Syifa Sei Belutu sedangkan sampel yang memenuhi kriteria berjumlah 99 konsumen. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik wawancara dan angket. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan Uji Asumsi Klasik, Regresi Linear Berganda, Uji t dan Uji F, dan Koefisien Determinasi. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan program *Software* SPSS 25. Secara parsial diketahui bahwa bukti fisik memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Secara parsial diketahui bahwa orang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Secara simultan diketahui bukti fisik dan orang terhadap kepuasan konsumen Pada Donat Kentang Syifa SeiBelutu.

Kata Kunci: Bukti Fisik, Orang dan Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

THE EFFECT OF PHYSICAL EVIDENCE AND PEOPLE ON CONSUMER SATISFACTION INSYIFA SEI BELUTU POTATO DONUTS

Indah Ismaya

Study program : Management

E-mail : indahismaya041@gmail.com

The purpose of this study is to determine and analyze the effect of physical evidence on consumer satisfaction, to determine and analyze the influence of people on consumer satisfaction and to determine and analyze the influence of physical evidence and people on satisfaction. consumers on Syifa Sei Belutu Potato Donuts. The approach used in this study is an associative approach. The population in this study were Syifa Sei Belutu Potato Donut consumers while the samples that met the criteria were 99 consumers. The data collection technique in this study used a questionnaire technique. The data analysis technique in this study uses the Classical Assumption Test, Multiple Linear Regression, t-test and F-test, and the Coefficient of Determination. Data processing in this study used the SPSS 25 Software program. Partially it is known that physical evidence has a positive and significant influence on consumer satisfaction. Partially it is known that people have a positive and significant influence on consumer satisfaction. Simultaneously, it is known that physical and human evidence on consumer satisfaction in Syifa Sei Belutu Potato Donuts.

Keywords: Physical Evidence, People and Consumer Satisfaction

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Warahmatullahi wabarakatuh

Puji dan syukur atas kehadiran Allah Subhanahu Wata'ala yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat diberikan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Pengaruh Bukti Fisik (Physical Evidence) dan Orang (People) Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Donat Kentang Syifa Sei Belutu**” guna memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pendidikan program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU) dengan sangat baik dan tepat pada waktunya. Selanjutnya tak lupa pula penulis mengucapkan shalawat dan salam kepada junjungan kita Nabi Muhammad Shalallaahu Alaihi Wassalaam , yang telah membawa risalahnya kepada seluruh umat manusia dan jadi suri tauladan bagi kita semua.

Pada kesempatan ini penulisan skripsi ini penulis telah menerima do'a, bimbingan, dukungan, dan nasehat dari berbagai pihak. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sangat besar kepada :

1. Kedua orang tua, Ayahanda tersayang Misman dan Ibunda tercinta Tusiah yang telah memberikan segala kasih sayangnya kepada penulis berupa besarnya perhatian, pengorbanan, bimbingan serta do'a yang tulus terhadap penulis, sehingga penulis termotivasi dalam menyelesaikan pembuatan skripsi ini.

2. Bapak Prof. Dr. Agussani., M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
3. Bapak Januri, SE, M.M, M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Dr. Ade Gunawan SE, M.Si. Selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Dr. Hasrudy Tanjung, SE, M.Si. Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Jasman Sarifuddin Hasibuan, SE., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Bapak Jufrizen, SE, M.Si selaku sekretaris Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
8. Ibu Assoc. Prof. Hj. Dewi Andriany, SE., MM selaku Dosen pembimbing yang bersedia meluangkan waktu untuk menuntun serta memberi arahan dan bimbingan skripsi.
9. Bapak dan ibu dosen serta seluruh pegawai yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang ada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
10. Bapak Bambang Hermanto selaku pemilik Donat Kentang Syifa Sei Belutu yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.
11. Seluruh pegawai Donat Kentang Syifa Sei Belutu yang telah membantu penulis dan membimbing serta mengarahkan dalam penyelesaian skripsi ini.

12. Buat Ryan Muhammad terima kasih telah menghibur dan telah memberikan bantuan saran-saran, dukungan serta motivasinya sehingga selesai skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan dan kesalahan dan masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritikan dan saran dari semua pihak yang membangun demi kesempurnaan skripsi, Semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk memberikan informasi dan referensi kepada kita semua Aamiin.

Medan, 24 Februari 2021

INDAH ISMAYA
1705160136

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
1.3 Batasan Masalah.....	6
1.4 Rumusan Masalah	6
1.5 Tujuan Penelitian	7
1.6 Manfaat Penelitian	7
BAB 2 KAJIAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 Kepuasan Konsumen	8
2.1.1.1 Pengertian Kepuasan Konsumen	8
2.1.1.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen	9
2.1.1.3 Elemen Kepuasan Konsumen	11
2.1.1.4 Indikator Kepuasan Kepuasan	12
2.1.2 Bukti Fisik (<i>Physical evidence</i>).....	14
2.1.2.1 Pengertian Bukti Fisik (<i>Physical evidence</i>).....	14
2.1.2.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Bukti Fisik	15
2.1.2.3 Tipe Bukti Fisik	16
2.1.2.4 Indikator BuktiFisik.....	17
2.1.3 Orang (<i>People</i>).....	19
2.1.3.1 Pengertian Orang (<i>People</i>).....	19
2.1.3.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi Orang (<i>People</i>).....	20
2.1.3.3 Elemen Orang (<i>People</i>)	20
2.1.3.4 Indikator Orang.....	21
2.2 Kerangka Berpikir	23
2.3 Hipotesis.....	26
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN.....	27
3.1 Pendekatan Penelitian	27
3.2 Defenisi Operasional.....	27
3.3 Tempat dan Waktu Penelitian	28
3.4 Teknik Pengambilan Sampel.....	29
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.6 Teknik Analisis Data.....	35

BAB 4 HASIL PENELITIAN	40
4.1 Hasil Penelitian Data.....	40
4.1.1 Deskripsi Data Penelitian.....	40
4.1.2 Identitas Responden	40
4.1.3 Deskripsi Variabel Penelitian.....	40
4.1.4 Teknik Analisis Data.....	47
4.1.4.1 Analisis Linear berganda	47
4.1.5 Uji Asumsi Klasik	49
4.1.5.1 Uji Normalitas.....	49
4.1.5.2 Uji Multikolinieritas	50
4.1.5.3 Uji Heterokedasitas	51
4.1.6 Pengujian Hipotesis.....	52
4.2.3.1 Uji t-(Parsial).....	52
4.2.3.2 Uji - F (Simultan)	55
4.2.3.3 Koefisien Determinasi	55
4.2 Pembahasan.....	55
4.2.1 Pengaruh Bukti Fisik Terhadap Kepuasan Konsumen.....	56
4.2.2 Pengaruh Orang Terhadap Kepuasan Konsumen	57
4.2.3 Pengaruh Bukti Fisik dan Orang Terhadap Kepuasan Konsumen.....	58
BAB 5 Penutup	59
5.1 Kesimpulan	59
5.2 Saran.....	59
5.3 Keterbatasan Penelitian	60

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Defenisi Operasional	28
Tabel 3.2	Jadwal Kegiatan	29
Tabel 3.3	Skala Likert	31
Tabel 3.4	Tabel Uji Validitas Kepuasan Konsumen (Y).....	32
Tabel 3.5	Uji Validitas Variabel Bukti Fisik (X1)	33
Tabel 3.6	Tabel Uji Validitas Orang (<i>People</i>) (X2).....	33
Tabel 3.7	Tabel Uji Reliabilitas	34
Tabel 4.1	Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
Tabel 4.2	Distribusi Responden Berdasarkan Usia	41
Tabel 4.3	Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	42
Tabel 4.4	Distribusi Responden Berdasarkan Penghasilan	42
Tabel 4.5	Distribusi Responden Berdasarkan Status Tempat Tinggal.....	43
Tabel 4.6	Tabulasi Jawaban Responden Kepuasan Konsumen	44
Tabel 4.7	Tabulasi Jawaban Responden Bukti fisik.....	45
Tabel 4.8	Tabulasi Jawaban Responden Orang (<i>people</i>) (X2).....	46
Tabel 4.9	Tabel Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	48
Tabel 4.10	Tabel Uji Multikolinearitas	51
Tabel 4.11	Tabel Uji t.....	53
Tabel 4.12	Tabel Uji F	54
Tabel 4.13	Tabel Koefisien Determinasi.....	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Pengaruh Bukti fisik Terhadap Kepuasan Konsumen.....	24
Gambar 2.2	Pengaruh Orang (<i>People</i>) Terhadap Kepuasan Konsumen	25
Gambar 2.3	Kerangka Konseptual	26
Gambar 3.1	Kriteria Pengujian Hipotesis Uji t	38
Gambar 3.2	Kriteria Pengujian Hipotesis F	39
Gambar 4.1	Hasil Uji Normalitas	49
Gambar 4.2	Grafik Histogram	50
Gambar 4.3	Hasil Uji Heterokedasitas	52

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan bisnis kuliner di Indonesia pada saat ini mengalami kemajuan yang pesat, hal ini dapat dilihat dari banyak bermunculan bisnis makanan, baik yang berasal dari dalam negeri maupun *franchise*(waralaba) dari luar negeri. Tingkat pendidikan masyarakat pada saat ini yang semakin tinggi disertai dengan selera konsumsi masyarakat yang semakin meningkat, menciptakan suatu keadaan dalam memilih produk menjadi lebih teliti dan cermat. Pengaruh dari perkembangan zaman yaitu banyak sekali bermunculan inovasi baru usaha kuliner yang menawarkan berbagai kelebihan dan keunikan dari masing - masing produk kuliner tersebut. Hal ini membuat konsumen mempunyai banyak alternatif pilihan dalam memilih produk makanan yang ditawarkan oleh adanya kemajuan dan perubahan tersebut secara tidak langsung menuntut produsen untuk menciptakan suatu produk baru yang di inginkan oleh konsumen.

Berdasarkan badan pusat statistik usaha penyedia makanan dan minuman berskala menengah besar sebagian besar 70,35% berlokasi dikawasanmall/pertokoan/ perkantoran. Usaha yang berada di lokasi kawasan wisata (obyek wisata) hanya sebanyak 7,01% dan lokasi lainnya seperti di kawasan industri, hotel, dan lokasi lainnya (perumahan pemukiman sebanyak 22,64%). (Candraningtyas, 2017 hal 21)

Bisnis makanan saat ini harus mampu bersaing untuk memenangkan persaingan, karena pesaing yang lain sangat memperhatikan dan mempertimbangkan kepuasan konsumen. Masalah yang sering dihadapi oleh bisnis makanan yaitu bahwa bisnis yang lain belum tentu mampu memberikan kepuasan konsumen maksimal yang benar-benar diharapkan oleh konsumen. Banyak cara yang bisa dicapai para pemilik bisnis agar produknya dapat laku keras di pasaran.

Arianty et al., (2016) mendefinisikan bahwa kepuasan pelanggan merupakan perasaan konsumen setelah merasakan antara apa yang sudah diterima dengan harapan yang dinginkannya. sedangkan menurut Kasmir (2017) kepuasan pelanggan adalah harapan atau perasaan seseorang atas pembelian suatu barang atau jasa yang diharapkan dapat dicapai oleh pelanggan sesuai dengan kenyataannya.

Konsumen pada umumnya, cenderung akan memilih donat yang menawarkan harga yang relatif murah dan tidak sedikit juga memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan itu sendiri, apabila pelayanan yang diberikan oleh perusahaan membuat konsumen merasa senang atau puas dan mendapatkan kemudahan dalam bertransaksi maka akan menjadi penilaian yang baik bagi konsumen terhadap perusahaan tersebut. Daryanto (2014) mengemukakan bahwa ada empat faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen diantaranya kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, dan emosional. Dari empat faktor tersebut dapat dirasakan konsumen merasa puas tidak dengan perusahaan tersebut.

Selain itu sarana dan prasarana yang kurang lengkap membuat konsumen mempertimbangkan dalam mencari produk. Oleh karena itu banyak perusahaan yang berusaha menyiapkan sarana dan prasana selengkap mungkin dan lebih baik dibanding dengan pesaing. Tidak semua perusahaan mampu menyediakan sarana dan prasarana yang dibutuhkan. Hal ini sangat tergantung dari kemampuan besar kecilnya perusahaan tersebut. Hal terpenting adalah hendaknya sarana dan prasarana yang dimiliki lengkap, sekalipun kurang sempurna sehingga apa yang diharapkan pelanggan terpenuhi. Menurut Lupiyoadi (2019) menjelaskan bahwa bukti fisik merupakan lingkungan fisik tempat jasa diciptakan dan langsung berinteraksi dengan konsumen. selain itu lingkungan fisik akan menjelaskan bagaimana penataan bangunan dari suatu perusahaan. Apakah perusahaan menggunakan tampilan dalam (*interior*) yang unik, sistem pencahayaan (*lighting system*) yang menarik perhatian konsumen, dan lain sebagainya. Perusahaan tentu akan mempengaruhi perasaan (*mood*) pengunjung. Desain interior yang terkesan berantakan juga tentu akan membuat merasa tidak nyaman dengan keadaan di perusahaan tersebut. Bangunan harus dapat menciptakan suasana yang menyenangkan, sehingga memberikan pengalaman kepada pengunjung dan dapat memberikan nilai tambah bagi pengunjung. (Amalia & Novianti, 2016)

Menurut Khairina (2016) bahwa perusahaan melalui tenaga pemasarnya menggunakan tiga cara mengelolah bukti fisik yang startegis, yaitu : Memperhatikan pembuatan media (*An attention-creating medium*), perusahaan jasa melakukan diferensiasi dengan pesaing membuat sarana dan prasarana semenarik mungkin untuk menjaring pelanggan dan target pasarnya, media

pembuatan pesan (*As a message-creating medium*), menggunakan simbol atau isyarat untuk mengkomunikasikan secara intensif kepada audiens mengenai ke-khususan kualitas dari produk jasa, dan efek pembuatan media (*An effect-creating medium*), terciptanya baju seragam yang berwarna, bercorak, suara dan desain untuk menciptakan sesuatu yang lain dari jasa yang ditawarkan.

Orang (*people*) juga memiliki peranan penting dalam mencapai keberhasilan suatu perusahaan. *People* yang berinteraksi langsung dengan konsumen dalam memberikan layanan, merupakan bagian penting dalam membangun kepuasan, bahkan loyalitas. Pengetahuan dan kemampuan *people* yang bekerja sesuai dengan tujuan perusahaan merupakan modal yang sangat penting untuk mencapai keberhasilan (Grewal & Levy, 2010)

Menurut (Tjiptono, 2014) *People* (Kemampuan Karyawan) merupakan unsur vital dalam bauran pemasaran karena didalam industri jasa setiap orang (karyawan) merupakan pemasar paruh waktu (*part time marketer*). Setiap perusahaan jasa yang memiliki tingkat kontak tinggi dengan pelanggan harus jelas menentukan apa yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen.

Donat Kentang Syifa Sei Belutu didirikan oleh pak Bambang Hermanto dan istri pada tahun 2018 di Jl. Veteran Helvetia Pasar V, Kota Medan. Awal mula menciptakan bisnis kuliner donat karena mereka ingin menciptakan produk premium namun memiliki harga yang terjangkau. Inovasinya dengan menambah unsur lain di adonan donat biasa yaitu kentang. Donat kentang merupakan bisnis usaha yang banyak di minati oleh masyarakat terbukti dengan adanya gerai di kota Medan yang sekarang berjumlah 3 gerai yaitu di Setia Budi Sei Belutu,

MedanJohor, Tanjung Selamat khususnya di Setia Budi SeiBelutu yang menjadi awal gerai Donat Kentang Syifa Sei Belutu.

Donat Kentang Syifa Sei Belutu terdiri dari beberapa varian rasa seperti oreo, coklat, tiramisu, greentea, capucino, kacang almond, keju, kacang, coklat , strawberry, anggur, kopi, dan abon. Selain banyak varian rasa harganya yang murah hanya Rp 15.000/ kotak isi 6 pcs dengan ukuran donat yang besar. Alasannya di pilihnya Donat Kentang Syifa SeiBelutu karena donat kentang yang banyak diminati dan cukup laris dan sedang mengalami persaingan ketat terhadap donat kentang yang lain. Yang terjadi saat ini adalah banyaknya orang yang rela mengantri untuk membeli Donat Kentang Syifa yang berbahan dasar dari tepung terigu dan kentang. Donat Kentang Syifa Sei Belutu yang diminati oleh anak-anak hingga dewasa. Donat Kentang Syifa Sei Belutu mengambil target pasar dari semua kalangan mulai kalangan bawah hingga kalangan atas. Donat Kentang Syifa Sei Belutu banyak diminati dan laris dipasarkan di Kota Medan. (Ghaniyagazala, 2020)

Namun pada saat melakukan pengamatan awal yang terjadi adalah fasilitas yang kurang nyaman di Donat Kentang Syifa Sei Belutu hal ini di buktikan dengan tidak adanya kursi pelanggan yang di sediakan untuk menunggu pesanan dan areal parkir yang kurang memadai. Selain itu kurangnya karyawan sehingga membuat konsumen harus menunggu cukup lama untuk mendapatkan pesannya sehingga pelayanan tidak baik dan tidak menyediakan untuk makan ditempat pada Donat Kentang Syifa Sei Belutu.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk membuat penelitian : **“Pengaruh Bukti Fisik (*Physical Evidence*) dan Orang (*People*) Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Donat Kentang Syifa Sei Belutu”**

1.2 Identifikasi Masalah

Adapun identifikasi masalah dalam penelitian ini antara lain, adalah :

1. Fasilitas kurang nyaman di Donat Kentang Syifa Sei Belutu seperti tidak ada kursi pelanggan untuk menunggu pesanan dan areal parkir yang kurang memadai.
2. Terbatasnya jumlah karyawan pada Donat Kentang Syifa membuat konsumen lama menunggu sehingga pelayanan tidak baik.
3. Tidak tersedianya tempat untuk makan di gerai Donat Kentang Syifa Sei Belutu sehingga berdampak tidak kepuasanya konsumen.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang ada, dapat dilihat bahwa permasalahan yang terkait dengan topik penelitian sangat luas sehingga perlu adanya pembatasan masalah untuk penelitian ini tentang Bukti Fisik, Orang, dan Kepuasan Konsumen. Populasi penelitian ini hanya dilakukan Pada Konsumen Donat Kentang Syifa Sei Belutu.

1.4 Rumusan Masalah

Untuk mencapai tujuan dari masalah yang telah dibatasi diatas, maka dirumuskan masalah dalam formulasi sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh Bukti Fisik Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Donat Kentang Syifa Sei Belutu?

