



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN  
DI WAROENG KOPI AURA, KAJEN**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat  
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Oleh:

**ISTITHO'ATUL AMALIYYAH**  
**NIM. 2013115213**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN  
2020**



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN  
DI WAROENG KOPI AURA, KAJEN**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat  
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh:

**ISTITHO'ATUL AMALIYYAH**  
**NIM. 2013115213**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN  
2020**



**SURAT PERNYATAAN  
KEASLIAN SKRIPSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Istitho'atul Amaliyyah**  
NIM : **2013115213**  
Fakultas : **Ekonomi dan Bisnis Islam**

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Di Waroeng Kopi Aura, Kajen** adalah benar-benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya. Apabila Skripsi ini terbukti merupakan hasil duplikasi atau plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi akademis dan dicabut gelarnya.

Pekalongan, 10 Maret 2020

Yang Menyatakan


**ISTIHO'ATUL AMALIYYAH**  
**NIM. 2013115213**

## NOTA PEMBIMBING

**Ade Gunawan, M.M**

Jl. Kusuma Bangsa N0. 9 Pekalongan

Lamp. : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdri. Riska Noviasari

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
IAIN Pekalongan  
c.q. Ketua Jurusan Ekonomi Syariah  
di  
PEKALONGAN

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah Skripsi saudara:

Nama : Istitho'atul Amaliyyah

NIM : 2013115213

Jurusan : Ekonomi Syariah

Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen di Waroeng Kopi Aura, Kajen

Dengan ini mohon agar Skripsi Saudari tersebut dapat segera dimunaqasahkan

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Pekalongan, 10 Maret 2020

Pembimbing,



**Ade Gunawan, M.M**  
NIP. 19810425 201503 1 002





KEMENTERIAN AGAMA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Pahlawan No.52 Rowolaku, Kajen Pekalongan Jawa Tengah 51161

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan mengesahkan skripsi Saudara/i :

Nama : **ISTITHO'ATUL AMALIYYAH**  
NIM : **2013115213**  
Judul Skripsi : **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI WAROENG KOPI AURA, KAJEN**

Telah diujikan pada hari Rabu tanggal 6 Mei 2020 dan dinyatakan LULUS serta diterima sebagai sebagian syarat guna memperoleh gelar Sarja Ekonomi (S.E)

Dewan Penguji

Penguji I

Penguji II

Tanda Tangan untuk Tanda Tangan untuk  
ISTITHO' ATUL AMALIYYAH 2013115213  
23 JUNI 2020 23 JUNI 2020  
Tanda Tangan untuk Tanda Tangan untuk  
ISTITHO' ATUL AMALIYYAH 2013115213  
23 JUNI 2020 23 JUNI 2020

Dr. AM. Muh/ Khafiz Ma'shum, M.Ag

Ahmad Dzulfikar S.Pd, M.Pd.

NIP.19780616 200312 1 003

NIP.198911292018011001

Pekalongan, 23 Juni 2020

Disahkan oleh  
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H.

NIP. 19750220 199903 2 001



## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut.

### 1. Konsonan

Fonem-fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka danha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Z	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es



ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik (di atas)
غ	Ghain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	ﺀ	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

## 2. Vokal

Vokal tunggal	Vokal rangkap	Vokal Panjang
أ = a		إ = ā
إ = i	أي = ai	إي = ī
أ = u	أو = au	أو = ū

## 3. Ta Marbutah

*Ta marbutah* hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh:

مرأة جميلة ditulis *mar'atun jamīlah*

*Ta marbutah* mati dilambangkan dengan /h/

Contoh:

فاطمة ditulis *fātimah*



#### 4. *Syaddad* (*tasydid*, geminasi)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddad* tersebut.

Contoh:

ربنا	ditulis <i>rabbanā</i>
البر	ditulis <i>al-barr</i>

#### 5. Kata sandang (artikel)

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsiyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh:

الشمس	ditulis <i>asy-syamsu</i>
الرجل	ditulis <i>ar-rojulu</i>
السيدة	ditulis <i>as-sayyidinah</i>

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf qomariyah” ditransliterasikan dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

القمر	ditulis <i>al-qamar</i>
البدیع	ditulis <i>al-badi'</i>
الجلال	ditulis <i>al-jalāl</i>

#### 6. Huruf Hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof (/').

Contoh:

أمرت	ditulis <i>umirtu</i>
شيء	ditulis <i>syai'un</i>



## PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Kedua orang tua saya, Bapak Nurudin dan Ibu Nurjanah yang telah memberikan segala kasih sayangnya, do'a dan perjuangannya untuk anak-anaknya.
2. Kakak saya Furqon Awaludin dan adik saya Nuroini Zuhrotun Nafi'ah, serta Nenek saya Dasri dan seluruh keluarga
3. Almamater





## MOTTO

- ◆ *Jenius adalah 1 % inspirasi dan 99 % keringat. Tidak ada yang dapat menggantikan kerja keras.*
- ◆ *Mereka berkata bahwa setiap orang membutuhkan tiga hal yang akan membuat mereka berbahagia di dunia ini, yaitu; seseorang untuk dicintai, sesuatu untuk dilakukan, dan sesuatu untuk diharapkan.*





## ABSTRAK

Kualitas pelayanan dan fasilitas yang dirasakan oleh konsumen akan membentuk suatu persepsi terhadap kualitas jasa di mata konsumen yaitu pencapaian kepuasan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Waroeng Kopi Aura, Kajen.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian menguji hipotesis tentang adanya hubungan antara variabel-variabel (hubungan sebab akibat) persoalan dirumuskan dengan jelas dalam bentuk hipotesis dan percobaan dilakukan untuk menguji hipotesis tersebut. Penelitian ini dilakukan di Waroeng Kopi Aura Kajen dengan mengambil sampel sebesar 100 responden. Teknik analisis data dengan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan bantuan program SPSS.

Hasil penelitian diperoleh: (1) Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Waroeng Kopi Aura Kajen, karena nilai signifikansi ( $\text{sig}$ ) = 0,000 lebih kecil dari 0,05. (2) Fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Waroeng Kopi Aura Kajen, karena nilai signifikansi ( $\text{sig}$ ) = 0,000 lebih kecil dari 0,05. (3) Kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Waroeng Kopi Aura Kajen, karena nilai signifikansi ( $\text{sig}$ ) = 0,000 lebih kecil dari 0,05

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Kepuasan Konsumen

## KATA PENGANTAR

*Assalamualaikum Wr. Wb*

*Alhamdulillah* *rabbi' alamin*. Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan karunia, rahmat, pertolongan, dan hidayahnya sehingga skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen di Waroeng Kopi Aura, Kajen”** dapat diselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak lepas dari dukungan, bantuan, dan bimbingan berbagai pihak, maka pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis sampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. H. Ade Dedi Rohayana, M,Ag selaku Rektor IAIN Pekalongan
2. Ibu Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, M.H selaku Dekan Fakultas Ekonomi Bisnis Islam IAIN Pekalongan
3. Bapak M. Aris Safii M.E.I selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan
4. Ibu Happy Sista Devy, MM selaku Sekertaris Jurusan Ekonomi syariah IAIN Pekalongan
5. Bapak Abdul Aziz, M.Ag. selaku dosen wali yang dari awal perkuliahan sampai berjalannya skripsi selalu memberikan arahan, dukungan, dan sarannya
6. Bapak Ade Gunawan, M.M, selaku dosen Pembimbing yang dengan sabar meluangkan waktu, tenaga, pikiran dalam memberikan bimbingan, arahan, dukungan dan saran dalam penyusunan skripsi ini.





7. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan beserta staf.
8. Orang tua dan sahabat yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan.
9. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam segala hal terutama yang berkaitan dengan skripsi ini.

Akhir

Dengan rendah hati penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Mengingat keterbatasan pengetahuan yang penulis peroleh sampai saat ini. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun guna terciptanya kesempurnaan skripsi ini.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca maupun pihak yang berkepentingan.

*Wassalamualaikum Wr. Wb.*

Pekalongan, 10 Maret 2020  
Penulis

Istitho'atul Amaliyyah



## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERNYATAAN .....	ii
HALAMAN NOTA PEMBIMBING .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
HALAMAN TRANSLITERASI.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	viii
HALAMAN MOTO .....	ix
ABSTRAK.....	x
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I    PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Kegunaan Penelitian.....	8
E. Sistematika Penulisan Skripsi .....	8
BAB II    LANDASAN TEORI .....	10
A. Deskripsi Teori.....	10
1. Kualitas Pelayanan .....	10
2. Pelayanan Dalam Perspektif Ekonomi Islam .....	15
3. Fasilitas.....	18
4. Kepuasan Konsumen.....	25



	B. Penelitian Terdahulu.....	31
	C. Kerangka Berpikir .....	39
	D. Hipotesis.....	40
BAB III	METODE PENELITIAN .....	41
	A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	41
	B. Definisi Operasional.....	42
	C. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel .....	44
	D. Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data Penelitian .....	46
	E. Teknik Analisis Data.....	48
	1. Uji Instrumen Penelitian.....	48
	2. Uji Asumsi Klasik .....	49
	3. Uji Regresi Linear Berganda.....	51
	4. Uji Hipotesis.....	51
	5. Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	52
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	54
	A. Deskripsi Obyek Penelitian .....	54
	B. Hasil Penelitian.....	55
	1. Karakteristik Responden .....	55
	2. Tanggapan Responden Berdasarkan Daftar Pertanyaan .....	58
	C. Analisis Data .....	64
	1. Hasil Uji Instrumen .....	64
	2. Uji Asumsi Klasik .....	67
	3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	70
	4. Pengujian Hipotesis.....	71
	5. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	73
	D. Pembahasan .....	73
	1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	73
	2. Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen .....	75



3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen.....	76
BAB V PENUTUP .....	78
A. Kesimpulan .....	78
B. Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	





## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	32
Tabel 3.1 Variabel Penelitian .....	43
Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	55
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Umur.....	55
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan .....	56
Tabel 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	56
Tabel 4.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Penghasilan.....	57
Tabel 4.6 Deskripsi Responden Frekuensi Kedatangan .....	57
Tabel 4.7 Deskripsi Tanggapan Responden Tentang Variabel Kualitas Pelayanan.....	58
Tabel 4.8 Deskripsi Tanggapan Responden Tentang Variabel Fasilitas....	60
Tabel 4.9 Deskripsi Tanggapan Responden Tentang Variabel Kepuasan Konsumen.....	62
Tabel 4.10 Validitas Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ), Fasilitas ( $X_2$ ) dan Kepuasan Konsumen (Y) .....	65
Tabel 4.11 Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian .....	67
Tabel 4.12 Uji Kolmogorov-Smirnov .....	68
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinieritas.....	69
Tabel 4.14 Hasil Uji Heterokedastisitas (Uji Glejser).....	70
Tabel 4.15 Hasil SPSS Regresi Linier Berganda dan Nilai t-Hitung .....	70
Tabel 4.16 Hasil ANOVA untuk Uji F.....	72
Tabel 4.17 Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	73





**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran .....40



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Data Mentah Penelitian

Lampiran 3 Rumus Dan Hasil Perhitungan Statistik

Lampiran 4 Hasil Uji Instrumen

Lampiran 5 Surat Izin Penelitian

Lampiran 6 Surat Balasan Penelitian

Lampiran 7 Daftar Riwayat Hidup





## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi ini, persaingan bisnis menjadi sangat tajam, baik di pasar domestik maupun di pasar internasional/global. Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada konsumennya, misalnya dengan memberikan produk yang lebih baik, harganya yang murah (terjangkau), penyerahan produk yang lebih cepat dan pelayanan yang lebih baik dari pada para pesaingnya.<sup>1</sup> Apabila konsumen telah merasakan kepuasan maka mereka akan menjadi pelanggan yang setia (loyal).

Pelayanan dan kepuasan konsumen merupakan tujuan utama dalam perusahaan karena tanpa konsumen, perusahaan tidak akan ada. Konsumen ditarik dengan tawaran yang lebih kompetitif dan dipertahankan dengan memberikan kepuasan kepada konsumennya.<sup>2</sup> Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang sangat erat dengan kepuasan konsumen. Kualitas yang lebih tinggi menghasilkan kepuasan konsumen yang lebih tinggi juga. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Kualitas pelayanan juga menjadi salah satu kunci utama keberhasilan. Hal tersebut sepaham dengan pendapat

---

<sup>1</sup> J.Supranto, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2011), Cet.Ke-4, hlm.1.

<sup>2</sup>Nina Rahmayanty, *Manajemen Pelayanan Prima*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), hlm.6.

Tjiptono dimana kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya unruk mengimbangi harapan pelanggan.<sup>3</sup>

Penelitian yang dilakukan oleh Resty Avita Haryanto menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh Mail Hillian Batin menunjukkan bahwa variabel pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pembeli. Konsumen merupakan satu-satunya alasan hidup dan tumbuhnya suatu perusahaan. Alasan ini menyebabkan kepuasan konsumen menjadi prioritas utama bagi perusahaan. Kepuasan konsumen yang berujung pada tuntutan konsumen sehingga konsumen tidak hanya menginginkan kualitas produk dengan harga yang relatif murah tetapi juga kemudahan untuk mendapatkan produk. Kepuasan menjadi peran yang sangat penting dalam pembelian suatu produk dan jasa yang dilakukan oleh konsumen.<sup>4</sup>

Perilaku konsumen dalam memilih suatu produk atau jasa juga menjadi salah satu faktor utama pendorong persaingan bisnis, untuk menarik minat konsumen membeli produk atau jasa yang ditawarkan maka dibutuhkan harga yang kompetitif dibandingkan harga yang ditawarkan pesaing, dan kualitas pelayanan yang baik kepada konsumen.

---

<sup>3</sup>Fandy Tjiptono, *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*, Yogyakarta: Andi Offset, 2008, hlm.92.

<sup>4</sup>Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, edisiIII, Yogyakarta: Andi Offset, 2008, hlm.99.