2. Apakah ada pengaruh Orang Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Donat Kentang Syifa Sei Belutu?
3. Apakah ada pengaruh Bukti fisikdan Orang Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Donat Kentang Syifa Sei Belutu?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian yang dilakukan antara lain adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Bukti Fisikterhadap Kepuasan Konsumen Pada Donat Kentang Syifa Sei Belutu.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Orang terhadap Kepuasan Konsumen Pada Donat Kentang Syifa Sei Belutu.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Bukti fisikdan Orang terhadap Kepuasan Konsumen Donat Kentang Syifa Sei Belutu.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini relevan dengan rumusan masalah diatas yakni

1. Manfaat Teoritis, mengaplikasikan kemampuan penulis dalam mengkaji masalah Bukti Fisik dan Orang Terhadap Kepuasan Konsumen Donat Kentang Syifa Sei Belutu
2. Manfaat Praktis, sebagai bahan masukan bagi mahasiswa tentang Bukti fisik dan Orang serta pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen Donat Kentang Syifa Sei Belutu.
3. Manfaat bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi bagi penulisan selanjutnya yang membahas masalah yang sama dimasa yang akan mendatang.

BAB 2

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Kepuasan Konsumen

2.1.1.1 Pengertian Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan hal yang sangat penting dalam suatu usaha, dimana kita tau setiap usaha bertujuan untuk memperoleh keuntungan dengan cara memuaskan produk yang mereka miliki. Menurut Valerie A Zeithaml & Bitner (2014) Kepuasan adalah respon atau tanggapan konsumen mengenai pemenuhan kebutuhan,kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen.

Sedangkan menurut Kasmir (2017 hal 235) kepuasan pelanggan adalah harapan atau perasaan seseorang atas pembelian suatu barang atau jasa yang diharapkan dapat dicapai oleh pelanggan sesuai dengan kenyataannya.

Selanjutnya menurut Tjiptono (Daulay & Al Rany, 2018) satisfaction is seen as one of the dimensions of market performance. Improved customer satisfaction has the potential to lead to long-term and short-term sales growth, as well as market share as a result of repurchase. Dengan kata lain “ Kepuasan dipandang sebagai salah satu dimensi kinerja pasar. Peningkatan kepuasan pelanggan berpotensi menghasilkan pertumbuhan penjualan jangka panjang dan jangka pendek, serta pangsa pasar sebagai akibat dari pembelian kembali.

Dapat disimpulkan dari pengertian diatas bahwa kepuasan konsumen merupakan suatu perasaan atau penilaian emosional dari konsumen atas penggunaan produk ketika harapan dan kebutuhan terpenuhi maka konsumen merasa puas dan jika saat harapan dan kebutuhan lebih rendah maka konsumen tidak merasa puas.

2.1.1.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen

Menurut Jasfar (2012) terdiri dari bebearapa macam faktor dan penjelasan yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan sebagai berikut:

1) Aspek barang dan Jasa

Kepuasan pelanggan terhadap barang dan jasa dipengaruhi secara signifikan oleh penilaian pelanggan terhadap fitur barang dan jasa.

2) Aspek Emosional Pelanggan

Emosi atau perasaan dari pelanggan dapat mempengaruhi persepsinya mengenai tingkat kepuasan terhadap suatu produk. Emosi ini berkaitan dengan suasana hati yang gembira,emosinya akan mempengaruhi persepsinya yang positif terhadap kualitas suatu jasa yang sedang dikonsumsi. Sebaliknya jika suasana hati yang buruk, emosinya akan membawa tanggapan yang buruk terhadap suatu jasa yang sedang dimanfaatkan olehnya walaupun jasa tersebut tidak ada kesalahan sedikitpun.

3) Aspek pengaruh kesuksesan atau kegagalan jasa

Pelanggan terkadang dikagetkan dengan hasil sebuah jasa dimana bisa lebih baik atau lebih buruk yang diharapkan. Biasanya, pelanggan cenderung mencari penyebabnya. Kegiatan pelanggan dalam mencari

penyebab inilah yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan terhadap barang atau jasa.

4) Aspek dan persepsi atas persamaan atau keadilan

Pelanggan akan bertanya-tanya pada diri mereka sendiri. “ apakah saya sudah layani secara adil dibandingkan dengan pelanggan yang lain?”. pemikiran mengenai persamaan dan keadilan ini dapat mengubah persepsi pelanggan pada tingkat kepuasan barang dan jasa.

5) Pelanggan lain, keluarga, dan rekan kerja

Kepuasan pelanggan juga dipengaruhi oleh orang lain. sebagai contoh, Kepuasan terhadap perjalanan liburan keluarga adalah fenomena yang dinamis, dipengaruhi oleh reaksi dan ekspresi kepuasan atau ketidakpuasana anggota keluarga terhadap perjalanan dipengaruhi oleh cerita yang diceritakan kembali diantara keluarga dan memori mengenai suatu peristiwa.

Sedangkan Daryanto (2014) mengemukakan untuk menentukan kepuasan pelanggan, terdapat empat faktor utama yang harus di perhatikan yaitu:

1) Kualitas produk

Konsumen akan merasa puas jika hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

2) Kualitas pelayanan

Konsumen akan merasa puas jika mereka mendapatkan pelayanan yang baik dan sesuai dengan yang diharapkan khususnya pada industri jasa.

3) Emosional

Konsumen akan merasa puas jika mereka mendapatkan keyakinan bahwa orang lain kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan konsumen yang tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan kualitas produk, tetapi nilai sosial yang membuat konsumen menjadi puas terhadap merek tertentu.

4) Harga

Produk yang mampu mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumennya.

2.1.1.3 Elemen Kepuasan Konsumen

Pada umumnya kepuasan konsumen meliputi tujuh elemen utama menurut Tjiptono & Chandra (2011), yaitu:

1) Barang dan jasa berkualitas

Perusahaan ingin menerapkan program kepuasan pelanggan harus memiliki produk berkualitas dan layanan yang baik.

2) Hubungan Pemasaran

Kunci dalam program promosi loyalitas pelanggan adalah upayamenjalani relasi panjang dengankonsumen/pelanggan,dengan asumsi hubungan yang saling menguntungkan dengan konsumen dapat membangun bisnis ulangan dan menciptakan loyalitas pelanggan.

3) Program promosi loyalitas

Program ini memberikan semacam penghargaan khusus (seperti diskon, bonus, voucher, dan hadiah yang berkaitan dengan frekuensi pembelian

pelanggan). Program loyalitas banyak diterapkan untuk menjalin relasi dengan konsumen.

4) Fokus pada pelanggan terbaik (*best costumers*)

Program loyalitas memang beragam bentuknya, namun semuanya memiliki fokus pada pelanggan yang paling berharga.

5) Kinerja / Sistem penanganan keluhan

Perusahaan harus memastikan bahwa barang dan jasa yang dihasilkan benar-benar berfungsi sebagaimana mestinya sejak awal. Setelah itu, jika ada masalah perusahaan segera berusaha memperbaiki lewat sistem penanganan komplain.

6) Jaminan tanpa syarat

Dibutuhkan untuk mendukung kepuasan pelanggan. Garansi merupakan janji eksplisit yang diberikan kepada pelanggan mengenai tingkat kinerja yang diharapkan akan diterima.

7) Program penghargaan

Program kepuasan pelanggan tidak terlepas dari peran Sumber daya manusia organisasi dimana merupakan ujung tombak yang berinteraksi langsung dengan konsumen. Dengan meningkatkan kinerja karyawan maka meningkat pula kepuasan konsumen..

2.1.1.4 Indikator Kepuasan Konsumen

Menurut Tjiptono & Chandra (2011) ada 3 indikator dalam kepuasan konsumen yaitu :

1) Kesesuaian Harapan

Yaitu kesesuaian atau ketidaksesuaian antara harapan konsumen dengan kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan.

2) Minat Pembelian Ulang

Yaitu kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk.

3) Kesediaan Untuk Merekomendasikan

Yaitu kesediaan untuk merekomendasikan produk kepada teman atau keluarganya.

Menurut Arianty (2015) terdapat indikator kepuasan pelanggan sebagai berikut:

- 1) Keandalan (*reliability*)
- 2) Keresponsifan (*responsiveness*)
- 3) Keyakinan (*confidance*)
- 4) Empati (*empaty*)
- 5) Berwujud (*tangibles*)

Sedangkan menurut Setyo (2017) indikator dari kepuasan pelanggan ialah sebagai berikut:

- 1) Terpenuhinya harapan pelanggan.
- 2) Selalu menggunakan produk.
- 3) Merekomendasi ke orang lain.

Suwardi (2011) ada 4 indikator dalam kepuasan pelanggan yaitu:

- 1) Menjadi lebih setia atau menjadi pelanggan yang loyal
- 2) Membeli lebih banyak jika perusahaan memperkenalkan produk atau jasa baru dan menyempurnakan produk yang ada.
- 3) Memberi komentar yang menguntungkan tentang produk perusahaan.
- 4) Kurang memperhatikan produk, dan iklan.

2.1.2 Bukti Fisik (*Physical Evidence*)

2.1.2.1 Pengertian Bukti Fisik

Bukti fisik suatu perusahaan memegang peranan yang besar pada penyajian pelayanan. Berdasarkan karakteristik jasa yang tidak berwujud, konsumen mengalami kesulitan untuk menilai kualitas pelayanan yang disampaikan. Menurut Lupiyoadi (2019) Bukti fisik merupakan lingkungan fisik perusahaan tempat jasa diciptakan dan tempat penyedia jasa konsumen berinteraksi, ditambah unsur berwujud apapun yang digunakan untuk mengkomunikasikan atau mendukung peranan jasa, dan segala komoditas yang bersifat berwujud yang memfasilitasi kinerja atau komunikasi layanan tersebut.

Menurut Kotler & Keller (2012) *Physical Evidence* atau lingkungan fisik merupakan karakteristik yang menjadi bernilai tambah bagi konsumen terhadap perusahaan jasa. Perhatian terhadap perlengkapan, bangunan, dan tata ruang yang lapang menjadi perhatian penting dan mempengaruhi kepuasan konsumen.

Menurut Valarie A Zeithaml, Bitner, & Gremler, (2013) bukti fisik adalah lingkungan dimana saja dapat disampaikan dan perusahaan serta pelanggan berinteraksi, segala komponen yang dapat terlihat yang memfasilitasi kinerja atau komunikasi jasa tersebut.

Dapat disimpulkan dari pengertian diatas bahwa bukti fisik merupakan lingkungan fisik yang diciptakan oleh penyedia jasa untuk konsumen berinteraksi serta dilengkapi fasilitas pendukung sebagai tambahan dan membuat konsumen merasa nyaman dan puas.

2.1.2.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi Bukti Fisik

Ada 3 faktor yang mempengaruhi dalam bukti fisik menurut Valerie A Zeithaml & Bitner(2014):

1) Tampilan luar (*Exterior Appearance*)

Tampilan luar yang meliputi desain gedung luar, papan nama luar, lahan parkir, warna, lingkungan sekitar, dan tampilan luar keseluruhan.

2) Tampilan dalam (*Interior Appearance*)

Tampilan dalam yang meliputi perabotan, papan nama dalam, pencahayaan dalam ruangan, tata ruang kebersihan,suhu, dan tampilan dalam keseluruhan.

3) Wujud lain (*Other Tangibles*)

Wujud lain yang meliputi situs web,pakaian seragam, jaringan, tampilan spanduk (*display banners*), dan hadiah untuk pelanggan.

Sedangkan menurut Tjiptono & Chandra (2011) ada 4 faktor dalam Bukti fisik yaitu:

1) Perencanaan Spesial

Aspek seperti ini mencakup proporsi,tekstur,warna, perlu diintegrasikan dan rancangan secara cermat untuk menstimulasi respon intelektual maupun responemosional dari para pemakai atau orang yang melihatnya.

2) Perencanaan ruangan

Faktor ini mencakup perancangan *interior* dan arsitektur seperti penempatan perabotan dan perlengkapan dalam ruangan, desain aliran sirkulasi dan lain-lain.

3) Perlengkapan

Perlengkapan/perabotan memiliki beberapa fungsi diantaranya sebagai sarana pelindung barang-barang berharga berukuran kecil, sebagai barang pajangan, sebagai tanda penyambutan pelanggan, dan sebagai sesuatu yang menunjukkan status pemilik atau pengguna.

4) Tata cahaya

Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam mendesain tata cahaya adalah cahaya di siang hari (*day lighting*), warna, jenis dan sifat aktivitas yang dilakukan di dalam ruangan, persepsi penyedia jasa, ketajaman penglihatan, dan suasana yang diinginkan.

2.1.2.3 Tipe Bukti Fisik

Menurut Lupiyoadi (2019), ada 2 tipe bukti fisik, yaitu:

- 1) *Essential evidence* (Bukti Penting), merupakan keputusan – keputusan dibuat oleh pemberi jasa mengenai desain dan layout dari gedung, ruang, dan lain-lain.
- 2) *Peripheral evidence* (Bukti Pendukung), merupakan nilai tambah yang bila berdiri sendiri tidak akan berarti apa-apa. Jadi hanya berfungsi sebagai pelengkap saja, sekalipun demikian peranannya sangat penting dalam proses produksi jasa.

Menurut Khairina (2016) bahwa perusahaan melalui tenaga pemasarannya menggunakan tiga cara mengelolah bukti fisik yang startegis, yaitu :

- 1) *An attention-creating medium*, perusahaan jasa melakukan diferensiasi dengan pesaing membuat sarana dan prasarana semenarik mungkin untuk menjaring pelanggan dan target pasarnya.
- 2) *As a messege-creating medium*, menggunakan simbol atau isyarat untuk mengkomunikasikan secara intensif kepada audiens mengenai ke khususan kualitas dari produk jasa.
- 3) *An effect-creating medium*, terciptanya baju seragam yang berwarna, bercorak, suara dan desain untuk menciptakan sesuatu yang lain dari jasa yang ditawarkan.

2.1.2.4 Indikator Bukti Fisik

Bauran pemasaran jasa memiliki beberapa unsur salah satunya adalah bukti fisik. Dalam suatu usaha penting memiliki bukti fisik agar dapat membuat konsumen puas oleh suatu perusahaan. Oleh karena itu suatu usaha harus bisa memilih indikator-indikator yang tepat dalam bukti fisik. Lupiyoadi (2019) untuk mengukur bukti fisik ada 4 indikator yaitu:

- 1) Pencahayaan dan warna

Menggunakan warna-warna cerah serta pencahayaan yang cukup terang, namun tidak membuat mata konsumen menjadi silau saat melihat. Selain itu posisi lampu juga harus disusun sedemikian rupa agar bisa menerangi ruangan, tetapi tidak mengurangi rasa nyaman pelanggan.

- 2) Alunan suara

Dalam menjalankan usahanya harus menyajikan layanan musik untuk memanjakan pelanggan. Membuat pilihan musik yang didasarkan pada lagu-lagu yang populer saat ini, baik lokal maupun dalam negeri.

3) Aroma

Untuk lebih memaksimalkan kepuasan pelanggan juga membuat suasana ruangan yang wangi. Keharuman ini berasal dari pewangi ruangan dan pembersih lantai yang mengandung pewangi

4) Tata letak tempat

Membuat tata letak tampilan dalam seperti meja, kursi dan tampilan yang ada pada suatu ruangan harus disusun dengan sedemikian rupa agar membuat konsumen tertarik.

Menurut (Tjiptono, 2014) terdapat 3 indikator dalam bukti fisik (*Physical evidence*) yaitu:

- 1) Fasilitas fisik.
- 2) Pegawai.
- 3) Sarana Komunikasi.

Assauri (2010) Indikator untuk mengukur variabel bukti fisik (*Physical evidence*) dapat dinilai dengan cara sebagai berikut:

- 1) Lingkungan, yaitu dengan kondisi yang nyaman serta menarik pada internal maupun eksternal usaha.
- 2) Tata letak, yaitu berkaitan dengan penataan lokasi yang baik dan enak dilihat.
- 3) fasilitas Tambahan, yaitu dengan memberikan fasilitas-fasilitas pendukung untuk memberikan kenyamanan bagi konsumen.

2.1.3 Orang (*People*)

2.1.3.1 Pengertian Orang (*People*)

Semua karyawan yang berhubungan dengan konsumen dapat disebut sebagai penjual. Dengan kata lain, dalam pengertian yang lebih luas, pemasaran merupakan pekerjaan semua personel dalam suatu perusahaan. Oleh karena itu semua pelaku karyawan jasa harus dioorientasikan kepada konsumen. Menurut (Daulay & Manaf, 2017) orang adalah semua pelaku yang mempermainkan peranan dalam penyedia jasa sehingga dapat mempengaruhi persepsi pelanggan.

Selanjutnya Valerie A Zeithaml & Bitner (2014) bahwa orang adalah semua manusia yang berperan memainkan bagian dalam pelayanan yang dapat mempengaruhi persepsi pembeli, yakni personel perusahaan, pelanggan, dan pelanggan lain dalam lingkungan jasa.

Lalu menurut Kotler & Keller (2012) mendefinisikan bahwa orang mencerminkan, sebagian pemasaran internal dan fakta bahwa karyawan sangat penting untuk keberhasilan pemasaran. Pemasaran akan baik jika orang didalam suatu perusahaan mencerminkan bahwa pemasar harus memandang konsumen sebagai orang untuk memahami kehidupan mereka secara luas.

Dapat disimpulkan dari pengertian diatas bahwa orang adalah semua manusia yang berperan dalam pelayanan serta yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

2.1.3.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi Orang (*People*)

Faktor yang dapat mempengaruhi orang terdiri dari dua aspek menurut (Huriyatih, 2010):

1) Pelayanan

Melalui proses layanan yang baik, sigap, simpatik, cermat dan akurat bisa mewujudkan kepuasan serta kesetiaan para pelanggan terhadap perusahaan yang hendak meningkatkan citra (*image*) perusahaan.

2) Pelanggan

Faktor lain yang mempengaruhi adalah hubungan yang ada diantara para pelanggan. Pelanggan dapat memberikan persepsi kepada konsumen.

Menurut Pratiwi et al., (2018) faktor penting dalam *People* adalah sebagai berikut:

1) Sikap (*Attitude*)

Sangat penting diaplikasikan dalam berbagai bentuk seperti, penampilan karyawan, suara dalam berbicara, ekspresi wajah, dan tutur kata.

2) Motivasi Karyawan

Untuk mewujudkan penyampaian pesan dan jasa yang ditawarkan pada level yang diekspektasikan.

Hubungan dengan pemasaran jasa, “orang” yang berfungsi sebagai penyedia jasa sangat mempengaruhi kualitas jasa yang diberikan. Faktor yang dapat mempengaruhi dan berhubungan dengan “orang” menurut (Lupiyoadi, 2019):

- 1) Seleksi
- 2) Pelatihan
- 3) Motivasi
- 4) Manajemen sumber daya manusia

2.1.3.3 Elemen Orang

Elemen *people* pada dasarnya memiliki kaitan erat dengan dengan kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Berkaitan dengan hal tersebut (Sugiarto & Endar, 2002) menyatakan bahwa kemampuan petugas melakukan pelayanan dapat memberikan kepuasan konsumen, jika memenuhi beberapa kriteria yang dikenal dengan CTARN, yaitu: kecepatan, ketepatan, keamanan, keramahan, dan kenyamanan

- 1) Cepat, yang dimaksud dengan kecepatan di sini adalah waktu yang digunakan dalam melayani konsumen minimal sama dengan batas waktu dalam standar pelayanan yang ditentukan oleh perusahaan.
- 2) Tepat, Kecepatan tanpa ketepatan dalam bekerja tidak menjamin kepuasan konsumen, karena tidak dapat memenuhi keinginan dan harapan konsumen. Oleh karena itu, ketepatan sangat penting penting dalam pelayanan.
- 3) Aman, Dalam melayani konsumen, para petugas pelayanan harus memberikan perasaan aman pada konsumen. Tanpa perasaan aman didalam hati konsumen akan berpikir dua kali jika harus kembali ke tempat tersebut.
- 4) Ramah, Dalam pelayanan umumnya masih menggunakan perasaan dan mencapuradukan antara kepentingan melayani dan perasaan sendiri. Jika penjual tersebut ramah tamah secara profesional terhadap pelanggan , sehingga perusahaan dapat lebih meningkatkan hasil penjualan karena kepuasan pelanggan yang akan membuat pelanggan menjadi loyal.

- 5) Nyaman, Jika rasa nyaman dapat diberikan pada pelanggan, maka pelanggan akan berulang kali menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan.

2.1.3.4 Indikator Orang

Menurut Lupiyoadi (2019) ada 4 indikator orang yaitu :

- 1) *Contactors*, “Orang” berinteraksi langsung dengan konsumen dalam frekuensi yang cukup sering dan sangat mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli.
- 2) *Modifiers*, “Orang” tidak secara langsung memengaruhi konsumen, tetapi cukup sering berhubungan dengan konsumen.
- 3) *Influencers*, “Orang” memengaruhi konsumen dalam keputusan untuk membeli. Tetapi tidak secara langsung melali kontak dengan konsumen.
- 4) *Isolateds*, “Orang” tidak secara langsung ikut serta dalam bauran pemasaran dan juga tidak sering bertemu dengan konsumen.

Selain itu ada empat indikator dalam *people* (Gasperz, 2012) yaitu:

- 1) Keramahan karyawan.
- 2) Kecepatan karyawan.
- 3) Kesungguhan karyawan.
- 4) Kemampuan komunikatif karyawan.

Menurut (Fahmi, 2011) Terdapat 3 Indikator yang dapat mendukung Orang yaitu :

- 1) Kompetensi, yaitu mampu melakukan tugas dengan handal dan sesuai dengan bidang keahlian masing-masing.
- 2) Selektif, yaitu sebelum penyaji jasa diperkerjakan harus memenuhi syarat yang telah ditentukan oleh perusahaan masing-masing.
- 3) Komunikatif, yaitu yang menyajikan jasa akan selalu memberi informasi penting yang akan disampaikan.

2.2 Kerangka Berpikir

2.2.1 Pengaruh Bukti Fisik (*Physical Evidence*) terhadap Kepuasan Konsumen

Fasilitas fisik yang memadai seperti perlengkapan, peralatan serta ruangan yang nyaman membuat konsumen merasa puas. *Physical Evidence* atau lingkungan fisik merupakan karakteristik yang menjadi bernilai tambah bagi konsumen terhadap perusahaan jasa. Perhatian terhadap perlengkapan, bangunan, dan tata ruang yang lapang menjadi perhatian penting dan mempengaruhi kepuasan konsumen. (Kotler & Keller, 2012)

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Iffan et al., (2018) yang menyimpulkan bahwa adanya pengaruh signifikan antara bukti fisik terhadap kepuasan konsumen di Hotel Santika Bandung, Permatasari & Basuki (2018) yang menyimpulkan bahwa ada pengaruh *Physical Evidence* Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Salon Nico Sawojajar Malang, dan juga Putra & Sulistyawati (2012) menyimpulkan bahwa ada pengaruh signifikan antara Bukti Fisik (*Physical Evidence*) Terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah BPRS Suriyah KC Semarang.

Pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan konsumen produk atau jasa dapat dilihat paradigma penelitian sebagai berikut:



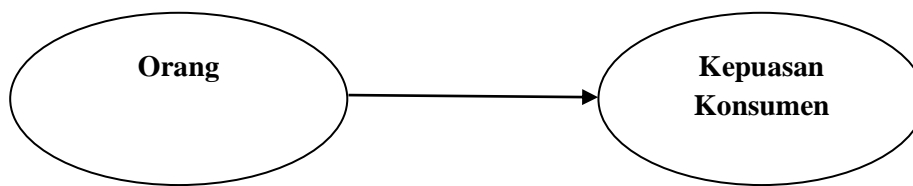
Gambar 2.1
Pengaruh Bukti fisik Terhadap Kepuasan Konsumen

2.2.2 Pengaruh Orang (*People*) Terhadap Kepuasan Konsumen

People (orang), faktor tersebut dalam pelayanan suatu perusahaan sangat penting kedudukannya, sebab bagaimanapun juga pelayanan perusahaan yang bermutu perlu memiliki karyawan-karyawan yang profesional. Bahwa *people* (kemampuan karyawan) merupakan unsur vital dalam bauran pemasaran karena didalan industri jasa setiap orang (karyawan) merupakan “*parrrtime marketer*”. Setiap organisasi jasa yang memiliki tingkat kontak tinggi dengan pelanggan harus jelas menentukan apa yang diharapkan dari setiap karyawan dalam berinteraksi dengan pelanggan agar tercapainya kepuasan konsumen. (Tjiptono, 2014)

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Setianto et al., (2020) yang menyimpulkan bahwa adanya pengaruh signifikan antara *People* Terhadap Kepuasan Konsumen PT Kereta Commuter, Indonesia (KCI) , Gultom et al., (2014) yang menyimpulkan bahwa adanya pengaruh signifikan antara Orang terhadap kepuasan konsumen Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, dan Radiman et al., (2018) yang menyimpulkan bahwa orang memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen mahasiswa.

Pengaruh Orang terhadap kepuasan konsumen dapat dilihat pada paradigma penelitian berikut ini:



Gambar 2.2
Pengaruh Orang (*People*) Terhadap Kepuasan Konsumen

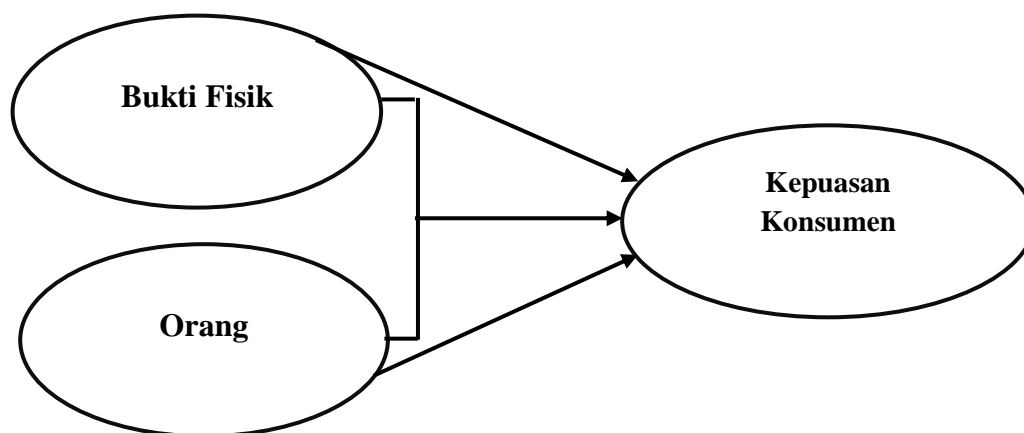
2.2.3 Pengaruh Bukti Fisik (*Physical Evidence*) dan Orang (*People*) terhadap Kepuasan Konsumen

Semakin ketatnya persaingan karena semakin banyak perusahaan yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, menyebabkan perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan konsumen. bauran pemasaran jasa adalah salah satu strategi yang di terapkan perusahaan untuk pemenuhan kebutuhan dan keinginan sehingga dapat memberikan kepuasan konsumen diantaranya yaitu bukti fisik dan orang. (Soegoto, 2010)

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Amalia & Novianti (2016) yang menyimpulkan adanya pengaruh signifikan antara bukti fisik dan orang terhadap kepuasan konsumen pada Warung Kanasha Di Kota Langsa, Lisarini & Ningtyas (2014) yang menyimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara bukti fisik dan orang terhadap kepuasan pelanggan di Sweetbery Agrowisata Cipanas, dan juga Setianingsih (2017) yang menyimpulkan bahwa ada pengaruh signifikan antara bukti fisik (*Physical evidence*) dan Orang (*People*) Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pondok Angkringan Teek Jember.

Dari penjelasan di atas dapat dilihat pengaruh positif antara Bukti Fisik dan Orang dengan kepuasan konsumen. Pengaruh Bukti fisik dan Orang terhadap

Kepuasan konsumen dapat dilihat pada paradigma penelitian berikut ini:



Gambar 2.3
Kerangka Konseptual

2.3 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan, dikatakan jawaban sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan. Berdasarkan kerangka konseptual maka hipotesis di rumuskan sebagai berikut:

1. Ada pengaruh Bukti Fisik (*Physical Evidence*) terhadap Kepuasan Konsumen Pada Donat Kentang Syifa Sei Belutu.
2. Ada pengaruh Orang (*People*) terhadap Kepuasan Konsumen Donat Pada Kentang Syifa Sei Belutu.
3. Ada pengaruh Bukti Fisik (*Physical Evidence*) dan Orang terhadap Kepuasan Konsumen Pada Donat Kentang Syifa Sei Belutu.

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan asosiatif kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2018) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan filsafat, positivisme digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian.

3.2 Definisi Operasional

Defenisi operasional adalah suatu usaha yang dilakukan untuk meneliti variabel-variabel dengan konsep yang berkaitan dengan permasalahan penelitian dan mempermudah pemahaman dalam penilitian ini. Dalam penelitian ini yang menjadi definisi operasional adalah:

Tabel 3.1
Defenisi Operasional

No	Variabel	Defenisi Operasional	Indikator
1.	Kepuasan Konsumen (Y)	Kepuasan pelanggan adalah harapan atau perasaan seseorang atas pembelian suatu barang atau jasa yang diharapkan dapat dicapai oleh pelanggan sesuai dengan kenyataannya berbagai macam.(Kasmir, 2017)	1. Kesesuaian Harapan 2. Minat Pembelian Ulang 3. Kesiapan Untuk Merekomendasikan (Tjiptono & Chandra, 2011)
2	Bukti Fisik (X1)	Bukti fisik merupakan lingkungan fisik perusahaan tempat jasa diciptakan dan tempat penyedia jasa konsumen berinteraksi, ditambah unsur berwujud apapun yang digunakan untuk mengkomunikasikan atau mendukung peranan jasa itu. (Lupiyoadi, 2019)	1. Fasilitas fisik 2. Pegawai 3. Sarana Komunikasi (Tjiptono & Chandra, 2011)
3	Orang (X2)	Orang adalah semua manusia yang berperan memainkan bagian dalam pelayanan yang dapat mempengaruhi persepsi pembeli, yakni personel perusahaan, pelanggan, dan pelanggan lain dalam lingkungan jasa (Zeithaml, Valarie A 2013)	1. Kompetensi 2. Selektif 3. Komunikatif (Fahmi, 2011)

3.3 Tempat dan Waktu Penelitian

3.3.1 Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Donat Kentang Syifa Sei Belutu yang beralamatkan di Jalan Setia Budi No75, Tj. Rejo, Kec. Medan Sunggal, Kota Medan.

3.3.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan dari bulan Januari 2021 sampai dengan Juli 2021.

Tabel 3.2
Jadwal Kegiatan

No	Jenis Kegiatan	2021																									
		Januari				Februari				Maret				April				Mei				Juni				Juli	
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2
1	Penelitian Awal	■	■	■	■																						
2	Pengajuan Judul					■	■	■	■																		
3	Penyusunan Proposal									■	■	■	■														
4	Seminar Proposal													■	■												
5	Pengumpulan Data															■	■	■	■								
6	Penyusunan Skripsi																	■	■	■	■	■	■				
7	Sidang meja hijau																									■	■

3.4 Teknik Pengambilan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2018 hal 126) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan konsumen Donat Kentang Syifa Sei Belutu yang pernah membeli pada gerai Donat Kentang Syifa Sei Belutu yang berjumlah 7.800 konsumen dalam satu bulan.

3.4.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2018 hal 127) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut. Dikarenakan keterbatasan waktu dan

banyaknya konsumen Donat Kentang Syifa Sei Belutu, maka yang menjadi sampel dalam penelitian ini hanya sebahagian dari konsumen Donat Kentang Syifa Sei Belutu yang pernah membeli Donat Kentang Syifa Sei Belutu.

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *simple random sampling* (Sampel acak sederhana) yaitu cara pengambilan sampel secara acak dengan benar-benar memberikan peluang yang sama untuk mendapatkan besaran jumlah sampel dalam penelitian. (Sugiyono, 2018)

Banyaknya jumlah populasi sehingga untuk mengukur pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode *accidental sampling*, *accidental sampling* adalah metode penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sampel, bila dipandang orang, yang kebetulan ditemui sesuai sebagai sumber data. Sampel ini dibatasi hanya pada konsumen yang membeli Donat Kentang Syifa Sei Belutu. Rumus Slovin yang digunakan untuk menghitung besar sampel yang diperlukan dalam penelitian yaitu (Sugiyono, 2018):

$$\mathbf{n} = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

Dimana :

- n : Jumlah sampel yang diperlukan
- N : Jumlah populasi
- e : Tingkat kesalahan sampel

$$\mathbf{n} = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

$$\mathbf{n} = \frac{7800}{1 + 7800(0,1)^2}$$

$$\mathbf{n} = 98,73$$

$$\mathbf{n} = 99$$

Jadi, jumlah responden yang diambil minimal 99 Konsumen Pada Donat Kentang Syifa SeiBelutu.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara sebagai berikut:

1. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus di teliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah responden nya sedikit/kecil. (Sugiyono, 2018 hal 195)
2. Angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2018 hal 199). Skala yang digunakan adalah skalalikert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat atau persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.(Sugiyono, 2018 hal 146)

Tabel 3.3
Skala Likert

No	Skala	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Kurang Setuju (KS)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

(Sugiyono, 2018)

Untuk menguji apakah instrumen yang diukur sudah cukup layak digunakan sehingga mampu menghasilkan data yang akurat sesuai dengan tujuan pengukurannya dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas.

3.5.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah penelitian dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen sebagai alat ukur yang digunakan untuk mengukur (mendapatkan data) valid. Prinsip validitas adalah kecermatan data dan ketelitian. Instrumen dinyatakan valid jika mampu mengungkapkan data dengan tepat dan juga memberikan gambaran yang cermat mengenai data tersebut.

Berikut rumus yang digunakan untuk uji validitas:

$$r_{xy} = \frac{n\sum XiYi - (\sum Xi)(\sum Yi)}{\sqrt{\{n\sum X^2i - (\sum Xi)^2\} - \{n\sum Yi^2 - (\sum Yi)^2\}}}$$

(Sugiyono, 2018)

Keterangan :

- N : Banyaknya pasangan pengamatan
- $\sum x_i$: Jumlah butir pengamatan variabel (x)
- $\sum y_i$: Jumlah butir pengamatan variabel (y)
- $(\sum x_i^2)$: Jumlah kuadrat pengamatan variabel (x)
- $(\sum y_i^2)$: Jumlah kuadrat pengamatan variabel (y)
- $(\sum x_i)^2$: Kuadrat jumlah pengamatan variabel (x)
- $(\sum y_i)^2$: Kuadrat jumlah pengamatan variabel (y)
- $\sum x_i y_i$: Jumlah hasil perkalian x dan y

Kriteria pengujian Validitas Instrumen

- 1) Jika $\text{sig } 2 \text{ tailed} < \alpha 0,005$, maka butir instrumen tersebut valid.
- 2) Jika $\text{sig } 2 \text{ tailed} > \alpha 0,005$, maka butir instrumen tersebut tidak valid.

Tabel 3.4
Tabel Uji Validitas Kepuasan Konsumen (Y)

Pernyataan	Nilai Korelasi	Probabilitas	Keterangan
Pernyataan 1	0,475	0,000<0,05	Valid
Pernyataan 2	0,810	0,000<0,05	Valid
Pernyataan 3	0,871	0,000<0,05	Valid
Pernyataan 4	0,410	0,000<0,05	Valid
Pernyataan 5	0,316	0,000<0,05	Valid
Pernyataan 6	0,448	0,000<0,05	Valid

Sumber : Hasil Penelitiain (2021)

Dari tabel 3.4 diketahui bahwa nilai validitas untuk masing-masing pernyataan dari perhitungan diperoleh nilai validitas yang paling tinggi terdapat pada nomor 3 dengan skor total 0,871. Semua pernyataan valid dan bisa digunakan untuk penelitian

Tabel 3.5
Uji Validitas Variabel Bukti Fisik (X1)

Pernyataan	Nilai Korelasi	Probabilitas	Keterangan
Pernyataan 1	0,395	0,000<0,05	Valid
Pernyataan 2	0,595	0,000<0,05	Valid
Pernyataan 3	0,694	0,000<0,05	Valid
Pernyataan 4	0,701	0,000<0,05	Valid
Pernyataan 5	0,680	0,000<0,05	Valid
Pernyataan 6	0,488	0,000<0,05	Valid

Sumber : Hasil Penelitian (2021)

Dari tabel 3.5 diketahui bahwa nilai validitas untuk masing-masing pernyataan dari perhitungan diperoleh nilai validitas yang paling tinggi terdapat pada nomor 4 dengan skor total 0,701. Semua pernyataan valid dan bisa digunakan untuk penelitian.