Ketatnya persaingan dalam dunia usaha saat ini, menyebabkan setiap perusahaan harus mampu menciptakan keunggulan bersaing dibandingkan kompetitor lainnya. Salah satu keunggulan bersaing selain kualitas pelayanan yang baik dan ramah dapat meningkatkan kepuasan konsumen terhadap produk dan jasa adalah dengan menciptakan dan meningkatkan pelaksanaan *servicescapes* atau fasilitas fisik. Keberadaan fasilitas seperti toilet, tempat parkir yang luas dan aman, meeting room, penempatan ruangan yang nyaman, design interior dan eksterior, dapur dan terutama tempat beribadah akan menambah nilai terhadap kepuasan konsumen. Menurut Tjiptono dalam Moha dan Sjendry, mendefinisikan fasilitas adalah sumber daya fisik yang baru ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas dapat pula berupa segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam memperoleh kepuasan.<sup>5</sup>

Penelitian yang dilakukan oleh M.S. Ransulangi, S. Mandey, dan W.A Tumbuhan menyatakan variabel *servicescapes* (fasilitas fisik) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.<sup>6</sup> Penelitian yang dilakukan oleh Lonardo dan Yashinta Soelasih menunjukkan bahwa lingkungan fisik tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.<sup>7</sup>

---

<sup>5</sup>Sartika Moha dan Sjendry Loindong, “Analisis Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Yuta di Kota Manado”, (Manado: Jurnal Emba, No.1, Maret, Vol.4, 2016), hlm.577.

<sup>6</sup>M.S. Ransulangi, S.Mandey, dan W.A. Tumbuhan, “Pengaruh Kualitas Produk, harga dan Servicescape terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Rumah Makan Ocean 27 Manado”,(Manado: Jurnal Emba, Vol.3 No.3, 2015).

<sup>7</sup>Lonardho dan Yashinta Soelasih, “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lingkungan Fisik Perusahaan Kue Lpis Legit XYZ Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Membangun Word of Mouth Positif”, (Jakarta: Jurnal Manajemen, Vol.11 No.1, 2014).



Menurut Kotler bahwa “Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja (hasil) produk yang dihasilkan oleh perusahaan.<sup>8</sup> Dengan kata lain, Kepuasan Konsumen adalah hasil yang dirasakan pembeli dari kinerja perusahaan yang memenuhi harapan mereka. Konsumen akan merasa puas apabila harapan mereka dipenuhi dan akan merasa senang/bahagia apabila harapan mereka dilebihi. Konsumen yang merasa puas pasti akan setia lebih lama, membeli produk yang lebih banyak, kurang sensitive pada harga dan memberikan komentar baik tentang perusahaan.

Konsumen yang puas akan melakukan pembelian ulang pada waktu yang akan datang dan memberikan kepada orang lain atas produk dan jasa yang dirasakan. Loyalitas terjadi apabila pelanggan merasa puas dengan merek atau kualitas pelayanan yang diterimanya, dan berniat untuk terus melanjutkan hubungannya dengan perusahaan tersebut. Dengan demikian loyalitas dapat terus dipertahankan apabila pihak penyedia jasa berusaha untuk memberikan kualitas pelayanan yang lebih baik kepada konsumennya.

Pada zaman yang semakin maju sekarang ini, dimana globalisasi sudah semakin meresap dalam setiap budaya di Indonesia semakin tinggi dan semakin beragam pula kebutuhan hidup manusia. Dari beragam kebutuhan hidup manusia tersebut, yang paling menonjol sekarang ini yaitu tingkat

---

<sup>8</sup>Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, terjemahan Benyamin Molan, (Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia, 2005), hlm.70.



kebutuhan pemenuhan makanan. Wisata kuliner dalam negeri memiliki beragam jenis masakan Indonesia yang tersebar diseluruh penjuru tanah air dari jajanan kaki lima, rumah makan sederhana samapi dengan restoran mewah. Dunia kuliner tidak akan pernah berhenti, melainkan terus mengikuti perkembangan.

Perkembangan dunia kuliner tersebut juga ikut masuk ke dalam kota kecil seperti Kota Pekalongan. Banyak restoran yang bermunculan di Kota Pekalongan, baik restoran kecil maupun semacam kedai ataupun restoran besar semacam restoran hotel berbintang. Pelayanan dan Fasilitas yang ditawarkanpun beraneka macam, dengan begitu akan menjadi ciri dan keunggulan tersendiri bagi setiap restoran. Hal tersebut menuntut pihak pemilik atau pengelola restoran untuk menciptakan strategi agar mampu bersaing dan unggul dibanding restoran-restoran kompetitornya.

Restoran yang cukup berbeda dengan restoran lainnya dan mampu bertahan di Kabupaten Pekalongan serta bersaing di pasar hingga saat ini adalah Waroeng Kopi Aura, Kajen. Waroeng Kopi Aura Waroeng kopi yang berkelas Cafe Pertama yang ada di Kajen Yaitu tepatnya di Jl. Bahurekso sebelah Bank BTPN Kajen, Pekalongan. Waroeng Kopi Aura ini berdiri pada tahun 2017. Dan baru-baru ini tepatnya bulan Juni 2019, Waroeng Kopi Aura ini telah membuka cabang baru tepatnya di Jl. Jawa Pekalongan, dengan Nama Waroeng Kopi Aura, Pekalongan.







Waroeng Kopi Aura ini mulai dibuka pada tahun 2017, tepatnya di bulan Februari, usaha tersebut cukup menyita perhatian banyak pihak pecinta kuliner. Awal dibuka usaha Waroeng Kopi masih sepi dari pengunjung. Karena belum banyak yang tahu bahwa adanya Waroeng Kopi berkonsep cafe yang ada di Kajen. Tapi lama kelamaan para pengunjung banyak yang berdatangan, dari kalangan remaja, orang dewasa maupun orang tua. Menu yang ditawarkan di sini harganya relatif murah, namun juga bukan murahan. Dengan harga rata-rata makanan Rp. 18.000, dan minuman mulai dari Rp.10.000 saja. Padahal jika dilihat dari segi harga relatif rendah di kalangannya, tetapi relatif tinggi dibanding kedai kecil yang ada di Kajen.

Seiring berjalannya waktu, Waroeng Kopi Aura ini mengalami peningkatan jumlah pengunjung. Hal tersebut dibuktikan dengan meningkatnya pendapatan dalam beberapa bulan pada setelah beroperasinya Waroeng Kopi Aura Kajen. Waroeng Kopi Aura yang bernuansa santai ini cocok dimanfaatkan untuk sekedar bersosialisasi atau bahkan sebagai tempat mendiskusikan beragam keperluan bisnis dalam suasana yang lebih ringan. Waroeng Kopi Aura ini juga menyediakan *Meeting Room* dengan fasilitas ruangan *Full AC* dan dilengkapi proyektor, sehingga konsumen merasa nyaman dan tidak kepanasan.

Seluruh Pelayanan di Waroeng Kopi Aura ini melayani konsumen dengan ramah, selain itu pelayanan yang baik dan cepat kepada konsumen serta membantu konsumen yang mengalami masalah dalam memilih pesanan yang

diinginkan. Fasilitas lain yang disediakan antara lain *free wifi*, *toilet*, *musholla*, tempat parkir yang luas serta *Live Music* sehingga dapat menarik konsumen.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas maka peneliti tertarik untuk meneliti dan mengurai lebih lanjut mengenai **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI WAROENG KOPI AURA, KAJEN”**.

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka yang menjadi permasalahan dalam penulisan penelitian ini adalah

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen di Waroeng Kopi Aura, Kajen?
2. Apakah fasilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen di Waroeng Kopi Aura, Kajen?
3. Apakah kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen di Waroeng Kopi Aura, Kajen?

### **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah

1. Untuk menganalisis kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen di Waroeng Kopi Aura, Kajen.
2. Untuk menganalisis fasilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen di Waroeng Kopi Aura, Kajen.