Tabel 3.6
Tabel Uji Validitas Orang (People) (X2)

Pernyataan	Nilai Korelasi	Probabilitas	Keterangan
Pernyataan 1	0,832	0,000<0,05	Valid
Pernyataan 2	0,916	0,000<0,05	Valid
Pernyataan 3	0,895	0,000<0,05	Valid
Pernyataan 4	0,621	0,000<0,05	Valid
Pernyataan 5	0,895	0,002<0,05	Valid
Pernyataan 6	0,378	0,000<0,05	Valid

Sumber : Hasil Penelitian (2021)

Dari tabel 3.6 diketahui bahwa nilai validitas untuk masing-masing pernyataan dari perhitungan diperoleh nilai validitas yang paling tinggi terdapat pada nomor 2 dengan skor total 0,916. Semua pernyataan valid dan bisa digunakan untuk penelitian.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat ukur yang sama pula (Siregar, 2013). Pengujian reliabilitas menggunakan teknik *Cronbach Alpha* Yaitu sebagai berikut:

$$r = \left[\frac{K}{(k-1)} \right] - \left[1 - \left[\frac{\sum \sigma b^2}{\sigma^2 i} \right] \right]$$

(Sugiyono, 2016)

Keterangan:

- r : Reliabilitas Instrumen
- k : Banyaknya butir pernyataan
- $\sum \sigma^2 b$: Jumlah butir pernyataan
- $\sigma^2 i$: Varians butir pernyataan

Dalam menetapkan setiap pertanyaan dalam kategori reliabel menurut Siregar (2013 hal 175) kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai koefisien reliabilitas *cronbach alpha* > 0,6 maka instrumen dinyatakan reliabel (terpercaya)
2. Jika nilai koefisien reliabilitas *cronbach alpha* < 0,6 maka instrumen dinyatakan tidak reliabel (tidak terpercaya)

Tabel 3.7
Tabel Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	R Tabel	Keterangan
Kepuasan Konsumen (Y)	0,636	0,6	Reliabel
Bukti Fisik (X1)	0,631		Reliabel
Orang (<i>People</i>) (X2)	0,699		Reliabel

Sumber : Hasil Penelitian (2021)

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa semua variabel penelitian reliabel karena nilai Cronbachs Alpha > 0,060.

3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kuantitatif, yaitu menguji dan menganalisis data dengan perhitungan angka-angka dan kemudian menarik kesimpulan dari pengajuan tersebut dengan rumus-rumus dibawah ini :

3.6.1 Regresi Linear Berganda

Analisis linear berganda untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX_1 + bX_2 + e$$

(Sugiyono,2016)

Keterangan:

Y	: Kepuasan Konsumen
a	: Konstanta
b_1 dan b_2	: Besaran dan koefisien regresi dari masing-masing variabel
X_1	: Pengaruh Bukti Fisik
X_2	: Pengaruh Orang
e	: eror

3.6.2 Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk menganalisis apakah ada model regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah model terbaik. Jika model regresi linear berganda baik, maka hasil regresi linear berganda layak dijadikan sebagai rekomendasi untuk pengetahuan atau untuk tujuan masalah praktis. Uji asumsi klasik terbagi menjadi 3 yaitu :

3.6.2.1 Uji Normalitas

Menurut Gujarati (Juliandi, Irfan, & Manurung, 2015) Uji Normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal. Uji normalitas ini memiliki dua cara untuk menguji apakah distribusi data normal atau tidak, yaitu melalui pendekatan hitogram dan pendekatan grafik. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Pada pendekatan hitogram data berdistribusi normal apabila distribusi data tersebut tidak melenceng ke kiri atau melenceng ke kanan. Pada pendekatan grafik, data berdistribusi normal apabila titik mengikuti data disepanjang diagonal.

3.6.2.2 Uji Multikolinieritas

Menurut Gujarati (Juliandi et al., 2015) Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah ada model regresi ditemukan adanya korelasi yang kuat dan tinggi diantara variabel independen. Apabila terdapat korelasi antar variabel bebas, maka terjadi multikolinieritas, demikian sebaliknya. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen dan nilai toleransi. Batasan umum yang dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai toleransi $< 0,10$ atau sama dengan $VIF > 10$.

3.6.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Gujarati (Juliandi et al., 2015) Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dan residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Menurut Santoso (Juliandi et al., 2015) Jika tidak ada pola yang jelas serta, titik –titik menyebar dibawah dan di atas angka 0 pada sumbu Y. maka tidak terjadi heteroskedastisitas dapat diketahui

dengan melihat grafik scatterplot antar nilai residualnya. Dasar analisis yang dapat digunakan untuk menentukan heteroskedastisitas antara lain:

- 1) Jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang melebar kemudian menyempit). Maka telah terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas seperti titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.6.3 Uji Hipotesis

3.6.3.1 Uji t (Uji Parsial)

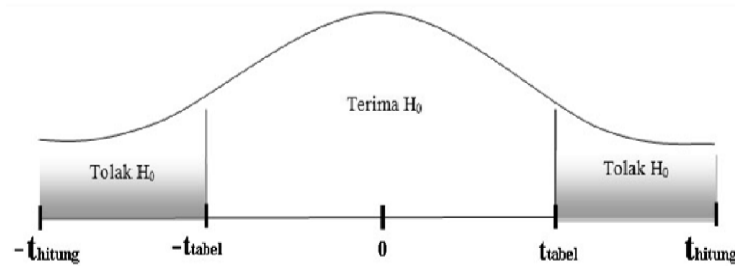
Dapat digunakan untuk menguji koefisien regresi secara individual. pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah secara parsial masing-masing variabel bebas mempunyai pengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel terikat. Setelah didapat nilai t hitung maka selanjutnya nilai t hitung dibandingkan dengan t tabel. Untuk menguji signifikan hubungan, di gunakan rumus uji statistik sebagai berikut:

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

(Sugiyono, 2016)

Keterangan :

- t : Nilai t hitung
- r : Koefisien korelasi
- n : Jumlah anggota sampel



Gambar 3.1 Kriteria Pengujian Hipotesis Uji t

Kriteria pengujian:

- a. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak menunjukkan ada pengaruh signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat.
- b. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima menunjukkan tidak ada pengaruh signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

3.6.3.2 Uji F (Uji Simultan)

Uji F atau disebut juga dengan uji signifikan serentak dimaksudkan untuk melihat kemampuan menyeluruh dari variabel bebas yaitu X_1 dan X_2 untuk dapat Y . Uji f juga dimaksudkan untuk mengetahui apakah semua variabel memiliki koefisien regresi sama dengan nol. Nilai f hitung ditentukan dengan rumus sebagai berikut:

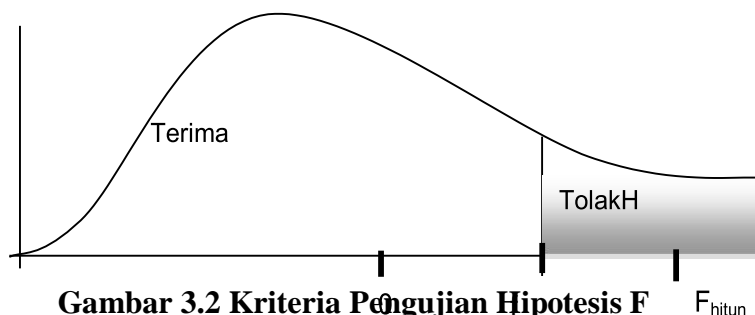
$$F_h = \frac{R^2 / (k-1)}{(1-R^2) / (n-k)}$$

(Sugiyono, 2018)

Keterangan :

- R^2 : Koefisien korelasi ganda
- K : Jumlah variabel independen
- n : Jumlah anggota sampel
- F : F hitung yang selanjutnya dibandingkan dengan F tabel

Pengujian Hipotesis :



Gambar 3.2 Kriteria Pengujian Hipotesis F F_{hitun}

Kriteria pengujian:

- a. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak, menunjukkan ada pengaruh signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat.
- b. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima menunjukkan tidak ada pengaruh signifikan antara variabel bebas dan variabel terikat.

3.6.3.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Sugiyono (2018, hal 270) Koefisien determinasi digunakan untuk mempengaruhi apakah ada pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat yaitu dengan mengkuadratkan koefisien yang ditemukan yaitu dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$D = R^2 \times 100\%$$

(Sugiyono, 2018)

Keterangan:

- D : Determinasi
 R : Nilai koefisien Berganda
 100 % : Presentase kontribusi.

BAB 4
HASIL PENELITIAN

4.1 Deskripsi Data

4.1.1 Deskripsi Data Penelitian

Pada penelitian ini penulis mengelolah data angket yang terdiri dari 6 pernyataan untuk variabel bukti fisik, 6 pernyataan untuk variabel Orang (*People*) dan 6 pernyataan untuk variabel kepuasan konsumen (Y). Angket ini yang disebarkan ini diberikan kepada 99 orang yang membeli Donat Kentang Syifa Sei Belutu sebagai sampel penelitian dengan menggunakan skala *likert ceklis*.

4.1.2 Identitas Responden

Dalam menyebarkan angket yang penulis lakukan terhadap 99 responden, tentu memiliki perbedaan karakteristik baik itu secara jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan penghasilan Oleh karena itu perlu adanya pengelompokan untuk masing-masing identitas pribadi para responden.

Data kuesioner yang disebarkan diperoleh beberapa karakteristik responden, yakni jenis kelamin, usia, pendidikan dan pekerjaan. Tabel-tabel dibawah ini akan menjelaskan karakteristik responden penelitian.

Tabel 4.1
Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		Jenis Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	CumulativePercent
Valid	Laki – laki	47	47,5	47,5	47,5
	Perempuan	52	52,5	52,5	100,0
	Total	99	100,0	100,0	

Sumber : Data Penelitian (2021)

Dari tabel 4.1 diketahui bahwa presentase responden penelitian ini terdiri dari 52 (52,5%) perempuan dan laki-laki sebanyak 47 (47,5%) orang. Bisa di tarik kesimpulan bahwa yang menjadi mayoritas responden adalah perempuan. Hal ini mengartikan bahwa konsumen Donat Kentang Syifa Sei Belutu perempuan yang dominan sering membeli Donat Kentang Syifa Sei Belutu karena perempuan lebih suka makanan yang manis. Sedangkan laki – laki tidak terlalu menyukai makanan yang manis.

Tabel 4.2
Distribusi Responden Berdasarkan Usia

Usia					
		Frequency	Percent	Valid Percent	CumulativePercent
Valid	15 - 20 TAHUN	14	14,1	14,1	14,1
	20 - 30 TAHUN	42	42,4	42,4	56,6
	30 - 40 TAHUN	33	33,3	33,3	89,9
	45 - 55 TAHUN	10	10,1	10,1	100,0
	Total	99	100,0	100,0	

Sumber : Data Penelitian (2021)

Dari tabel 4.2 diatas bisa dilihat bahwa persentase responden terdiri dari 42 (42,4%) usia 20 – 30 tahun, 33 (33,3%) usia 30 – 40 tahun, 14 (14,1%) usia 15 – 20 tahun dan 10 (10,1%) usia 45 – 55 tahun. Bisa di tarik kesimpulan bahwa mayoritas yang menyukai Donat Kentang Syifa Sei Belutu yang berusia 20 -30 tahun.

Tabel 4.3
Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan

		Pekerjaan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	CumulativePercent
Valid	Pelajar / Mahasiswa	23	23,2	23,2	23,2
	Pegawai Swasta	33	33,3	33,3	56,6
	Wiraswasta	31	31,3	31,3	87,9
	Pegawai Negeri Sipil	5	5,1	5,1	92,9
	Dan lain – lain	7	7,1	7,1	100,0
	Total	99	100,0	100,0	

Sumber : Data Penelitian (2021)

Dari tabel 4.3 diketahui bahwa persentase responden terdiri dari Pegawai Swasta 33 (33,3%), Wiraswasta 31 (31,3%), Pelajar / Mahasiswa 23 (23,2%) , Dan lain – lain 7 (7,1%) dan Pegawai Negeri Sipil 5 (5,1%) Hal ini menunjukkan bahwa konsumen Donat Kentang Syifa Sei Belutu lebih banyak menyukai Donat Kentang Syifa Sei Belutu bekerja sebagai Pegawai Swasta. Dengan demikian bahwa konsumen Donat Kentang Syifa Sei Belutu memiliki karakteristik pekerjaan cukup tinggi.

Tabel 4.4
Distribusi Responden Berdasarkan Penghasilan

		Penghasilan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rp 2.500.000 - Rp5.000.000	47	47,5	47,5	47,5
	Rp 5.000.000 – Rp7.500.000	28	28,3	28,3	75,8
	Rp7.500.000 – Rp10.000.000	24	24,2	24,2	100,0
	Total	99	100,0	100,0	

Sumber : Data Penelitian (2021)

Dari tabel 4.4diketahui bahwa sebagian besar penghasilan responden adalah Rp2.500.000- Rp5.000.000 yaitu sebanyak 47 orang (47,5%), Rp5.000.000

– Rp 7.500.000 28 (28,3%) dan Rp 7.500.000 – Rp10.000.000 24 (24,2%). Hal ini menunjukkan bahwa konsumen Donat Kentang Syifa Sei Belutu lebih banyak berpenghasilan 2.500.000-5.000.000. Dengan demikian bahwa konsumen Donat Kentang Syifa Sei Belutu memiliki penghasilan yang cukup.

Tabel 4.5
Distribusi Responden Berdasarkan Status Tempat Tinggal

		Status Tempat Tinggal			
		Frequency	Percent	Valid Percent	CumulativePercent
Valid	Tinggal dengan orang tua	27	27,3	27,3	27,3
	Mengontrak	30	30,3	30,3	57,6
	Rumah Sendiri	42	42,4	42,4	100,0
	Total	99	100,0	100,0	

Sumber : Data Penelitian (2021)

Dari tabel 4.5 diketahui bahwa sebagian besar responden adalah memiliki rumah sendiri yaitu sebanyak 42 orang (42,5%), Mengontrak sebanyak 30 orang (30,3%) dan tinggal dengan orang tua 27 orang (27,3%). Hal ini menunjukkan bahwa konsumen Donat Kentang Syifa Sei Belutu lebih banyak memiliki rumah sendiri sehingga dapat dikatakan konsumen Donat Kentang Syifa Sei Belutu adalah konsumen dari ekonomi kecil hingga ekonomi kelas atas.

4.1.3 Deskripsi Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari 3 (tiga) variabel yaitu Kepuasan Konsumen (Y), Bukti Fisik (X1), dan Orang (X2). Deskripsi dari setiap pernyataan menampilkan jawaban setaip responden terhadap setiap item pernyataan yang diberikan kepada responden.

4.1.3.1. Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Berikut ini peneliti menyajikan tabel frekuensi hasil skor jawaban responden tentang Kepuasan konsumen

Tabel 4.6
Tabulasi Jawaban Responden Kepuasan Konsumen

NoItem	Sangat Setuju		Setuju		Kurang Setuju		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	7	7	41	41	36	36	3	3	2	2	99	100
2	18	18	53	53	23	23	5	5	0	0	99	100
3	31	31	55	55	13	13	5	5	2	2	99	100
4	35	35	50	50	9	9	5	5	0	0	99	100
5	24	24	68	68	5	5	2	2	0	0	99	100
6	11	11	46	46	12	12	8	8	1	1	99	100

Sumber: Hasil Penelitian (2021)

Dari data diatas maka dapat diuraikan sebagai berikut :

- 1) Jawaban responden Saat dimakan Donat Kentang Syifa Sei Belutu sangat lembut dan gurih, responden menjawab setuju 41%.
- 2) Jawaban responden tentang Saya merasa puas dengan Donat Kentang Syifa Sei Belutu, responden menjawab setuju 53%.
- 3) Jawaban responden tentang Saya berminat berkunjung kembali di Donat Kentang Syifa Sei Belutu responden menjawab setuju 55%.
- 4) Jawaban responden tentang Saya lebih suka Donat Kentang Syifa Sei Belutu dibanding tempat yang lain, responden menjawab setuju 50%.
- 5) Jawaban responden tentang Saya bersedia untuk merekomendasikan Donat Kentang Syifa Sei Belutu kepada teman dan keluarga, responden menjawab setuju 68%.
- 6) Jawaban responden tentang Saya mengajak teman atau keluarga untuk membeli Donat Kentang Syifa Sei Belutu, responden menjawab setuju 46%.

4.1.3.2. Variabel Bukti Fisik (X1)

Berikut ini peneliti menyajikan tabel frekuensi hasil skor jawaban responden tentang variabel bukti fisik

Tabel 4.7
Tabulasi Jawaban Responden Bukti fisik

No Item	Sangat Setuju		Setuju		Kurang Setuju		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	24	24	62	63	12	12	1	1	0	0	99	100
2	14	14	53	54	29	29	3	3	0	0	99	100
3	15	15	53	54	19	19	10	10	2	2	99	100
4	12	12	52	53	27	27	8	8	0	0	99	100
5	34	34	45	45	16	16	4	4	0	0	99	100
6	29	29	40	40	22	22	7	7	1	1	99	100

Sumber: Hasil Penelitian (2021)

Dari data diatas maka dapat diuraikan sebagai berikut :

- 1) Jawaban responden Menyediakan kursi untuk pelanggan saat menunggu pesanan Donat Kentang Syifa Sei Belutu, responden menjawab setuju 63%.
- 2) Jawaban responden tentang Donat Kentang Syifa Sei Belutu memiliki areal parkir yang memadai, bersih, dan aman, responden menjawab setuju 54%.
- 3) Jawaban responden tentang Penampilan karyawan Donat Kentang Syifa Sei Belutu yang rapi dan bersih, responden menjawab setuju 54%.
- 4) Jawaban responden tentang Donat Kentang Syifa Sei Belutu memiliki karyawan yang ramah dan murah senyum, responden menjawab setuju 53%.
- 5) Jawaban responden tentang Donat Kentang Syifa Sei Belutu menyediakan sarana komunikasi melalui media sosial seperti whatsapp dan nomor

telephone pegawai yang mengantarkan pesanan, responden menjawab setuju 45%.

- 6) Jawaban responden tentang Donat Kentang Syifa Sei Belutubekerjasama dengan pihak gojek dan grabfood, responden menjawab setuju 40%.

4.1.3.3. Variabel Orang (*People*) (X2)

Berikut ini peneliti menyajikan tabel frekuensi hasil skor jawaban responden tentang variabel orang (people)

Tabel 4.8
Tabulasi Jawaban Responden Orang (people) (X2)

No Item	Sangat Setuju		Setuju		Kurang Setuju		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	23	23	67	68	9	9	0	0	0	0	99	100
2	20	20	25	25	3	3	31	31	20	20	99	100
3	7	7	36	36	5	5	31	31	20	20	99	100
4	28	28	49	49	20	20	2	2	0	0	99	100
5	16	16	27	27	7	7	35	35	14	14	99	100
6	12	12	52	53	27	27	8	8	0	0	99	100

Sumber : Hasil Penelitian (2021)

Dari data diatas maka dapat diuraikan sebagai berikut :

- 1) Jawaban responden tentang Karyawan Donat Kentang Syifa Sei Belutu memiliki kemampuan yang baik dalam melaksanakan pekerjaannya, responden menjawab setuju 68%.
- 2) Jawaban responden tentang Karyawan Donat Kentang Syifa Sei Belutu mampu melayani pelanggan dengan baik, responden menjawab tidaksetuju 31%.
- 3) Jawaban responden tentang Karyawan Donat Kentang Syifa Sei Belutu ramah dalam melayani pelanggan. responden menjawab setuju 36%.

- 4) Jawaban responden tentang Karyawan Donat Kentang Syifa Sei Belutu mampu menjelaskan produk dengan baik, responden menjawab setuju 49%.
- 5) Jawaban responden tentang Karyawan memiliki pengetahuan tentang produk Donat Kentang Syifa Sei Belutu, responden menjawab tidak setuju 35%.
- 6) Jawaban responden tentang Karyawan memiliki kinerja yang baik, tertib dan teratur dalam melayani pelanggan Donat Kentang Syifa Sei Belutu, responden menjawab kurang setuju 53%.

4.1.4 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kuantitatif, yaitu menguji dan menganalisis data dengan perhitungan angka-angka dan kemudian menarik kesimpulan dari pengajuan tersebut dengan rumus-rumus dibawah ini :

4.1.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel independen, yaitu bukti fisik, orang (people) dan serta satu variabel dependen yaitu kepuasan konsumen. Adapun rumus dari regresi linier berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e$$

(Sugiyono, 2018)

Tabel 4.9
Tabel Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Konstanta	7.331	2.125		3.449	.001
Bukti fisik (X1)	.600	.075	.631	8.050	.000
Orang (X2)	.500	.056	.139	6.774	.000

Sumber : Hasil Penelitian (2021)

Dari tabel 4.9 diatas diketahui nilai – nilai sebagai berikut :

- 1) Konstanta = 7.331
- 2) Bukti fisik = 0,600
- 3) Orang = 0,500

Hasil tersebut dimasukan ke dalam persamaan regresi linear berganda sehingga diketahui persamaan berikut :

$$Y = 7.331 + 0,600X_1 + 0,500X_2$$

Keterangan :

1. Konstanta sebesar 7.331 menunjukkan bahwa apabila variabel nilai independen dianggap konstan maka kepuasan konsumen Donat Kentang Syifa Sei Belutu meningkat.
2. β_1 sebesar 0,600 dengan arah hubungan positif menunjukkan bahwa apabila bukti fisik mengalami kenaikan maka kepuasan konsumen akan terpenuhi sebesar 0,600 dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan.
3. β_2 sebesar 0,500 dengan arah hubungan positif menunjukkan bahwa apabila orang atau karyawan Donat Kentang Syifa Sei Belutu

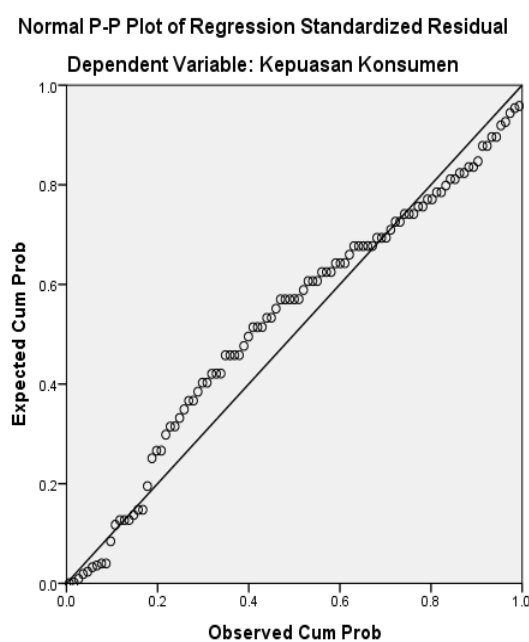
meningkatkan kompetensinya dalam melayani konsumen akan meningkatkan kepuasan konsumen.

4.1.5 Uji Asumsi Klasik

4.1.5.1 Uji Normalitas

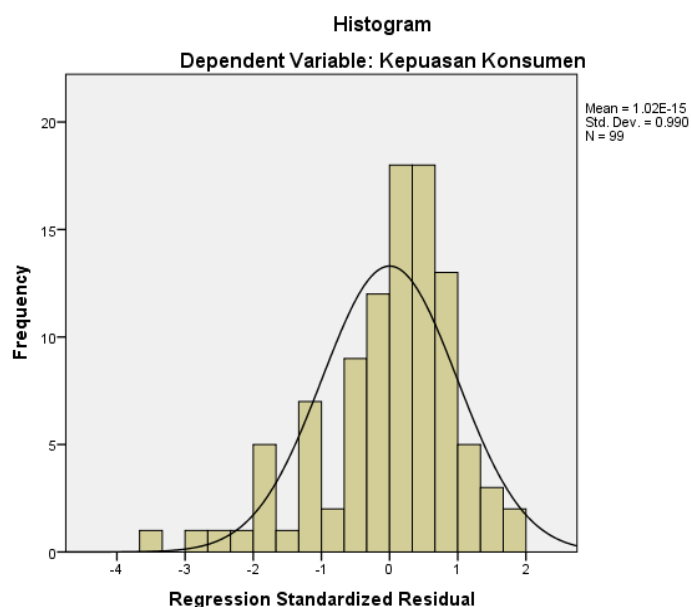
Tujuan dilakukannya uji normalitas tentu saja untuk mengetahui apakah suatu variabel normal atau tidak. Normal disini dalam arti mempunyai distribusi data yang normal. Normal atau tidaknya data berdasarkan patokan distribusi normal data dengan mean dan standar deviasi yang sama. Jadi uji normalitas pada dasarnya melakukan perbandingan antara data yang kita miliki dengan berdistribusi normal yang memiliki mean dan standar deviasi yang sama dengan data.

Untuk mengetahui apakah data penelitian ini memiliki normal atau tidak bisa melihat dari uji normalitas melalui SPSS apakah membentuk data yang normal atau tidak.



Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas
Sumber : Hasil Penelitian (2021)

Berdasarkan gambar 4.1 di atas dapat dilihat bahwa data menyebar mengikuti garis diagonal artinya data antara variabel dependen dan variabel independennya memiliki hubungan atau distribusi yang normal atau memenuhi uji asumsi normalitas.



Gambar 4.2 Grafik Histogram
Sumber : Hasil Penelitian (2021)

Berdasarkan gambar grafik histogram diatas diketahui bahwa data menyebar kesemua daerah kurva normal dan memberikan pola distribusi yang tidak melenceng kekiri dan kekanan, maka dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini memiliki distribusi normal.

4.1.5.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi yang tinggi diantaranya variabel bebas, dengan ketentuan :

- a. Bila Tolerance $< 0,1$ atau sama dengan VIF > 10 maka terdapat masalah multikolinearitas.

- b. Bila Tolerance $> 0,1$ atau sama dengan VIF < 10 maka tidak terdapat masalah multikolinearitas.

Tabel 4.10
Tabel Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Bukti Fisik (X1)	.999	1.001
Orang (X2)	.999	1.001

a. Dependent Variabel: Kepuasan Konsumen

Sumber : Hasil Penelitian (2021)

Berdasarkan tabel 4.10 diatas dapat diketahui bahwa nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) untuk variabel bukti fisik (X₁), sebesar 1,001 dan variabel orang (X₂) sebesar 1,001. Dari masing-masing variabel independen memiliki nilai yang lebih kecil dari nilai 10. Demikian juga nilai *Tolerance* pada variabel bukti fisik (X₁) sebesar 0,999 dan variabel orang (X₂) sebesar 0,999. Dari masing – masing variabel nilai *tolerance* setiap variabel independen lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF lebih kecil dari 10.

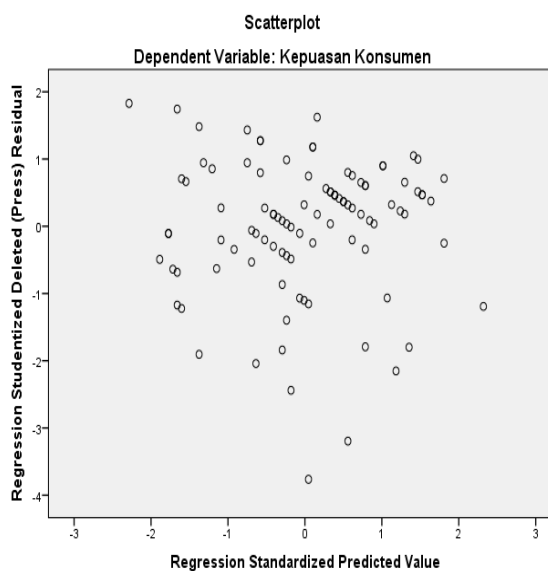
4.1.5.3 Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedasitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *varians* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Untuk mengetahui apakah terjadi atau tidak terjadi heterokedasitas dalam model regresi penelitian ini, analisis yang dilakukan adalah dengan metode informal. Metode informal dalam pengujian heterokedasitas yakni metode grafik dan metode *Scatterplot*. dasar analisis yaitu sebagai berikut :

- 1) Jika ada pola tertentu seperti titik-titik, membentuk suatu pola yang beraturan (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka terjadi

heteroskedastisitas.

- 2) Jika ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar tidak teratur, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.



Gambar 4.3 hasil Uji Heterokedasitas
Sumber : Hasil Penelitian (2021)

Bentuk gambar 4.3 diatas dapat dilihat bahwa penyebaran residual adalah tidak teratur dan tidak membentuk pola. Hal tersebut dapat dilihat pada titik – titik atau plot yang menyebar. Kesimpulan yang bisa diambil adalah bahwa tidak terjadi heterokedasitas.

4.1.6 Pengujian Hipotesis

4.1.6.1 Uji t

Untuk uji t dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui kemampuan dari masing – masing variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen.

Kriteria pengambilan keputusan yaitu sebagai berikut :

- H_0 diterima apabila $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$ Df = n – 2
- H_0 ditolak apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} < -t_{tabel}$

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan SPSS 25 maka diperoleh hasil uji t sebagai berikut:

Tabel 4.12
Tabel Uji t

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	7.331	2.125		3.449	.001
Bukti fisik	.600	.075	.631	8.050	.000
Orang	.500	.056	.139	6.774	.000

Sumber : Hasil Penelitian (2021)

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa, kriteria uji t dilakukan pada tingkat $\alpha=5\%$ dengan dua arah (0,005). Nilai t tabel untuk $n=97$ adalah 1,984. Hasil uji statistik pada tabel diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Pengaruh Bukti fisik Terhadap Kepuasan Konsumen

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah bukti fisik secara individual mempunyai hubungan yang signifikan atau tidak terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan tabel 4.12 diatas diperoleh $t_{hitung}=8,050 > t_{tabel} 1,984$ dan nilai sig $0,000 \leq 0,05$, sehingga H_0 ditolak hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara bukti fisik dengan kepuasan konsumen pada Donat Kentang Syifa Sei Belutu.

2. Pengaruh Orang (*people*) Terhadap Kepuasan Konsumen

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah orang secara individual mempunyai hubungan yang signifikan atau tidak terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan tabel 4.12 diatas diperoleh $t_{hitung} 6,774 > t_{tabel} 1,984$ dan nilai

probabilitas t yakni sig adalah $0,000 \leq 0,005$, sehingga H_0 ditolak berarti ada pengaruh yang signifikan antara orang dengan kepuasan konsumen pada Donat Kentang Syifa Sei Belutu.

4.1.6.2 Uji F

Uji F atau juga disebut uji signifikan serentak dimaksudkan untuk melihat kemampuan menyeluruh dari variabel bebas yaitu bukti fisik dan orang untuk dapat atau menjelaskan tingkah laku atau keragaman variabel terikat yaitu kepuasan konsumen. Uji F juga dimaksud untuk mengetahui apakah semua variabel memiliki koefisien regresi sama dengan nol. Berdasarkan hasil pengolahan data dengan program SPSS versi 25, maka diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4.13
Tabel Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	302.981	2	151.491	33.560	.000 ^b
	Residual	433.342	97	4.514		
	Total	736.323	98			

a. Dependent Variable: Kepuasan konsumen
b. Predictors: (Constant), Orang, Bukti Fisik

Sumber : Hasil Penelitian (2021)

Berdasarkan tabel 4.13 diatas diperoleh F hitung $33,560 > F$ tabel 3,09. dan nilai probabilitas F yakni sig adalah $0,000 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak hal ini menunjukkan bahwa secara simultan ada pengaruh signifikan antara bukti fisik dan orang terhadap kepuasan konsumen Donat Kentang Syifa Sei Belutu.

4.1.6.3 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ini berfungsi untuk mengetahui besarnya kontribusi bukti fisik dan orang terhadap kepuasan konsumen secara simultan dapat diketahui berdasarkan nilai R-Square tabel sebagai berikut:

Tabel 4.14
Tabel KoefisienDeterminasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,641 ^a	,411	,399	2,125
a Predictors: (Constant), Bukti Fisik, Orang				
b Dependent Variable: Kepuasan Konsumen				

Sumber : Hasil Penelitian (2021)

Dari tabel 4.14 diatas dapat dilihat bahwa nilai *R-Square* 0,411 yang berarti 41,1% kepuasan konsumen pada Donat Kentang Syifa Sei Belutu dapat dijelaskan oleh bukti fisik dan orang. Sedangkan 58,9% dapat dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang belum diteliti dalam penelitian ini.

Kemudian *Standart error of the estimated* artinya mengukur variabel dari nilai yang diprediksi. *Standart error of the estimated* disebut juga standar diviasi. *Standart error of the estimated* dalam penelitian ini adalah sebesar 2,125 dimana semakin kecil standar deviasi berarti model semakin baik dalam memperediksi kepuasan konsumen.

4.2 Analisis Data

Analisis hasil temuan penelitian ini adalah analisi terhadap kesesuaian teori, pendapat, maupun penelitian terdahulu yang telah dikemukakan hasil penelitian sebelumnya serta pola perilaku yang harus dilakukan untuk mengatasi hal tersebut. Berikut ini ada tiga (3) bagian utama yang akan dibahas dalam analisis hasil temuan penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

4.2.1 Pengaruh Bukti fisik Terhadap kepuasan konsumen

Berdasarkan hasil penelitian diatas antara bukti fisik terhadap kepuasan konsumen Donat Kentang Syifa Sei Belutu t hitung $8,050 > t$ tabel $1,984$ dan mempunyai angka signifikan sebesar $0,000 \leq 0,05$ berarti H_0 ditolak dan H_a diterima yang menunjukkan bahwa secara parsial ada pengaruh positif dan signifikan antara bukti fisik terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan distribusi jawaban responden terhadap variabel bukti fisik diketahui bahwa jawaban dominan adalah setuju pada pernyataan 1 sebesar 63% (Menyediakan kursi untuk pelanggan saat menunggu pesanan Donat Kentang Syifa Sei Belutu) hal ini dapat terjadi karena pembelian hanya untuk dibawa pulang sehingga tidak perlu menyediakan kursi pelanggan untuk menunggu pesanan pada Donat Kentang Syifa Sei Belutu. Selain itu pada pernyataan 2 (memiliki areal parkir yang memadai, bersih, dan aman). Tersebut dapat dijelaskan bahwa indikator-indikator bukti fisik yakni fasilitas dan lingkungan areal parkir yang diberikan oleh pihak Donat Kentang Syifa Sei Belutu sudah baik dan sesuai dengan keinginan konsumen. Sehingga bukti fisik yang dilakukan Donat Kentang Syifa Sei Belutu mendapat tanggapan positif dari para konsumen.

Dengan demikian pentingnya membuat fasilitas atau perlengkapan pada suatu perusahaan membuat nilai tambah dan mempengaruhi kepuasan konsumen sesuai dengan teori yang dikemukakan Kotler & Keller (2012) *Physical evidence* atau lingkungan fisik merupakan karakteristik yang menjadi bernilai tambah bagi konsumen terhadap perusahaan jasa. Perhatian terhadap perlengkapan, bangunan,

dan tata ruang yang lapang menjadi perhatian penting dan mempengaruhi kepuasan konsumen. Selain itu hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Iffan et al., (2018) yang menyimpulkan bahwa adanya pengaruh signifikan antara bukti fisik terhadap kepuasan konsumen di Hotel Santika, dan penelitian yang dilakukan (Daulay & Ikham, 2019) yang menyimpulkan bahwa adanya pengaruh signifikan antara bukti fisik terhadap kepuasan konsumen PT. Bank Tabungan Negara.

4.2.2 Pengaruh Orang (*people*) Terhadap kepuasan konsumen

Berdasarkan hasil penelitian diatas antara Orang (*people*) terhadap kepuasan konsumen Donat Kentang Syifa Sei Belutu diperoleh t hitung $6,774 > t$ tabel 1,984 dan mempunyai angka signifikan antara sebesar $0,000 \leq 0,05$ berarti H_0 maka ditolak dan H_a diterima yang menunjukkan bahwa secara parsial ada pengaruh positif dan signifikan antara orang (*people*) terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan distribusi jawaban responden terhadap variabel orang (*people*) diketahui bahwa jawaban responden dominan adalah setuju pada pernyataan 1 sebesar 68% (Karyawan Donat Kentang Syifa Sei Belutu memiliki kemampuan yang baik dalam melaksanakan pekerjaannya) hal ini dapat terjadi karena karyawan Donat Kentang Syifa Sei Belutu diberikan pelatihan dan perekrutan yang baik dan sudah sesuai dengan yang diinginkan konsumen. Selain itu pada pernyataan ke 6 sebesar 53% (Karyawan memiliki kinerja yang baik, tertib dan teratur dalam melayani pelanggan Donat Kentang Syifa Sei Belutu) dapat dijelaskan bahwa indikator-indikator orang (*people*) yakni kompetensi dan selektif.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori Huriyatih (2010) unsur orang (*people*) dalam bauran pemasaran jasa terdiri atas semua pelaku yang

memainkan peranan dalam penyajian jasa sehingga dapat mempengaruhi persepsi pembeli. Semua sikap dan tindakan karyawan dan penampilan karyawan mempunyai pengaruh terhadap persepsi konsumen atau keberhasilan penyampaian jasa serta kepuasan konsumen. (Gultom et al., 2014) yang menyimpulkan bahwa adanya pengaruh signifikan antara Orang terhadap kepuasan konsumen Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

4.2.3 Pengaruh Bukti Fisik (*Physical Evidence*) dan Orang (*People*) Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh mengenai pengaruh bukti fisik dan orang terhadap kepuasan konsumen Donat Kentang Syifa Sei Belutu. Dari hasil uji ANOVA (*Analysis of Varians*) pada tabel diatas didapat F hitung $33,560 > F_{\text{tabel}} 3,09$. Berdasarkan hasil tersebut dapat diketahui bahwa tingkat signifikan sebesar $0,000 \leq 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel bukti fisik dan orang secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan (Amalia & Novianti, 2016) yang menyimpulkan adanya pengaruh signifikan antara bukti fisik dan orang terhadap kepuasan konsumen pada Warung Kanasha Di Kota Langsa, (Lisarini & Ningtyas, 2014) yang menyimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara bukti fisik dan orang terhadap kepuasan pelanggan di Sweetbery Agrowisata Cipanas, dan juga Setianingsih (2017) yang menyimpulkan bahwa ada pengaruh signifikan antara bukti fisik (*Physical Evidence*), Orang (*People*) Terhadap kepuasan konsumen Pada Pondok Angkringan Teek Jember.