3. Untuk menganalisis kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen di Waroeng Kopi Aura, Kajen.

#### **D. Kegunaan Penelitian**

Kegunaan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, antara lain :

1. Secara Praktis
  - a. Untuk memberikan informasi bagi mahasiswa dan masyarakat luas tentang pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.
  - b. Untuk menambah kepustakaan dalam dunia pendidikan khususnya prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Bisnis Islam IAIN Pekalongan.
2. Secara Teoritis

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Waroeng Kopi Aura, Kajen. Khususnya bagi perusahaan terkait penelitian, penulis dan pembaca pada umumnya.

#### **E. Sistematika Penulisan**

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka disusunlah suatu sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi dan hal yang dibahas dalam tiap-tiap bab. Adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:



**BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini berisi tentang Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian dan Sistematika Penulisan.

**BAB II : LANDASAN TEORI**

Bab ini berisi tentang Deskripsi Teori, Tujuan Pustaka, Kerangka Berpikir dan Hipotesis.

**BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini berisi tentang Pendekatan Penelitian, Setting penelitian, Variabel Penelitian, Teknik Pengambilan Sampel, Teknik Pengumpulan Data Penelitian, dan Teknik Analisis Data.

**BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi tentang Deskripsi Data, Analisis Data, dan Pembahasan.

**BAB V : PENUTUP**

Bab ini merupakan bab terakhir yang berisi kesimpulan dari hasil penelitian dan saran.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen di Waroeng Kopi Aura Kajen.
2. Fasilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen di Waroeng Kopi Aura Kajen.
3. Kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen di Waroeng Kopi Aura Kajen.

#### B. Saran

1. Bagi pihak manajemen Waroeng Kopi Aura Kajen hendaknya mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan dan fasilitas agar nantinya dapat lebih meningkatkan kepuasan konsumen.
2. Hendaknya bagi peneliti-peneliti berikutnya dapat menggunakan variabel lain di luar penelitian ini yang dapat memberikan pengaruh yang besar terhadap kepuasan konsumen

## DAFTAR PUSTAKA

### 1. Buku

- Abdullah Thamrin dan Francis Tantri. 2013. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Rajawali Pers.
- Cooper R. Donald dan C. William Emory. 1997. Metode Penelitian Bisnis, terjemahan Ellen Gunawan dan Imam Nurmawan, Ed.5, Cet. Ke-4. Jakarta: Erlangga.
- Dermawan, Deni. 2013. Metode Penelitian kuantitatif. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset.
- Edy, Wibowo Agung. 2012. Aplikasi Praktis SPSS dalam Penelitian. Yogyakarta: Gava Media.
- Fauzi, Muchammad. 2009. Metode Penelitian Kuantitatif. Semarang, Walisongo Press.
- Gozhali, Imam. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS19, Cet. Ke-5. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hakim, Lukman. 2012. Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Indriyantoro, Nur dan Bambang Supomo. 2014. Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi & Manajemen. Yogyakarta: Bpfe-Yogyakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Keller. 2007. Manajemen Pemasaran terjemahan Benyamin Molan, Edisi 12, jilid 1. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, Philip. 2005. Manajemen Pemasaran terjemahan Benyamin Molan. Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip. 2005. Manajemen Pemasaran. terjemahan Benyamin Molan. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kuncoro, Mudrajat. 2009. Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi, Edisi Ketiga. Jakarta: Erlangga.
- Latan, Hengky dan Selva Temalagi. 2005. Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi Menggunakan program IBM SPSS 20.0. Bandung: Alfabeta.
- Latan, Hengky dan Selva Temalagi. 2013. Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program IBM SPSS 20.0. Bandung: Alfabeta.



- Lupiyoadi, Rambat. 2014. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Salemba Empat.
- Masyhuri, Zainuddin, M. 2011. Metodologi Penelitian Pendekatan Praktis dan Aplikatif, Cet.Ke-3. Bandung: PT. Refika Aditama.
- M.Nur Rianto.2010. Dasar-Dasar Pemasaran Jasa.Bandung: Alfabeta.
- Rahmayanty, Nina. 2013. Manajemen Pelayanan Prima. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ratnasari Ririn Tri dan Mastuti H.Aksa. 2014. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Salemba Empat.
- Simamora, Bilson. 2003. Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Siregar, Sofyan. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Supranto, J. 2011. Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Menaikkan Pangsa Pasar, Cet.Ke-4. Jakarta: Rineka Cipta.
- Thamrin Abdullah dan Francis Tantri. 2103. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Rajawali Pers.
- Tjiptono, Fandy. 2004. Pemasaran Jasa. Malang: Bayumedia Publishing.
- Tjiptono, Fandy. 2008. Service Management Mewujudkan Layanan Prima. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2008. Strategi Pemasaran. edisi III. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wijaya, Tony. 2013. Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis; Teori dan Praktik. Yogyakarta: Graha Ilmu.

## 2. Jurnal

- Aji, Wahyu Kartika dan Harry Soesanto. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien. studi Pada Pasien Klinik As Syifa di Kab. Bekasi. Bekasi: <http://eprints.undip.ac.id/29643/1/Jurnal.pdf>.



Haryanto, Resty Avita. (2013). Strategi Promosi, Kualitas Produk, Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Restoran Mc Donald's Manado. Manado: Jurnal Emba, Vol.1 No.4.

Moha, Sartika dan Sjendry Loindong. (2016). Analisis Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Yuta di Kota Manado. Jurnal Emba.

Moha, Sartika dan Sjendry Loindong. (2016). Analisis kualitas Pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Yuta di Kota Manado. Manado: Jurnal Emba, No.1, Maret, Vol.4.

Moha, Sartika dan Sjendry Loindong. (2016). Analisis Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Yuta di Kota Manado. Manado: Jurnal Emba, No.1, Maret, Vol.4.

Ransulangi. M.S, Mandey, S dan Tumbuan, W.A. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, harga dan Servicescape terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Rumah Makan Ocean 27 Manado. Manado: Jurnal Emba, Vol.3 No.3.

Ransulangi. M.S, Mandey, S dan Tumbuan, W.A. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Servicescape terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Rumah Makan Ocean 27 Manado. Manado: Jurnal Emba, Vol.3 No.3.

Soelasih, Yashinta dan Lonardho. (2014). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lingkungan Fisik Perusahaan Kue Lpis Legit XYZ Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Membangun Word of Mouth Positif. Jakarta: Jurnal Manajemen, Vol.11 No.1.

### 3. Skripsi

Putri, Mustikawati Setyo.2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen Bus Pariwisata Merpati Trans*, Skripsi Ekonomi dan Bisnis. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.