BAB 5

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya maka dapat diambil kesimpulan dari penelitian mengenai pengaruh bukti fisik dan orang terhadap kepuasan konsumen Pada Donat Kentang Syifa Sei Belutu:

1. Secara parsial bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Pada Donat Kentang Syifa Sei Belutu.
2. Secara parsial orang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Pada Donat Kentang Syifa Sei Belutu.
3. Secara simultan bukti fisik dan orang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Pada Donat Kentang Syifa Sei Belutu.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas maka saran-saran yang dapat diberikan pada penelitian selanjutnya antara lain:

1. Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa bukti fisik terhadap kepuasan konsumen Pada Donat Kentang Syifa Sei Belutu sudah baik dan kepuasan konsumen sudah terpenuhi tetapi pihak Donat Kentang Syifa Sei Belutu juga perlu meningkatkan bukti fisik seperti menambah kursi pelanggan dan lingkungan areal parkir yang nyaman dan luas agar kepuasan konsumen terpenuhi
2. Dari penelitian ini tentang orang (*people*) penulis mengharapkan pemilik dan manajemen Donat Kentang Syifa Sei Belutu juga perlu meningkatkan

dalam hal perekrutan seleksi agar lebih baik lagi. Serta melakukan pelatihan dan pengembangan kepada karyawan yang sudah ada baik dalam pelayanan terhadap konsumen maupun teknik berkomunikasi.

3. Sebaiknya Donat Kentang Syifa Sei Belutu harus menyediakan tempat untuk makan di gerai dan memberikan pelayanan yang lebih cepat dan baik agar kepuasan konsumen terpenuhi.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian yang dilakukan saat ini masih banyak kekurangan dan keterbatasan, diantaranya sebagai berikut :

1. Jumlah responden 99 orang, tentunya kurang untuk menggambarkan keadaan yang sesungguhnya.
2. Dalam proses pengambilan data, informasi yang diberikan responden melalui kuesioner terkadang tidak menunjukkan pendapat responden yang sebenarnya.
3. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan agar lebih meningkatkan dan mengembangkan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, S., & Novianti, A. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung Kanasha Pada Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 5(1), 459–468.
- Arianty, N. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Handphone Samsung. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 16(02), 68–81.
- Arianty, N., Jasin, H., Nasution, P. L. K., & Irma, C. (2016). *Manajemen Pemasaran (Revisi)*. Medan: Perdana Publishing.
- Assauri, S. (2010). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Candraningtyas, P. (2017). *Statistik Penyediaan Makanan dan Minuman*. Jakarta: BPS-Statistics Indonesia.
- Daryanto. (2014). *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media.
- Daulay, R., & Al Rany, M. (2018). Analysis of Service Quality Factors on Customer Satisfaction on Taxi Online in Medan City. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 1, 678–683.
- Daulay, R., & Ikhrum, M. (2019). Analysis of The Effect of Service, People, and Physical Evidence Quality on Customer Decisions In PT. Bank Tabungan Negara. *The 1 International Conferences on Innovation of Small Medium-Sized Enterprise*, 1(1), 83–92.
- Daulay, R., & Manaf, A. A. (2017). *Strategi & Workshop Kewirausahaan*. Medan: Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah Aqli.
- Fahmi, I. (2011). *Manajemen Kinerja Teori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Gasperz, V. (2012). *All in One Management Toolbok*. Bogor: Tri-Al Bross Publishing.
- Ghaniyagazala. (2020). Donat Kentang Shifa Only 15 K Viral Banget Di Medan Mantap. Diambil dari <https://www.ghaniyagazala.com//donat-kentang-shifa-only-15-k-viral-banget-di-medan/>
- Grewal, D., & Levy, M. (2010). *Marketing New York*. New York: Mc Graw- Hill Irwin International Edition.
- Gultom, D. K., Ginting, P., & Sembiring, B. K. (2014). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis*, 14(1), 21–33.
- Huriyatih, R. (2010). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: CV

Alfabeta.

- Iffan, M., Santy, R. D., & Radaswara, R. (2018). Pengaruh Proses dan Bukti Fisik Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Santika Bandung. *JURISMA : Jurnal Riset Bisnis & Manajemen*, 8(2), 128–140.
- Jasfar, F. (2012). *Teori dan Aplikasi 9 Kunci Keberhasilan Bisnis Jasa*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Juliandi, A., Irfan, & Manurung, S. (2015). *Metode Penelitian Bisnis*. Medan: UMSU Press.
- Kasmir. (2017). *Customer Service Excellent Teori dan Praktik*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Khairina, K. (2016). Pengaruh Harga, Lokasi dan Bukti Fisik Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Memilih Jasa Hotel Harun Square Pada Kota Lhoksuemawe. *Jurnal Visioner & Strategis*, 5(2), 9–16.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lisarini, E., & Ningtyas, N. (2014). Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Sweetbery Agrowisata Cipanas. *Jurnal Agrosience*, 4(2), 98–102.
- Lupiyoadi, R. (2019). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Komputer*. Jakarta: Salemba Empat.
- Permatasari, S. I., & Basuki, S. (2018). Pengaruh Physical Evidence, People, dan Process Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Salon Nico Sawojajar Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 4(1), 293–297.
- Pratiwi, S., Sanjaya, & Nila. (2018). Pengaruh People, Process, dan Physical Evidence Terhadap Kepuasan Atas Pelayanan Pada Perbankan Syariah Di Kota Padang. *Jurnal Lembaga dan Keuangan*, 3(2), 193–201.
- Putra, & Sulistyawati. (2012). Pengaruh Orang (People) , Bukti Fisik (Physical Evidence) dan Proses (Process) Terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah BPRS Suriyah KC Semarang. *Manajemen*, 3(2), 1–137.
- Radiman, R., Gunawan, A., Wahyuni, S. F., & Jufrizen, J. (2018). The Effect of Marketing Mix, Service Quality, Islamic Values and Institutional Image on Students' Satisfaction and Loyalty. *Experct Journal Of Marketing*, 6(02), 95–105.
- Setianingsih, W. (2017). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pondok Angkringan Kang Teek Jember. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 3(1), 18–30.
- Setianto, D. Y., Hidyatullah, N., & Sudrajat, A. (2020). Pengaruh People, Process,

dan Physical Evidence Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Kereta Api Commuter Indonesia (KCI). *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, 22(2), 231–241.

Setyo, P. E. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen “Best Autworks.” *Jurnal Manajemen*, 1(6), 755–764.

Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri.

Soegoto, A. S. (2010). Bauran Pemasaran Jasa Pengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen PT.Nusa Tongkaina Wisata Tirta (NTWT) Manado. *Jurnal Pendidikan Manajemen Bisnis*, 9(17), 14–75.

Sugiarto, S., & Endar, E. (2002). *Psikologi Pelayanan Dalam Industri Jasa*. Jakarta: Gramedia.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Yogyakarta: Alfabeta.

Suardi. (2011). Menuju Kepuasan Pelanggan Melalui Penciptaan Kualitas Pelayanan. *Ragam Jurnal Pengembangan Humaniora*, 11(1), 231–240.

Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, dan Penelitian)*. Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2011). *Service, Quality & Satisfacation*. Yogyakarta: Andi Offset.

Zeithaml, Valerie A, Bitner, M. J., & Gremler, D. (2013). *Services Marketing Integrating Customer Focus Across The Firm*. New York: Mc Gram –Hill.

Zeithaml, Valerie A, & Bitner, M. J. (2014). *Service Marketing*. America: Mc Graw Hill.

LAMPIRAN :

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Data pribadi

Nama : INDAH ISMAYA
Tempat Tanggal Lahir : Kabun, 04 Mei 1999
Jenis Kelamin : Perempuan
Warga Negara : Indonesia
Alamat : Desa Kabun, Kab.Rokan Hulu, Riau
Anak ke : 3 dari 3 bersaudara

Nama Orang Tua

Ayah : Misman
Ibu : Tusiah
Alamat : Desa Kabun, Kab.Rokan Hulu, Riau

Pendidikan Formal

1. SD Negeri 007 Kabun Tamat Tahun 2011
2. SMP Negeri 1 Kabun Tamat Tahun 2014
3. SMA Swasta Sinar Husni Medan Tamat Tahun 2017
4. Kuliah di Fakultas ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Mulai Tahun 2017

Medan, 3 Mei 2021

INDAH ISMAYA

LEMBAR KUESIONER

Hal : Pengisian Kuesioner
Kepada : Saudara
Yth : Konsumen Donat Kentang Syifa Sei Belutu

Dengan Hormat.

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Indah Ismaya
Mahasiswa : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jurusan : Manajemen Pemasaran
Npm : 1705160136

Pada Kesempatan ini saya sebagai penulis memohon bantuan anda untuk meluangkan sedikit waktu untuk menjawab daftar pernyataan yang terlampir. Adapun pengisian tanggapan ini saya gunakan untuk kepentingan skripsi dengan mengambil judul “**Pengaruh Bukti Fisik (*Physical evidence*) dan Orang (*People*) Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Donat Kentang Syifa Sei Belutu**”.

Semua tanggapan yang anda berikan hanya saya pergunakan untuk kepentingan penulisan skripsi. Saya sangat mengharapkan kerja sama anda dengan memberikan tanggapan sesuai keadaan anda yang sebenarnya. Atas bantuan saudara saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya

(Indah Ismaya)

I. IDENTITAS RESPONDEN

1. Profil Responden

- Nomor Hp :
- Umur : a. 15 - 20 Tahun
b. 20 - 30 Tahun
c. 30 - 40 Tahun
d. 45 - 55 Tahun
- Jenis Kelamin : a. laki-laki
b. Perempuan
- Pekerjaan : a. Pelajar/ Mahasiswa.
b. Pegawai Swasta.
c. Wirswasta .
d. Pegawai Negeri Sipil.
e. dan lain-lain.
- Penghasilan : a. Rp 2.500.000 – Rp 5.000.000
b. Rp 5.000.000 – Rp 7.500.000
c. Rp 7.500.000 – Rp 10.000.000
d. \geq Rp 10.000.000
- Status Tempat Tinggal : a. Tinggal dengan orang tua
b. Mengontrak
c. Rumah sendiri

2. Petunjuk Pengisian

- a. Bacalah terlebih dahulu pernyataan-pernyataan terlampir dengan cermat sebelum anda mulai mengisi.

b. Pilihlah salah satu dari berbagai alternatif tanggapan yang tersedia dengan memberikan tanda centang (√) sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

SS : Sangat Setuju dengan skor: 5

S : Setuju dengan skor: 4

KS : Kurang Setuju dengan skor: 3

TS : Tidak Setuju dengan skor :2

STS : Sangat Tidak Setuju dengan skor :1

Bukti fisik (Physical evidence) (X1)

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
	Fasilitas					
1	Menyediakan kursi untuk pelanggan saat menunggu pesanan Donat Kentang Syifa Sei Belutu.					
2	Donat Kentang Syifa Sei Belutu memiliki areal parkir yang memadai, bersih, dan aman					
	Pegawai					
3	Penampilan karyawan Donat Kentang Syifa Sei Belutu yang rapi dan bersih.					
4	Donat Kentang Syifa Sei Belutu memiliki karyawan yang ramah dan murah senyum.					
	Sarana komunikasi					
5	Donat Kentang Syifa Sei Belutu menyediakan sarana komunikasi melalui media sosial seperti whatsapp dan nomor telephone pegawai yang mengantarkan pesanan					
6	Donat Kentang Syifa Sei Belutubekerjasama dengan pihak gojek dan grabfood					

Orang (People) (X2)

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
	Kompetensi					
1	Karyawan Donat Kentang Syifa Sei Belutu memiliki kemampuan yang baik dalam melaksanakan pekerjaannya					
2	Karyawan Donat Kentang Syifa Sei Belutu mampu melayani pelanggan dengan baik					
	Komunikatif					
3	Karyawan Donat Kentang Syifa Sei Belutu ramah dalam melayani pelanggan					
4	Karyawan Donat Kentang Syifa mampu menjelaskan produk dengan baik					
	Selektif					
5	Karyawan memiliki pengetahuan tentang produk Donat Kentang Syifa Sei Belutu					
6	Karyawan memiliki kinerja yang baik, tertib dan teratur dalam melayani pelanggan Donat Kentang Syifa Sei Belutu					

Kepuasan Konsumen (Y)

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
	Kesesuian Harapan					
1	Saat dimakan Donat Kentang Syifa Sei Belutu sangat lembut dan gurih					
2	Saya merasa puas dengan Donat Kentang Syifa Sei Belutu					
	Minat Pembelian Ulang					
3	Saya berminat berkunjung kembali di Donat Kentang Syifa Sei Belutu					
4	Saya lebih suka Donat Kentang Syifa Sei Belutu dibanding tempat yang lain					
	Kesediaan Untuk Merekomendasikan					
5	Saya bersedia untuk merekomendasikan Donat Kentang Syifa Sei Belutu kepada teman dan keluarga					
6	Saya mengajak teman atau keluarga untuk membeli Donat Kentang Syifa Sei Belutu					

No. Res	Bukti Fisik (X1)						Total Skor
	1	2	3	4	5	6	
1	5	4	4	3	3	4	23
2	4	4	4	3	4	4	23
3	4	3	3	2	3	4	19
4	4	3	4	3	4	5	23
5	4	3	1	2	3	5	18
6	4	4	3	3	3	4	21
7	4	2	1	2	3	4	16
8	4	3	2	3	3	4	19
9	4	4	2	3	3	2	18
10	4	5	4	4	4	4	25
11	5	4	4	4	4	4	25
12	4	4	3	4	3	3	21
13	5	3	4	4	4	5	25
14	4	3	3	4	3	4	21
15	4	4	5	4	4	4	25
16	2	4	4	3	3	5	21
17	4	3	3	3	4	5	22
18	4	3	3	4	5	5	24
19	4	4	3	2	2	4	19
20	4	3	4	4	4	4	23
21	5	5	4	4	5	5	28
22	4	3	5	5	4	4	25
23	4	4	4	4	2	3	21
24	4	4	5	4	4	4	25
25	5	5	4	4	5	4	27
26	3	4	3	3	3	3	19
27	3	4	4	4	4	3	22
28	5	4	4	4	3	3	23
29	5	5	5	4	5	5	29
30	5	3	2	3	4	4	21
31	5	3	2	2	3	3	18
32	5	4	2	4	5	4	24
33	5	4	2	3	4	4	22
34	5	2	2	2	3	4	18
35	4	2	4	3	5	4	22
36	3	3	3	3	4	2	18
37	4	4	2	2	4	2	18
38	4	4	4	4	4	2	22
39	4	4	4	4	5	5	26

40	4	4	3	3	4	4	22
41	4	3	2	4	5	2	20
42	5	3	5	4	5	5	27
43	4	3	5	3	4	3	22
44	4	4	4	4	5	5	26
45	4	5	4	3	5	5	26
46	5	5	4	4	5	5	28
47	5	4	4	4	5	5	27
48	4	4	4	5	5	5	27
49	5	4	4	4	5	5	27
50	4	3	3	4	5	5	24
51	4	4	4	3	5	5	25
52	5	4	4	5	5	5	28
53	4	4	4	4	4	3	23
54	4	4	5	4	5	5	27
55	4	4	4	4	5	5	26
56	4	4	4	4	5	4	25
57	4	3	3	4	4	5	23
58	5	4	4	4	5	4	26
59	4	4	4	4	4	5	25
60	4	5	4	4	4	4	25
61	5	4	5	4	5	5	28
62	4	4	4	4	5	4	25
63	4	4	4	5	5	4	26
64	4	4	4	3	4	3	22
65	4	4	4	4	4	3	23
66	4	4	4	3	5	3	23
67	4	5	5	4	4	3	25
68	4	4	5	4	4	4	25
69	4	4	4	5	4	4	25
70	5	4	5	4	2	1	21
71	4	5	4	5	4	3	25
72	5	5	4	4	3	4	25
73	4	4	5	4	4	3	24
74	4	3	2	3	4	3	19
75	4	5	4	5	4	3	25
76	4	3	3	3	3	3	19
77	4	5	4	4	5	5	27
78	4	4	3	4	4	4	23
79	5	4	5	3	4	3	24
80	5	5	5	5	4	3	27

81	4	4	3	5	4	3	23
82	3	4	3	2	4	4	20
83	5	4	4	5	5	4	27
84	3	3	3	5	4	5	23
85	4	4	4	4	4	3	23
86	4	5	4	4	5	4	26
87	3	4	4	4	4	4	23
88	3	4	4	5	4	4	24
89	3	3	4	3	2	3	18
90	4	3	4	4	4	4	23
91	4	3	4	4	5	2	22
92	4	4	4	4	4	4	24
93	3	3	3	3	4	5	21
94	3	3	4	3	5	4	22
95	4	4	5	4	5	5	27
96	4	3	4	4	5	2	22
97	4	4	4	4	4	4	24
98	3	3	3	3	4	5	21
99	3	3	4	3	5	4	22

No. Res	Orang (X2)						Total Skor
	1	2	3	4	5	6	
1	4	5	4	4	5	3	25
2	4	5	4	4	4	3	24
3	5	5	4	4	5	2	25
4	4	4	4	4	3	3	22
5	4	4	4	3	4	2	21
6	4	4	5	3	4	3	23
7	4	5	4	4	5	2	24
8	4	5	3	4	3	3	22
9	4	5	4	4	5	3	25
10	5	4	5	3	5	4	26
11	3	4	4	4	4	4	23
12	4	4	4	2	4	4	22
13	4	4	4	5	4	4	25
14	3	5	4	2	5	4	23
15	3	5	4	4	4	4	24
16	4	5	5	5	5	3	27
17	4	5	5	5	5	3	27
18	4	5	4	5	5	4	27
19	4	4	4	4	4	2	22
20	4	4	4	4	4	4	24
21	4	4	4	3	5	4	24
22	4	4	4	4	3	5	24
23	5	4	4	4	3	4	24
24	4	3	4	4	4	4	23
25	4	4	4	3	3	4	22
26	4	2	2	3	4	3	18
27	4	2	2	3	4	4	19
28	4	4	4	4	4	4	24
29	4	5	4	5	5	4	27
30	5	5	5	4	3	3	25
31	3	4	5	3	4	2	21
32	4	4	5	4	5	4	26
33	4	4	4	4	5	3	24
34	3	5	4	4	5	2	23
35	3	5	4	4	5	3	24
36	4	4	4	4	4	3	23
37	5	5	3	5	4	2	24
38	4	4	4	4	4	4	24
39	5	5	4	5	4	4	27

40	4	4	4	4	4	3	23
41	4	3	3	3	3	4	20
42	4	4	4	4	4	4	24
43	5	5	3	5	4	3	25
44	4	4	4	4	4	4	24
45	5	5	4	5	4	3	26
46	4	4	4	4	4	4	24
47	5	5	3	4	4	4	25
48	4	4	4	4	4	5	25
49	5	4	4	5	5	4	27
50	3	3	4	4	4	4	22
51	4	2	2	4	2	3	17
52	4	1	1	4	2	5	17
53	5	2	2	4	2	4	19
54	4	1	1	4	2	4	16
55	4	2	2	4	2	4	18
56	4	2	2	5	2	4	19
57	4	1	1	4	1	4	15
58	4	1	1	4	1	4	15
59	4	1	1	4	2	4	16
60	5	2	2	4	2	4	19
61	5	1	1	5	2	4	18
62	4	1	1	4	2	4	16
63	4	1	1	5	2	5	18
64	4	2	2	4	1	3	16
65	4	2	2	4	2	4	18
66	4	1	1	4	2	3	15
67	5	2	2	3	1	4	17
68	4	1	1	4	1	4	15
69	5	2	2	5	2	5	21
70	4	2	2	4	2	4	18
71	4	2	2	5	2	5	20
72	4	2	2	4	2	4	18
73	5	2	2	4	2	4	19
74	5	2	2	4	1	3	17
75	4	1	1	4	2	5	17
76	4	1	1	5	2	3	16
77	4	1	1	4	2	4	16
78	4	1	1	5	2	4	17
79	4	1	1	5	2	3	16
80	5	2	2	5	2	5	21

81	5	2	2	5	2	5	21
82	4	2	2	5	2	2	17
83	4	2	2	3	1	5	17
84	3	1	1	5	2	5	17
85	3	1	1	5	2	4	16
86	4	1	1	3	1	4	14
87	5	2	2	3	1	4	17
88	4	2	2	3	1	5	17
89	5	2	2	5	2	3	19
90	4	2	2	5	2	4	19
91	5	2	2	3	2	4	18
92	4	1	1	5	2	4	17
93	4	2	2	3	1	3	15
94	4	2	2	3	1	3	15
95	4	2	2	5	2	4	19
96	5	2	2	3	2	4	18
97	4	1	1	5	2	4	17
98	4	2	2	3	1	3	15
99	4	2	2	3	1	3	15

No. Res	Kepuasan Konsumen (Y)						Total
	1	2	3	4	5	6	
1	4	4	5	5	5	4	27
2	4	3	4	4	4	4	23
3	4	4	4	4	4	3	23
4	3	4	4	3	4	3	21
5	2	4	4	3	4	3	20
6	1	2	3	4	4	4	18
7	4	4	5	4	4	2	23
8	1	2	3	4	4	3	17
9	4	4	3	3	4	4	22
10	4	4	4	4	4	5	25
11	4	5	4	3	5	4	25
12	3	3	4	3	4	4	21
13	5	4	5	3	5	3	25
14	4	3	4	4	4	3	22
15	4	4	4	4	4	4	24
16	4	4	4	4	2	4	22
17	3	4	4	3	4	3	21
18	4	4	5	4	4	3	24
19	4	4	4	4	4	4	24
20	4	5	5	5	4	3	26
21	4	4	4	4	5	5	26
22	3	4	4	3	4	3	21
23	3	4	5	4	4	4	24
24	4	5	5	4	4	4	26
25	2	2	4	4	5	5	22
26	4	4	3	4	3	4	22
27	4	5	3	4	3	4	23
28	4	4	5	4	5	4	26
29	3	4	4	4	5	5	25
30	3	4	3	4	5	3	22
31	3	3	3	3	5	3	20
32	5	5	4	3	5	4	26
33	4	2	3	2	5	4	20
34	5	4	4	4	5	2	24
35	5	5	4	5	4	2	25
36	3	3	3	3	4	2	18
37	4	4	2	2	4	2	18
38	4	4	4	4	4	2	22
39	4	4	4	4	5	5	26

40	4	4	3	3	4	4	22
41	4	3	2	4	5	2	20
42	5	3	5	4	5	5	27
43	4	3	5	3	4	3	22
44	4	4	4	4	5	5	26
45	4	5	4	3	5	5	26
46	5	5	4	4	5	5	28
47	5	4	4	4	5	5	27
48	4	4	4	5	5	5	27
49	5	4	4	4	5	5	27
50	4	3	3	4	5	5	24
51	4	4	4	3	5	5	25
52	5	4	4	5	5	5	28
53	4	4	4	4	4	3	23
54	4	4	5	4	5	5	27
55	4	4	4	4	5	5	26
56	4	4	4	4	5	4	25
57	4	3	3	4	4	5	23
58	5	4	4	4	5	4	26
59	4	4	4	4	4	5	25
60	4	5	4	4	4	4	25
61	5	4	5	4	5	5	28
62	4	4	4	4	5	4	25
63	4	4	4	5	5	4	26
64	4	4	4	3	4	3	22
65	4	4	4	4	4	3	23
66	4	4	4	3	5	3	23
67	4	5	5	4	4	3	25
68	4	4	5	4	4	4	25
69	4	4	4	5	4	4	25
70	5	4	5	4	2	1	21
71	4	5	4	5	4	3	25
72	5	5	4	4	3	4	25
73	4	4	5	4	4	3	24
74	4	3	2	3	4	3	19
75	4	5	4	5	4	3	25
76	4	3	3	3	3	3	19
77	4	5	4	4	5	5	27
78	4	4	3	4	4	4	23
79	5	4	5	3	4	3	24
80	5	5	5	5	4	3	27

81	4	4	3	5	4	3	23
82	5	4	4	3	3	4	23
83	4	4	4	3	4	4	23
84	4	3	3	2	3	4	19
85	4	3	4	3	4	5	23
86	4	3	1	2	3	5	18
87	4	4	3	3	3	4	21
88	4	2	1	2	3	4	16
89	4	3	2	3	3	4	19
90	4	4	2	3	3	2	18
91	4	5	4	4	4	4	25
92	5	4	4	4	4	4	25
93	4	4	3	4	3	3	21
94	5	3	4	4	4	5	25
95	4	3	3	4	3	4	21
96	4	4	5	4	4	4	25
97	2	4	4	3	3	5	21
98	4	3	3	3	4	5	22
99	4	3	3	4	5	5	24

Lampiran Uji Validitas

Bukti Fisik (X1)

Correlations

	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	TotalX1
X1.1 Pearson Correlation	1	.205*	.088	.146	.139	.052	.395**
Sig. (2-tailed)		.041	.384	.150	.170	.611	.000
N	99	99	99	99	99	99	99
X1.2 Pearson Correlation	.205*	1	.427**	.403**	.177	.013	.595**
Sig. (2-tailed)	.041		.000	.000	.080	.896	.000
N	99	99	99	99	99	99	99
X1.3 Pearson Correlation	.088	.427**	1	.514**	.300**	.070	.694**
Sig. (2-tailed)	.384	.000		.000	.003	.489	.000
N	99	99	99	99	99	99	99
X1.4 Pearson Correlation	.146	.403**	.514**	1	.382**	.067	.701**
Sig. (2-tailed)	.150	.000	.000		.000	.512	.000
N	99	99	99	99	99	99	99
X1.5 Pearson Correlation	.139	.177	.300**	.382**	1	.373**	.680**
Sig. (2-tailed)	.170	.080	.003	.000		.000	.000
N	99	99	99	99	99	99	99
X1.6 Pearson Correlation	.052	.013	.070	.067	.373**	1	.488**
Sig. (2-tailed)	.611	.896	.489	.512	.000		.000
N	99	99	99	99	99	99	99
TotalX1 Pearson Correlation	.395**	.595**	.694**	.701**	.680**	.488**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	99	99	99	99	99	99	99

Orang (X2)

Correlations

	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Total
X2.1 Pearson Correlation	1	-.027	-.084	.133	-.168	.056	.832
Sig. (2-tailed)		.793	.407	.190	.096	.585	.000
N	99	99	99	99	99	99	99
X2.2 Pearson Correlation	-.027	1	.922**	-.062	.852**	-.382**	.916**
Sig. (2-tailed)	.793		.000	.545	.000	.000	.000
N	99	99	99	99	99	99	99
X2.3 Pearson Correlation	-.084	.922**	1	-.155	.841**	-.319**	.895**
Sig. (2-tailed)	.407	.000		.125	.000	.001	.000
N	99	99	99	99	99	99	99
X2.4 Pearson Correlation	.133	-.062	-.155	1	.021	.073	.621
Sig. (2-tailed)	.190	.545	.125		.833	.475	.000
N	99	99	99	99	99	99	99
X2.5 Pearson Correlation	-.168	.852**	.841**	.021	1	-.306**	.895**
Sig. (2-tailed)	.096	.000	.000	.833		.002	.000
N	99	99	99	99	99	99	99
X2.6 Pearson Correlation	.056	-.382**	-.319**	.073	-.306**	1	.378
Sig. (2-tailed)	.585	.000	.001	.475	.002		.000
N	99	99	99	99	99	99	99
Total Pearson Correlation	.832	.916**	.895**	.621	.895**	.378	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	99	99	99	99	99	99	99

Kepuasan Konsumen (Y)

Correlations

	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6
Y.1 Pearson Correlation	1	.389**	.206*	.151	.063	.475
Sig. (2-tailed)		.000	.040	.136	.534	.000
N	99	99	99	99	99	99
Y.2 Pearson Correlation	.389**	1	.448**	.363**	.061	.810
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.550	.000
N	99	99	99	99	99	99
Y.3 Pearson Correlation	.206*	.448**	1	.436**	.268**	.871
Sig. (2-tailed)	.040	.000		.000	.007	.000
N	99	99	99	99	99	99
Y.4 Pearson Correlation	.151	.363**	.436**	1	.216*	.410
Sig. (2-tailed)	.136	.000	.000		.031	.000
N	99	99	99	99	99	99
Y.5 Pearson Correlation	.063	.061	.268**	.216*	1	.316**
Sig. (2-tailed)	.534	.550	.007	.031		.001
N	99	99	99	99	99	99
Y.6 Pearson Correlation	.475	.810	.871	.410	.316**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.001	
N	99	99	99	99	99	99

Lampiran Uji Reliabilitas

1. Bukti Fisik (X1)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	99	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	99	100.0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.631	6

2. Orang (X2)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	99	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	99	100.0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.699	6

3. Kepuasan Konsumen (Y)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	99	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	99	100.0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.636	6

Lampiran Uji T, Uji F, dan Koefisien Determinasi

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	7.331	2.125		3.449	.001		
Bukti Fisik (X1)	.600	.075	.631	8.050	.000	.999	1.001
Orang (X2)	.500	.056	.139	6.774	.000	.999	1.001

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	302.981	2	151.491	33.560	.000 ^b
	Residual	433.342	96	4.514		
	Total	736.323	98			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Bukti Fisik, Orang

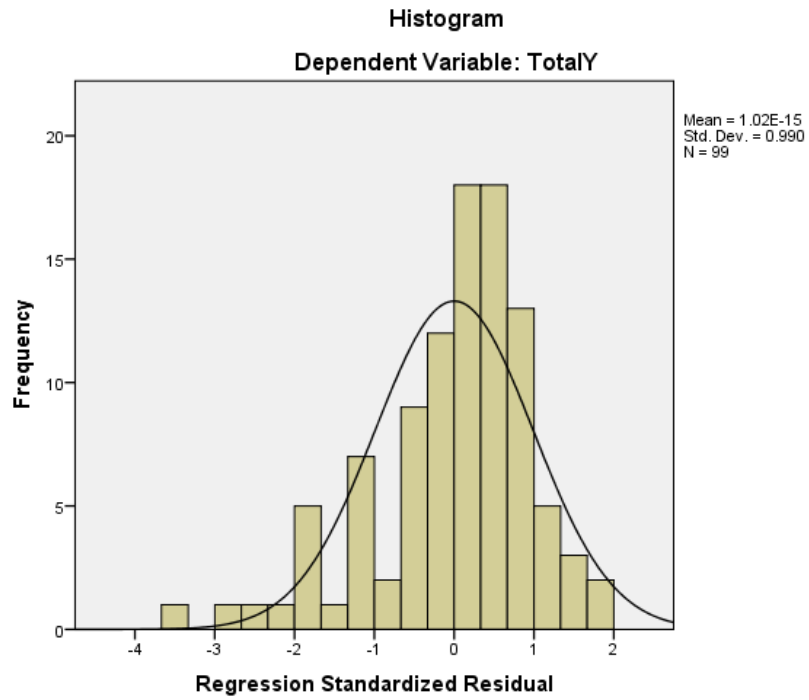
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics		
					R Square Change	F Change	df1
1	.641 ^a	.411	.399	2.12461	.411	33.560	2

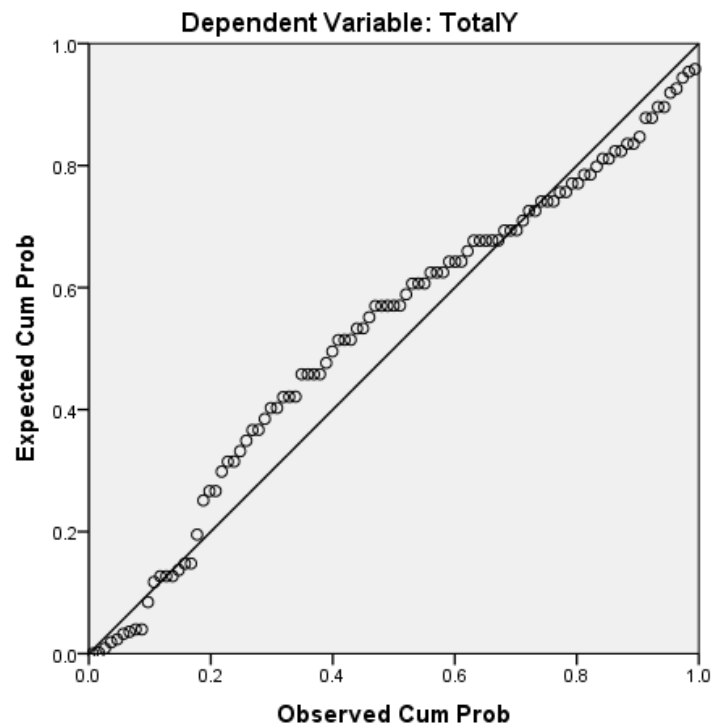
a. Predictors: (Constant), Bukti Fisik, Orang

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Charts

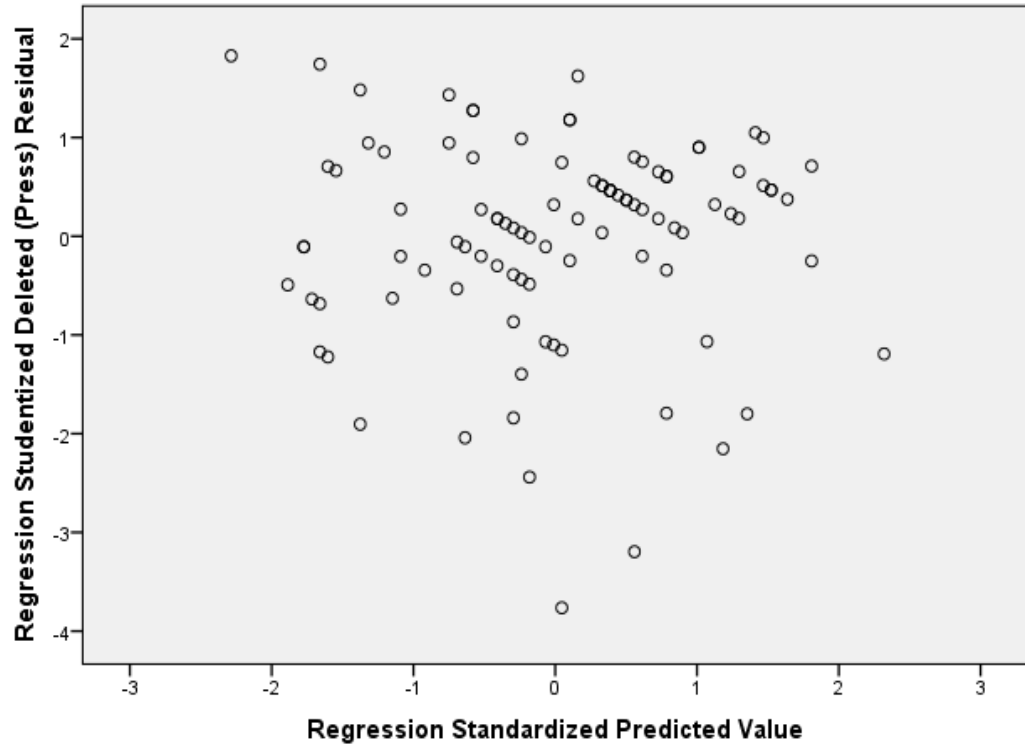


Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Scatterplot

Dependent Variable: TotalY



Lampiran Identitas Responden

Statistics						
		Umur	Jenis Kelamin	Pekerjaan	Penghasilan	Status Tempat Tinggal
N	Valid	99	99	99	99	99
	Missing	0	0	0	0	0

Umur					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	15 - 20 TAHUN	14	14,1	14,1	14,1
	20 - 30 TAHUN	42	42,4	42,4	56,6
	30 - 40 TAHUN	33	33,3	33,3	89,9
	45 - 55 TAHUN	10	10,1	10,1	100,0
	Total	99	100,0	100,0	

Jenis Kelamin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	47	47,5	47,5	47,5
	2	52	52,5	52,5	100,0
	Total	99	100,0	100,0	

Pekerjaan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	23	23,2	23,2	23,2
	2	33	33,3	33,3	56,6
	3	31	31,3	31,3	87,9
	4	5	5,1	5,1	92,9
	5	7	7,1	7,1	100,0
	Total	99	100,0	100,0	

Penghasilan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	47	47,5	47,5	47,5
	2	28	28,3	28,3	75,8
	3	24	24,2	24,2	100,0
	Total	99	100,0	100,0	

Status Tempat Tinggal					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	27	27,3	27,3	27,3
	2	30	30,3	30,3	57,6
	3	42	42,4	42,4	100,0
	Total	99	100,0	100,0	

Statistics						
		Umur	Jenis Kelamin	Pekerjaan	Penghasilan	Status Tempat Tinggal
N	Valid	99	99	99	99	99
	Missing	0	0	0	0	0

Bukti Fisik (X1)

X1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	1.0	1.0	1.0
	3.00	12	12.1	12.1	13.1
	4.00	62	62.6	62.6	75.8
	5.00	24	24.2	24.2	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

X1.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.00	3	3.0	3.0	3.0
3.00	29	29.3	29.3	32.3
4.00	53	53.5	53.5	85.9
5.00	14	14.1	14.1	100.0
Total	99	100.0	100.0	