### 4. Internet

[http://eprints.undip.ac.id/26490/1/Skripsi\\_Ryan\\_Nur\\_Harjanto\\_\(C2A606098\).pdf](http://eprints.undip.ac.id/26490/1/Skripsi_Ryan_Nur_Harjanto_(C2A606098).pdf)

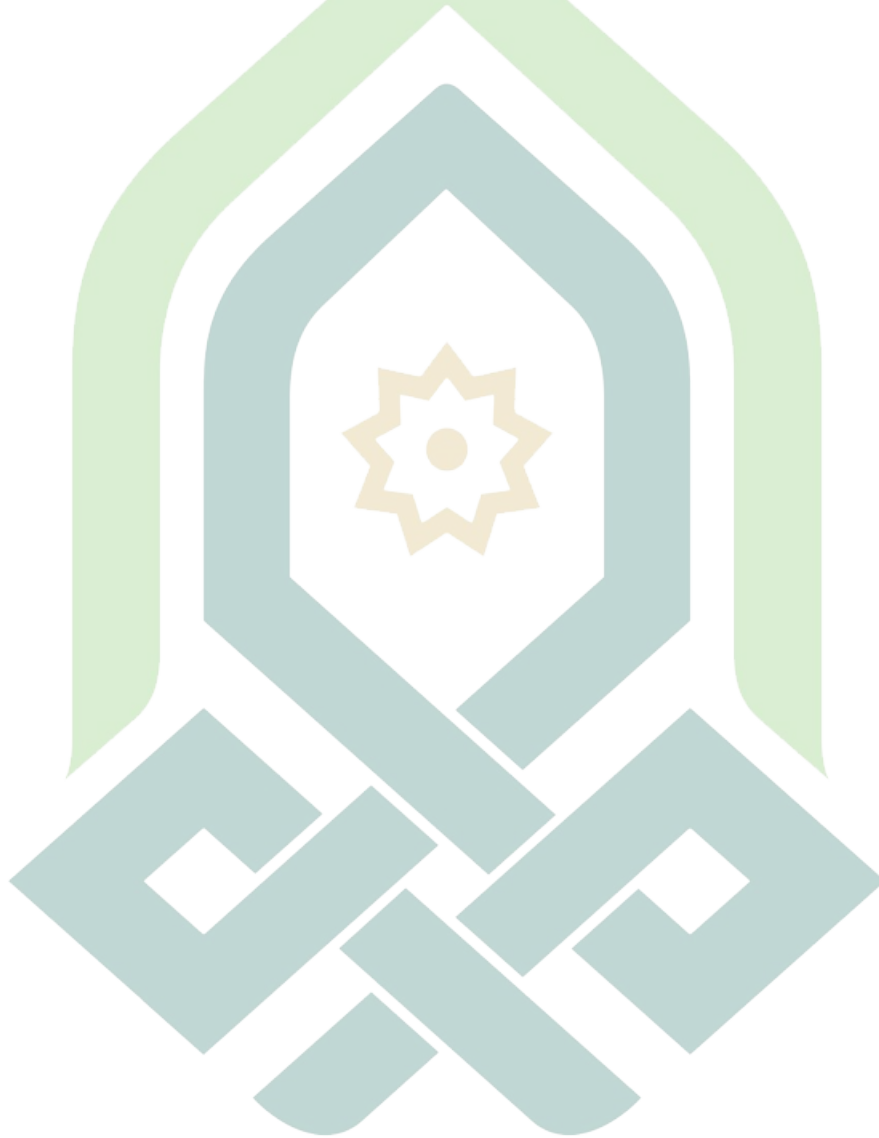
<http://digilib.uin-suka.ac.id/17207/>

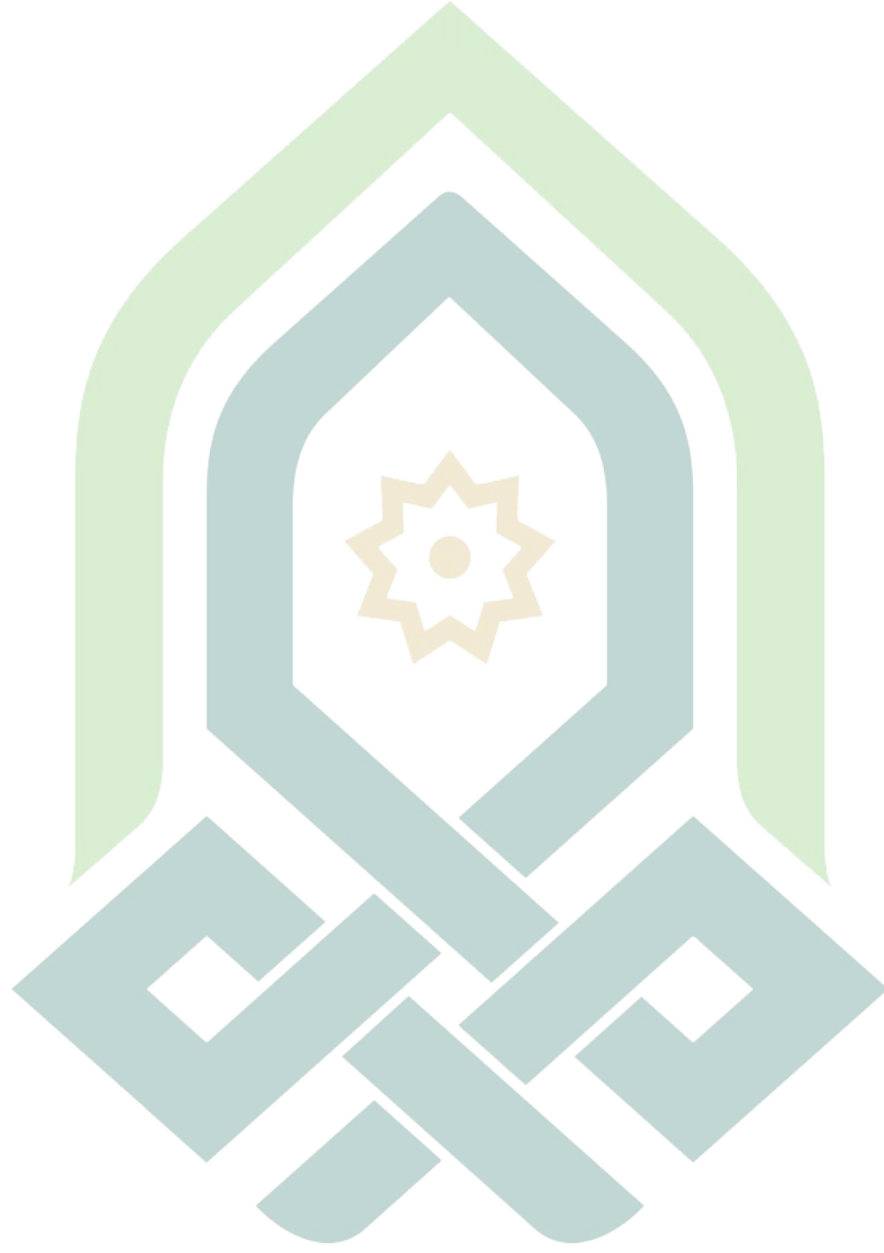
<http://eprints.uny.ac.id/24846/1/Camelia%20Nucivera%20Edyus%20-%200095112244027.pdf>





<http://ikomuniversity.ac.id/pustaka/65203/pengaruh-servicapes-terhadap-kepuasan-konsumen-studi-pada-solaria-trans-studio-mall-tsm-bandung-.html>  
<http://lib.unnes.ac.id/18048/1/7350408909.pdf>  
<http://eprints.ums.ac.id.37082/1/NASKAH%20PUBLIKASI.pdf>







## LAMPIRAN 1

No. Responden

## KUESIONER PENELITIAN

**PENGARUH FASILITAS DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
LOYALITAS MELALUI KEPUASAN KONSUMEN  
DI WAROENG KOPI AURA, KAJEN**

**Data Responden :**

Nama Responden			
Jens Kelamin	a	Pria	b Wanita
Umur	a	< 30 Tahun	b 30 – < 40 Tahun
	c	40 – 50 Tahun	d > 50 Tahun
Pendidikan	a	Sekolah Dasar (SD)	
	b	Sekolah Menengah Pertama (SMP)	
	c	Sekolah Menengah Atas (SMA)	
	d	Akademi (D3)	
	e	Sarjana (S1)	
	f	Pasca Sarjana (S2)	
Pekerjaan	a	Pegawai Negeri Sipil	
	b	Pegawai Swasta	
	c	Wiraswasta	
	d	Lainnya,	sebutkan
Pendapatan per Bulan	a	< Rp 2.500.000	
	b	Rp 2.500.000 – < Rp 3.500.000	
	c	Rp 3.500.000 – < Rp 4.500.000	
	d	> Rp 4.500.000	
Frekuensi datang ke Waroeng Kopi Aura	a	1 – 3 kali seminggu	
	b	Lebih dari 3 kali seminggu	

## Keterangan :

SS = Sangat setuju

S = Setuju

N = Netral

TS = Tidak setuju

STS = Sangat tidak setuju



## PERNYATAAN KUALITAS PELAYANAN

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Waroeng Kopi Aura Kaje n memiliki gedung yang nyaman dan penampilan karyawan yang menarik					
2.	Karyawan Waroeng Kopi Aura Kaje n, melayani konsumen dengan ramah dan sopan.					
3.	Karyawan Waroeng Kopi Aura memiliki daya tanggap yang tinggi dalam memberikan pelayanan dan menanggapi keluhan konsumen					
4.	Karyawan Waroeng Kopi Aura Kaje n memiliki perhatian yang baik terhadap konsumen					
5.	Karyawan Waroeng Kopi Aura Kaje n menjalin komunikasi yang baik dengankonsumen					

### FASILITAS

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Waroeng Kopi Aura Kaje n menyediakan fasilitas tempat parkir yang luas dan aman, musholla dan toilet					
2.	Waroeng Kopi Aura Kaje n menyediakan ruangan ber-AC untuk melakukan <i>meeting</i> serta dilengkapi fasilitas <i>Free WiFi</i>					
3.	Waroeng Kopi Aura Kaje n memiliki Perlengkapan/perabotan yang cukup menarik dan dapat dijadikan <i>background</i> untuk berphoto					
4.	Waroeng Kopi Aura Kaje n memiliki penerangan di dalam ruangan cukup terang dan baik					
5.	Waroeng Kopi Aura Kaje n memiliki pencahayaan dan pewarnaan ruangan cukup harmonis, sehingga nyaman dipandang					
6.	Pesan-pesan yang disampaikan secara grafis berupa tulisan-tulisan di dinding yang menarik dan memberikan kesan bagi konsumen					



### KEPUASAN KONSUMEN

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Waroeng Kopi Aura Kajen cukup baik					
2.	Saya puas dengan kecepatan pada saat memesan makanan/minuman bisa diandalkan					
3.	Saya puas dengan pelayanan pelayanan yang diberikan oleh Waroeng Kopi Aura Kajen tanpa membedakan konsumen					
4.	Saya puas dengan suasana Waroeng Kopi Aura Kajen, dan saya akan datang kembali					
5.	Saya puas dengan menu dan makanan yang tersedia di Waroeng Kopi Aura Kajen, dan saya akan datang kembali					
6.	Saya puas dengan fasilitas yang tersedia di Waroeng Kopi Aura Kajen, dan saya akan datang kembali					
7.	Saya akan merekomendasikan kepada teman, saudara dan tetangga untuk datang ke Waroeng Kopi Aura Kajen karena memiliki kualitas pelayanan yang baik					
8.	Saya akan merekomendasikan kepada teman atau keluarga, bahwa Waroeng Kopi Aura Kajen cocok dijadikan sebagai tempat berkumpul					
9.	Saya akan merekomendasikan kepada teman atau keluarga, bahwa Waroeng Kopi Aura Kajen merupakan kafe yang nyaman untuk bersantai karena memiliki fasilitas yang mendukung					

## LAMPIRAN 2 TABULASI DATA PENELITIAN

Lampiran : Tabulasi Jawaban Responden

No. Resp.	Kualitas Pelayanan (X1)						Fasilitas (X2)							Kepuasan Konsumen (Y)									
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Jml	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Jml	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Jml
1	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	24	4	4	5	4	4	4	4	4	4	33
2	4	5	4	4	4	21	4	4	3	3	4	3	21	4	5	4	4	3	3	3	4	4	30
3	4	5	5	5	5	24	5	5	5	4	5	4	28	4	5	5	5	5	4	4	5	5	37
4	5	5	5	4	4	23	3	5	4	3	4	3	22	5	5	4	4	4	3	3	3	3	31
5	3	3	4	4	4	18	4	3	4	3	4	3	21	3	3	4	5	4	3	3	4	4	29
6	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	4	4	23	4	4	4	4	4	3	4	4	4	31
7	5	5	4	4	4	22	4	5	5	4	4	4	26	5	5	5	5	5	4	4	5	5	38
8	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	4	4	24	5	4	5	4	5	3	4	4	4	34
9	4	3	5	5	5	22	3	3	4	3	3	3	19	4	3	3	3	4	3	3	4	4	27
10	5	5	4	4	4	22	4	5	4	4	4	4	25	5	5	4	4	4	4	4	4	4	34
11	3	3	3	3	3	15	4	3	4	4	4	4	23	3	3	4	5	4	4	4	4	4	31
12	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	4	4	23	4	4	4	4	4	3	4	4	4	31
13	5	5	5	4	4	23	4	5	5	4	4	4	26	5	5	5	5	5	4	4	4	4	37
14	4	5	4	4	4	21	3	5	4	3	4	4	23	4	5	4	5	4	3	4	3	3	32
15	5	5	4	4	4	22	4	4	4	4	4	4	24	5	5	4	4	4	3	4	4	4	33
16	3	3	4	4	3	17	4	3	4	4	4	4	23	3	3	4	5	4	4	4	4	4	31
17	4	4	4	3	4	19	4	4	4	3	4	4	23	4	4	4	4	4	3	4	4	4	31