X1.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	2	2.0	2.0	2.0
2.00	10	10.1	10.1	12.1
3.00	19	19.2	19.2	31.3
4.00	53	53.5	53.5	84.8
5.00	15	15.2	15.2	100.0
Total	99	100.0	100.0	

X1.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.00	8	8.1	8.1	8.1
3.00	27	27.3	27.3	35.4
4.00	52	52.5	52.5	87.9
5.00	12	12.1	12.1	100.0
Total	99	100.0	100.0	

X1.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.00	4	4.0	4.0	4.0
3.00	16	16.2	16.2	20.2
4.00	45	45.5	45.5	65.7
5.00	34	34.3	34.3	100.0
Total	99	100.0	100.0	

X1.6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	1	1.0	1.0	1.0
2.00	7	7.1	7.1	8.1
3.00	22	22.2	22.2	30.3
4.00	40	40.4	40.4	70.7
5.00	29	29.3	29.3	100.0
Total	99	100.0	100.0	

Orang (X2)**X2.1**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3.00	9	9.1	9.1	9.1
4.00	67	67.7	67.7	76.8
5.00	23	23.2	23.2	100.0
Total	99	100.0	100.0	

X2.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	20	20.2	20.2	20.2
2.00	31	31.3	31.3	51.5
3.00	3	3.0	3.0	54.5
4.00	25	25.3	25.3	79.8
5.00	20	20.2	20.2	100.0
Total	99	100.0	100.0	

X2.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	20	20.2	20.2	20.2
2.00	31	31.3	31.3	51.5
3.00	5	5.1	5.1	56.6
4.00	36	36.4	36.4	92.9
5.00	7	7.1	7.1	100.0
Total	99	100.0	100.0	

X2.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.00	2	2.0	2.0	2.0
3.00	20	20.2	20.2	22.2
4.00	49	49.5	49.5	71.7
5.00	28	28.3	28.3	100.0
Total	99	100.0	100.0	

X2.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	14	14.1	14.1	14.1
2.00	35	35.4	35.4	49.5
3.00	7	7.1	7.1	56.6
4.00	27	27.3	27.3	83.8
5.00	16	16.2	16.2	100.0
Total	99	100.0	100.0	

X2.6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.00	8	8.1	8.1	8.1
3.00	27	27.3	27.3	35.4
4.00	52	52.5	52.5	87.9
5.00	12	12.1	12.1	100.0
Total	99	100.0	100.0	

Kepuasan Konsumen (Y)

Y1.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	2	2.0	2.0	2.0
2.00	3	3.0	3.0	5.1
3.00	9	9.1	9.1	14.1
4.00	67	67.7	67.7	81.8
5.00	18	18.2	18.2	100.0
Total	99	100.0	100.0	

Y1.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.00	5	5.1	5.1	5.1
3.00	20	20.2	20.2	25.3
4.00	58	58.6	58.6	83.8
5.00	16	16.2	16.2	100.0
Total	99	100.0	100.0	

Y1.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	2	2.0	2.0	2.0
2.00	5	5.1	5.1	7.1
3.00	21	21.2	21.2	28.3
4.00	52	52.5	52.5	80.8
5.00	19	19.2	19.2	100.0
Total	99	100.0	100.0	

Y1.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.00	5	5.1	5.1	5.1
3.00	28	28.3	28.3	33.3
4.00	55	55.6	55.6	88.9
5.00	11	11.1	11.1	100.0
Total	99	100.0	100.0	

Y1.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.00	2	2.0	2.0	2.0
3.00	14	14.1	14.1	16.2
4.00	49	49.5	49.5	65.7
5.00	34	34.3	34.3	100.0
Total	99	100.0	100.0	

Y1.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	1.0	1.0	1.0
	2.00	8	8.1	8.1	9.1
	3.00	27	27.3	27.3	36.4
	4.00	36	36.4	36.4	72.7
	5.00	27	27.3	27.3	100.0
	Total	99	100.0	100.0	



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3. Medan, Telp. 061-6624567, Kode Pos 20238

PERMOHONAN JUDUL PENELITIAN

No. Agenda: 1327/JDL/SKR/MAN/FEB/UMSU/12/1/2021

Kepada Yth.
Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
di Medan

Medan, 12/1/2021

Dengan hormat,

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Indah Ismaya
NPM : 1705160136
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran

Dalam rangka proses penyusunan skripsi, saya bermohon untuk mengajukan judul penelitian berikut ini:

Identifikasi Masalah : 1. Banyaknya konsumen yang mengeluh karena antrian terlalu panjang.
2. Penjualan produk tidak stabil atau mengalami penurunan.

Rencana Judul : 1. Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Atas Kualitas Pelayanan.
2. Analisis Target Penjualan Terhadap Realisasi.
3. Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan.

Objek/Lokasi Penelitian : Donat Kentang Syifa Sei Belutu Jl. Setia Budi Kota Medan

Demikianlah permohonan ini saya sampaikan. Atas perhatiannya saya ucapkan terimakasih.

Hormat Saya
Pemohon

(Indah Ismaya)




MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3, Medan, Telp. 061-662456*, Kode Pos 20238

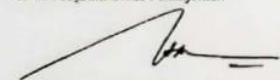
PERSETUJUAN JUDUL PENELITIAN

Nomor Agenda: 1327/JDL-SKR-MAN-FEB-UMSU/12/1/2021

Nama Mahasiswa : Indsi Ismaya
NPM : 1705160136
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran
Tanggal Pengajuan Judul : 12/1/2021
Nama Dosen Pembimbing¹⁾ : Assoc.Prof.Hj. Dewi Andriany, SE., MM 

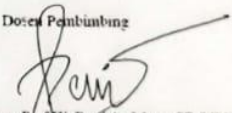
Judul Disetujui²⁾ : Pengaruh Bukti Fisiik dan Kinerja Karyawan
terhadap Kepuasan Konsumen Pada Donat
Kentang Syifa Sei Belutu

Disahkan oleh:
Ketua Program Studi Manajemen


(Jasman Sarifuddin Hasibuan, SE., M.Si.)

Medan, 15 Februari 2021

Dosen Pembimbing


(Assoc.Prof.Hj. Dewi Andriany, SE., MM.)

Keterangan

*1) Dosen salah satu Program Studi

**2) Dosen salah satu Dosen Pembimbing

Setelah terdapat salah satu Dosen pembimbing secara lisan dan dilanjutkan dengan ke-2 nya pada form online "Ujiawal Pengajuan Judul Skripsi"

Dipindai dengan CamScanner



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6623301, Fax. (061) 6625474
Website: <http://www.umsu.ac.id> Email : rector@umsu.ac.id

PENETAPAN DOSEN PEMBIMBING
PROPOSAL / SKRIPSI MAHASISWA

NOMOR : 522 / VGS / IL.3-AU / UMSU-05 / F / 2021

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, berdasarkan Persetujuan permohonan judul penelitian Proposal / Skripsi dari Ketua / Sekretaris :

Program Studi : Manajemen
Pada Tanggal : 10 Maret 2021

Dengan ini menetapkan Dosen Pembimbing Proposal / Skripsi Mahasiswa :

Nama : Indah Ismaya
N P M : 1705160136
Semester : VIII (Delapan)
Program Studi : Manajemen
Judul Proposal / Skripsi : Pengaruh Bukti Fisik Dan Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Donat Kentang Syifa Sei Belutu

Dosen Pembimbing : Perys Laili Khodri, SE.,M.Si

Dengan demikian di izinkan menulis Proposal / Skripsi dengan ketentuan :

1. Penulisan berpedoman pada buku panduan penulisan Proposal/ Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU.
2. Pelaksanaan Sidang Skripsi harus berjarak 3 bulan setelah dikeluarkanya Surat Penetapan Dosen Pembimbing Skripsi
3. **Proyek Proposal / Skripsi dinyatakan " BATAL " bila tidak selesai sebelum Masa Daluarsa tanggal : 08 Maret 2022**
4. Revisi Judul.....

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Ditetapkan di : Medan
Pada Tanggal : 26 Rajab 1442 H
10 Maret 2021 M



Tembusan :
1. Peringgal



Dekan

H. JANURI, SE.,MM.,M.Si.



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6623301, Fax. (061) 6625474
Website: <http://www.umsu.ac.id> Email : rektor@umsu.ac.id

Nomor : 522 /IL.3-AU/UMSU-05/ F / 2021
Lampiran :
Perihal : **IZIN RISET PENDAHULUAN**

Medan, 26 Rajab 1442 H
10 Maret 2021 M

Kepada Yth.
Bapak / Ibu Pimpinan
Donat Kentang Syifa Sei Belutu
Jln.Setia Budi No.75 Tj.Rejo
Di tempat

Assalamu`alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dengan hormat, sehubungan mahasiswa kami akan menyelesaikan studi, untuk itu kami memohon kesediaan Bapak / Ibu sudi kiranya untuk memberikan kesempatan pada mahasiswa kami melakukan riset di **Perusahaan / Instansi** yang Bapak / Ibu pimpin, guna untuk penyusunan skripsi yang merupakan salah satu persyaratan dalam menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S-1)

Adapun mahasiswa/i di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara tersebut adalah:

Nama : **Indah Ismaya**
Npm : **1705160136**
Jurusan : **Manajemen**
Semester : **VIII (Delapan)**
Judul : **Pengaruh Bukti Fisik Dan Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Donat Kentang Syifa Sei Belutu**

Demikianlah surat kami ini, atas perhatian dan kerjasama yang Bapak / Ibu berikan kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu `alaikum Wr.Wb



Dekan

H. JANURI, SE., MM., M.SI.

Tembusan :

1. Peringgal



Dipindai dengan CamScanner

DONAT KENTANG SYIFA SEI BELUTU

Jalan Setia Budi No.75 Tanjung Rejo Medan 20122

Medan, 13 Maret 2021

Nomor: /2021

Lamp : -

Perihal: Izin Melaksanakan Penelitian

Kepada Yth :

Bapak Dekan UMSU

DI.-

Tempat

Dengan Hormat, untuk menindak lanjuti surat saudara No.522/II-3AU/UMSU-05/F/2021 Tanggal 10 Maret 2021 perihal sebagaimana tersebut pada pokok surat diatas, yang akan dipergunakan sebagai bahan dalam rangka menyusun Skripsi bersangkutan. Sejalan dengan ini hal tersebut diatas, dari pihak Donat Kentang Syifa Sei Belutu tidak merasa keberatan dan memberi izin kepada:

Nama : Indah Ismaya

Npm : 1705160136

Program Studi : Manajemen

Untuk penelitian terkait penyusunan bahan Skripsi dengan judul : "**Pengaruh Bukti Fisik dan Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Donat Kentang Syifa Sei Belutu**".

Demikian hal ini kami sampaikan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Pimpinan Donat Kentang

Syifa Sei Belutu



(Bambang Hermanto)



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6623301, Fax. (061) 6625474
Website: <http://www.umsu.ac.id> Email: rector@umsu.ac.id

Nomor : 1042/IL.3-AU/UMSU-05/F/2020
Lamp. : -
Hal : MENYELESAIKAN RISET

Medan, 15 Ramadhan 1442 H
27 April 2021 M

Kepada Yth.
Bapak / Ibu Pimpinan
Donat Kentang Syifa Sei Belutu
Di
Tempat

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dengan hormat, sehubungan Mahasiswa kami akan menyelesaikan Studinya, mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan kesempatan pada Mahasiswa kami melakukan Riset di **Perusahaan/instansi** yang Bapak/Ibu pimpin, guna untuk **melanjutkan Penyusunan / Penulisan Skripsi pada Bab IV - V**, dan setelah itu Mahasiswa yang bersangkutan mendapatkan Surat Keterangan Telah Selesai Riset dari Perusahaan yang Bapak/Ibu Pimpin, yang merupakan salah satu persyaratan dalam penyelesaian **Program Studi Strata Satu (S1)** di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan :

Adapun Mahasiswa tersebut adalah :

Nama : **Indah Ismaya**
N P M : **1705160136**
Semester : **VIII (Delapan)**
Jurusan : **Manajemen**
Judul Skripsi : **Pengaruh Bukti Fisik (Physical Evidence) Dan Orang (People) Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Donat Kentang Syifa Sei Belutu**

Demikianlah harapan kami, atas bantuan dan kerjasama yang Bapak/Ibu berikan, Kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh



Dekan

H. JANURI, SE.,MM.,MSI.

Tembusan :

1. *Pertinggal.*

DONAT KENTANG SYIFA SEI BELUTU

Jalan Setia Budi No.75 Tanjung Rejo Medan 20122

Medan, 28 April 2021

Nomor: /2021

Lamp: -

Perihal: Selesai Penelitian

Kepada Yth:

Bapak Dekan UMSU

DI-

Tempat

Berkenaan dengan surat dari Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara No.522/II-3AU/UMSU-05/F/2021 Tanggal 10 Maret 2021 perihal: Izin Riset Pendahuluan.

Berkaitan dengan hal tersebut di atas Donat Kentang Syifa Sei Belutu memberikan surat keterangan bahwa:

Nama : Indah Ismaya

Npm : 1705160136

Program Studi : Manajemen


Judul : Pengaruh Bukti Fisik (*Physical Evidence*) dan Orang (*People*) Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Donat Kentang Syifa Sei Belutu™.

Adalah benar telah menyelesaikan Penelitian Riset di Donat Kentang Syifa Sei Belutu.

Demikian hal ini disampaikan agar dapat dipergunakan sebaik-baiknya.

Pimpinan Donat Kentang

Syifa Sei Belutu


(Bambang Hermanto)



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
UPT PERPUSTAKAAN

Jl. Kapt. Mukhtar Basri No. 3 Telp. 6624567 - Ext. 113 Medan 20238
Website: <http://perpustakaan.umsu.ac.id>

SURAT KETERANGAN

Nomor: ...681/KET/11.6-AU/UMSU-P/M/2021

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Berdasarkan hasil pemeriksaan data pada Sistem Perpustakaan, maka Kepala Unit Pelaksana Teknis (UPT) Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dengan ini menerangkan :

Nama : INDAH ISMAYA
NPM : 1705160136
Fakultas : Ekonomi dan Pisinis
Jurusan/ P.Studi : Manajemer

telah menyelesaikan segala urusan yang berhubungan dengan Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan.

Demikian surat keterangan ini diperbuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Medan, 8 Zulqaidah 1442 H
18 Juni 2021 M

Kepala UPT Perpustakaan.

Muhammad Arifin, S.Pd, M.Pd



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3. Medan, Telp. 061-6624567, Kode Pos 20238

BERITA ACARA PEMBIMBINGAN PROPOSAL

Nama Mahasiswa : INDAH ISMAYA
NPM : 1705160136
Nama Dosen Pembimbing: Assoc.Prof.Hj.Dewi Andriany SE., MM

Pogram Studi : MANAJEMEN
Konsentrasi : PEMASARAN
Judul Penelitian: Pengaruh Bukti Fisik (*Physical Evidence*) dan Orang (*People*) Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Donat Kentang Syifa Sei Belutu

Item	Hasil Evaluasi	Tanggal	Paraf Dosen
Bab 1	Perbaikan identifikasi masalah dan batasan	24/2 2021	
Bab 2	Teori ditambah dan cari dari sumber yang terbaru	2/3 2021	
Bab 3	Perbaikan tentang definisi operasional Populasi dan sampel	8/3 2021	
Daftar Pustaka	Sudah sesuai dengan aplikasi Mendeley	10/3 2021	
Instrumen Pengumpulan Data Penelitian	Sudah sesuai dengan panduan dan kuesioner sudah diperiksa pembimbing	13/3 2021	
Persetujuan Seminar Proposal	acc n/ seminar proposal	14/3 2021	

Medan, 14 Maret 2021

Diketahui Oleh:
Ketua Program Studi

(Jasman Saripuddin Hsb, SE., M.Si)

Disetujui Oleh:
Dosen Pembimbing

(Assoc.Prof.Hj.Dewi Andriany SE., MM)



MAJLIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Kapt. Mochtar Basri No. 3 ☎ (061) 6624567 Ext: 304 Medan 20238

BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL JURUSAN MANAJEMEN

Pada hari ini Jum'at 19 Maret 2021 telah diselenggarakan seminar Proposal Program Studi Manajemen menerangkan bahwa :

Nama : Indah Ismaya
N.P.M. : 1705160136
Tempat / Tgl.Lahir : Kabun, 04 Mei 1999
Alamat Rumah : Jalan Veteran Helvetia Psr V Komplek PTPN 2 No 18
JudulProposal : Pengaruh Bukti Fisik dan Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Donat Kentang Syifa Sei Belutu


Disetujui / tidak disetujui *)

Item	Komentar
Judul	Menganti Variabel X2
Bab I	
Bab II	Teori setiap Variabel minimal 2 sumber
Bab III	
Lainnya	
Kesimpulan	<input checked="" type="checkbox"/> Lulus <input type="checkbox"/> Tidak Lulus


Medan, Jum'at 19 Maret 2021

TIM SEMINAR


Ketua


Jasman Saripuddin, S.E., M.Si.

Pembimbing


Assoc.Prof.IH. Dewi Andriany, SE, M.M

Sekretaris


Assoc.Prof.Dr.Jufrizen, SE, M.Si.
Pembanding


Jasman Saripuddin, SE, M.Si.



MAJLIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Kapt. Mukhtar Basri No. 3 Tel. (061) 6624567 Ext. 304 Medan 220238



PENGESAHAN PROPOSAL

Berdasarkan hasil Seminar proposal Program Studi Manajemen yang diselenggarakan pada hari **Jum'at 19 Maret 2021** menerangkan bahwa:

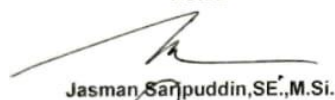
Nama : Indah Ismaya
N .P.M. : 1705160136
Tempat / Tgl.Lahir : Kabun, 04 Mei 1999
Alamat Rumah : Jalan Veteran Helvetia Psr V Komplek PTPN 2 No 18
JudulProposal : Pengaruh Bukti Fisik dan Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Donat Kentang Syifa Sei Belutu

Proposal dinyatakan syah dan memenuhi Syarat untuk menulis Skripsi dengan pembimbing : Assoc.Prof.Hj. Dewi Andriany, SE, M.M

Medan, Jum'at 19 Maret 2021

TIM SEMINAR

Ketua


Jasman Saripuddin, SE., M.Si.

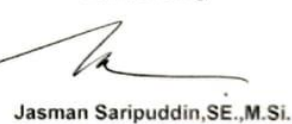
Pembimbing


Assoc.Prof.Hj. Dewi Andriany, SE., M.M

Sekretaris


Assoc.Prof.Dr. Jufrizen, SE, M.Si.

Pembanding


Jasman Saripuddin, SE., M.Si.

Diketahui / Disetujui

A.n. Dekan
Wakil Dekan I


ADE GUNAWAN, S.E., M.Si.