18	5	5	3	3	3	<b>19</b>	5	5	5	4	4	4	<b>27</b>	5	5	5	4	5	4	4	5	5	<b>37</b>
19	4	5	4	4	4	<b>21</b>	4	4	4	3	3	3	<b>21</b>	4	5	4	4	4	3	2	4	4	<b>30</b>
20	5	4	4	4	4	<b>21</b>	4	4	4	3	4	4	<b>23</b>	5	4	4	5	4	3	4	4	4	<b>33</b>
21	4	4	4	4	4	<b>20</b>	3	4	4	3	4	3	<b>21</b>	4	4	4	4	4	3	3	4	4	<b>30</b>
22	4	4	4	4	4	<b>20</b>	4	4	5	4	4	3	<b>24</b>	4	4	5	4	5	4	3	4	4	<b>33</b>
23	4	4	4	4	5	<b>21</b>	4	4	3	4	4	4	<b>23</b>	4	4	5	4	3	4	4	4	4	<b>32</b>
24	5	5	5	5	5	<b>25</b>	5	5	4	4	5	5	<b>28</b>	5	5	4	4	4	4	5	5	5	<b>36</b>
25	3	4	4	4	4	<b>19</b>	3	4	4	4	4	4	<b>23</b>	3	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>31</b>
26	4	3	3	3	4	<b>17</b>	3	3	3	3	4	3	<b>19</b>	4	3	3	3	3	3	3	3	3	<b>25</b>
27	4	4	4	4	4	<b>20</b>	3	4	4	4	4	3	<b>22</b>	4	4	4	4	4	4	3	4	4	<b>31</b>
28	4	5	4	4	5	<b>22</b>	4	5	4	3	5	4	<b>25</b>	4	5	4	4	4	3	4	4	4	<b>32</b>
29	4	4	4	4	4	<b>20</b>	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>32</b>
30	4	4	4	4	5	<b>21</b>	4	4	4	4	5	5	<b>26</b>	4	4	4	4	4	4	5	4	4	<b>33</b>
31	4	4	4	3	4	<b>19</b>	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>	4	4	4	4	5	3	4	4	4	<b>32</b>
32	3	4	3	4	3	<b>17</b>	3	3	3	4	3	3	<b>19</b>	3	4	3	3	3	4	3	3	3	<b>26</b>
33	3	3	3	3	3	<b>15</b>	4	3	4	4	3	5	<b>23</b>	3	3	4	4	4	4	5	3	3	<b>30</b>
34	4	4	4	4	4	<b>20</b>	4	4	4	3	4	4	<b>23</b>	4	4	4	3	4	3	4	4	4	<b>30</b>
35	4	4	4	4	5	<b>21</b>	4	4	3	3	5	4	<b>23</b>	4	4	3	4	3	3	4	4	4	<b>29</b>
36	4	5	5	4	5	<b>23</b>	4	5	5	4	5	4	<b>27</b>	4	5	4	4	5	4	4	5	5	<b>35</b>
37	5	5	4	4	5	<b>23</b>	4	5	4	4	4	4	<b>25</b>	5	5	4	5	4	3	4	4	4	<b>34</b>
38	5	5	4	4	5	<b>23</b>	4	5	4	4	4	4	<b>25</b>	5	5	4	5	4	3	4	4	4	<b>34</b>
39	3	3	3	3	4	<b>16</b>	3	3	4	3	4	4	<b>21</b>	3	3	4	5	4	3	4	3	3	<b>29</b>
40	4	4	4	4	4	<b>20</b>	4	4	4	3	4	4	<b>23</b>	4	4	4	4	4	3	4	4	4	<b>31</b>



41	5	5	3	5	4	<b>22</b>	3	5	5	3	4	3	<b>23</b>	5	5	4	4	5	3	3	3	3	<b>32</b>
42	3	4	4	4	5	<b>20</b>	4	4	5	4	5	4	<b>26</b>	3	4	5	4	5	4	4	4	4	<b>33</b>
43	5	5	4	5	4	<b>23</b>	4	5	3	3	4	4	<b>23</b>	5	5	4	4	3	3	4	4	4	<b>32</b>
44	3	3	3	3	3	<b>15</b>	3	3	3	3	3	4	<b>19</b>	3	3	4	4	3	3	4	3	3	<b>27</b>
45	4	4	4	4	4	<b>20</b>	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>	4	4	5	4	5	3	4	4	4	<b>33</b>
46	4	5	4	4	4	<b>21</b>	4	4	4	3	4	4	<b>23</b>	4	5	4	4	4	3	4	3	3	<b>31</b>
47	5	4	5	5	5	<b>24</b>	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>	5	4	4	5	4	4	4	4	4	<b>34</b>
48	4	4	5	4	4	<b>21</b>	3	4	4	3	5	3	<b>22</b>	4	4	4	4	4	3	3	3	3	<b>29</b>
49	4	4	4	4	4	<b>20</b>	4	4	5	3	4	4	<b>24</b>	4	4	5	4	5	3	4	4	4	<b>33</b>
50	4	4	4	4	4	<b>20</b>	4	4	3	4	4	4	<b>23</b>	4	4	3	3	2	4	4	4	4	<b>28</b>
51	5	5	4	4	4	<b>22</b>	4	5	4	4	5	4	<b>26</b>	5	5	4	4	4	4	4	4	4	<b>34</b>
52	4	4	4	4	4	<b>20</b>	5	4	4	4	4	4	<b>25</b>	4	4	5	4	4	4	4	5	5	<b>34</b>
53	4	3	5	5	5	<b>22</b>	4	3	4	4	3	4	<b>22</b>	4	3	4	4	4	4	4	4	4	<b>31</b>
54	4	4	4	4	4	<b>20</b>	4	3	3	3	5	3	<b>21</b>	4	4	3	4	2	3	3	4	4	<b>27</b>
55	4	3	3	3	3	<b>16</b>	4	3	4	4	4	4	<b>23</b>	4	3	5	4	4	4	4	4	4	<b>32</b>
56	4	3	4	4	4	<b>19</b>	3	3	4	3	5	3	<b>21</b>	4	3	4	4	5	2	3	3	3	<b>28</b>
57	5	4	5	4	4	<b>22</b>	5	4	4	4	5	5	<b>27</b>	5	4	4	4	4	4	5	5	5	<b>35</b>
58	4	4	4	4	4	<b>20</b>	5	4	4	4	5	5	<b>27</b>	4	4	4	4	4	4	5	5	5	<b>34</b>
59	5	5	4	4	4	<b>22</b>	4	5	4	3	5	4	<b>25</b>	5	5	4	5	4	3	4	4	4	<b>34</b>
60	3	3	4	4	3	<b>17</b>	4	3	4	4	4	4	<b>23</b>	3	3	4	4	4	4	4	4	4	<b>30</b>
61	4	4	4	3	4	<b>19</b>	4	4	4	3	4	4	<b>23</b>	4	4	4	4	4	3	4	4	4	<b>31</b>
62	5	5	3	3	3	<b>19</b>	4	5	5	4	4	4	<b>26</b>	5	5	5	5	5	4	4	5	5	<b>38</b>
63	4	3	4	4	4	<b>19</b>	3	3	3	3	3	3	<b>18</b>	4	3	4	4	4	2	3	4	4	<b>28</b>







87	4	4	4	4	4	20	4	4	5	4	4	3	24	4	4	5	5	5	4	3	4	4	34
88	4	5	4	5	5	23	4	4	4	4	5	5	26	4	5	3	4	3	4	5	4	4	32
89	5	4	5	4	5	23	5	4	4	4	5	5	27	5	4	4	5	4	4	5	5	5	36
90	5	5	4	5	4	23	4	4	4	4	4	4	24	5	5	4	5	4	3	4	4	4	34
91	3	3	4	3	4	17	4	3	4	4	4	4	23	3	3	4	4	4	4	4	4	4	30
92	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	4	4	23	4	4	4	4	4	3	4	4	4	31
93	5	5	5	5	4	24	5	5	5	4	4	4	27	5	5	5	5	5	4	4	5	5	38
94	3	4	4	4	3	18	4	4	3	4	3	4	22	3	4	3	3	3	4	4	4	4	28
95	5	4	4	5	4	22	5	4	4	5	4	4	26	5	4	4	4	4	5	4	4	4	34
96	4	5	4	4	3	20	4	5	4	3	3	4	23	4	5	4	4	4	3	4	4	4	32
97	3	4	3	4	4	18	3	4	3	3	4	4	21	3	4	3	4	3	3	4	3	3	27
98	4	3	4	3	4	18	4	3	4	3	4	4	22	4	3	4	5	4	3	4	4	4	31
99	4	4	5	4	4	21	5	4	5	4	4	4	26	4	4	5	4	5	4	4	5	5	35
100	4	5	4	5	5	23	4	5	3	4	5	5	26	4	5	3	4	3	4	5	4	4	32
<b>Jumlah</b>	<b>405</b>	<b>408</b>	<b>398</b>	<b>391</b>	<b>403</b>	<b>2005</b>	<b>396</b>	<b>401</b>	<b>393</b>	<b>359</b>	<b>404</b>	<b>391</b>	<b>2344</b>	<b>404</b>	<b>407</b>	<b>400</b>	<b>412</b>	<b>393</b>	<b>349</b>	<b>392</b>	<b>395</b>	<b>395</b>	<b>3152</b>

### LAMPIRAN3

#### Hasil Uji Validitas

Uji Validitas digunakan Rumus Korelasi *Pearson Product Momment*, dengan rumus:

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

#### Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

		Correlations					
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Tot_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	,651**	,479**	,446**	,325**	,788**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,001	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	,651**	1	,331**	,480**	,307**	,762**
	Sig. (2-tailed)	,000		,001	,000	,002	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	,479**	,331**	1	,569**	,511**	,747**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	,446**	,480**	,569**	1	,500**	,783**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	,325**	,307**	,511**	,500**	1	,684**
	Sig. (2-tailed)	,001	,002	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100
Tot_X1	Pearson Correlation	,788**	,762**	,747**	,783**	,684**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100

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



Variabel Fasilitas (X2)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Tot_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	,383**	,362**	,515**	,412**	,618**	,796**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	,383**	1	,439**	,172	,394**	,320**	,691**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,086	,000	,001	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	,362**	,439**	1	,261**	,257**	,127	,600**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,009	,010	,207	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	,515**	,172	,261**	1	,203*	,461**	,610**
	Sig. (2-tailed)	,000	,086	,009		,042	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	,412**	,394**	,257**	,203*	1	,455**	,673**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,010	,042		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.6	Pearson Correlation	,618**	,320**	,127	,461**	,455**	1	,719**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,207	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Tot_X2	Pearson Correlation	,796**	,691**	,600**	,610**	,673**	,719**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

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



## Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

## Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Tot_Y
Y1	Pearson Correlation	1	,659**	,397**	,441**	,411**	,027	,129	,496**	,496**	,715**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,792	,202	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	,659**	1	,267**	,321**	,267**	,087	,128	,377**	,377**	,628**
	Sig. (2-tailed)	,000		,007	,001	,007	,387	,204	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	,397**	,267**	1	,509**	,806**	,193	,078	,525**	,525**	,752**
	Sig. (2-tailed)	,000	,007		,000	,000	,055	,443	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	,441**	,321**	,509**	1	,481**	,087	,210*	,411**	,411**	,681**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,000		,000	,387	,036	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y5	Pearson Correlation	,411**	,267**	,806**	,481**	1	,055	-,012	,472**	,472**	,707**
	Sig. (2-tailed)	,000	,007	,000	,000		,585	,906	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y6	Pearson Correlation	,027	,087	,193	,087	,055	1	,453**	,379**	,379**	,414**
	Sig. (2-tailed)	,792	,387	,055	,387	,585		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y7	Pearson Correlation	,129	,128	,078	,210*	-,012	,453**	1	,303**	,303**	,422**
	Sig. (2-tailed)	,202	,204	,443	,036	,906	,000		,002	,002	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y8	Pearson Correlation	,496**	,377**	,525**	,411**	,472**	,379**	,303**	1	1,000**	,765**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,002		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y9	Pearson Correlation	,496**	,377**	,525**	,411**	,472**	,379**	,303**	1,000**	1	,765**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,002	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Tot_Y	Pearson Correlation	,715**	,628**	,752**	,681**	,707**	,414**	,422**	,765**	,765**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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



**LAMPIRAN 4**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

**Variabel Kualitas Pelayanan (X1)**

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
,807	5

**Variabel Fasilitas (X2)**

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
,769	6

**Kepuasan Konsumen (Y)**

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
,831	9



## LAMPIRAN 5 Hasil Uji Asumsi Klasik

### 1. Hasil Uji Normalitas

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Exponential parameter. <sup>a,b</sup>	Mean	1,1125442
Most Extreme Differences	Absolute	,173
	Positive	,077
	Negative	-,173
Kolmogorov-Smirnov Z		1,201
Asymp. Sig. (2-tailed)		,112

a. Test Distribution is Normal.

b. Calculated from data.

### 2. Uji Multikolinieritas

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kualitas Pelayanan	,624	1,604
	Fasilitas	,624	1,604

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

### 3. Uji Heterokedastisitas

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,150	1,037		,144	,886
	Kualitas Pelayanan	-,108	,055	-,244	-1,960	,053
	Fasilitas	,132	,082	,313	1,609	,074

a. Dependent Variable: AbsUt

LAMPIRAN6

Hasil Regresi Linier Berganda, Uji Hipotesis (Uji t dan Uji F) dan Uji Koefisien Determinasi

1. Regresi Linier Berganda dan Uji Hipotesis (Uji t)

		Coefficients <sup>a</sup>				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,054	1,536		1,338	,184
	Kualitas Pelayanan	,333	,082	,237	4,080	,000
	Fasilitas	,972	,078	,727	12,528	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

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

Keterangan:

Y : Kepuasan Konsumen

a : Konstanta

X<sub>1</sub> : Kualitas Pelayanan

X<sub>2</sub> : Fasilitas

b<sub>1</sub> dan b<sub>2</sub>: koefisien

2. Uji Hipotesis (Uji F)

		ANOVA <sup>a</sup>				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	868,619	2	434,309	189,475	,000 <sup>b</sup>
	Residual	222,341	97	2,292		
	Total	1090,960	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Fasilitas, Kualitas Pelayanan







### 3. Uji Koefisien Determinasi

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,892 <sup>a</sup>	,796	,792	1,514

a. Predictors: (Constant), Fasilitas, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Foto Kegiatan Penelitian di Waroeng Kopi Aura Kaje





Perpustakaan IAIN Pekalongan



Perpustakaan IAIN Pekalongan





## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### **Identitas Diri**

Nama : Istitho'atul Amaliyyah  
Tempat, Tanggal Lahir : Pekalongan. 03 Oktober 1996  
Alamat : Desa Kayugeritan RT. 02 RW. 06  
Kecamatan Karanganyar, Kabupaten Pekalongan

### **Identitas Keluarga**

Nama Ayah : Nurudin  
Nama Ibu : Nurjanah  
Nama Kakak : Furqon Awaludin  
Nama Adik : Nuroini Zuhrotun Nafi'ah  
Alamat : Desa Kayugeritan RT. 02 RW. 06  
Kecamatan Karanganyar, Kabupaten Pekalongan

### **Pendidikan**

1. SDN 02 Kayugeritan 2003 – 2009
2. SMP Negeri 1 Wonopringgo 2009 – 2012
3. SMK Muhammadiyah Kajen 2012 – 2015
4. Institut Agama Islam Negeri Pekalongan 2015 – 2020

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat digunakan seperlunya.

Pekalongan, 10 Maret 2020

Penulis

Istitho'atul Amaliyyah



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
PEKALONGAN

Jl. Kusumabangsa No. 9 Pekalongan, Telp (0285) 412575 | Faks (0285) 423418  
Website : [perpustakaan.iain-pekalongan.ac.id](http://perpustakaan.iain-pekalongan.ac.id) | email : [perpustakaan@iain-pekalongan.ac.id](mailto:perpustakaan@iain-pekalongan.ac.id)

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika IAIN Pekalongan, yang bertandatangan di bawah ini, saya :

Nama : ISTITHO'ATUL AMALIYYAH  
NIM : 2013115213  
Fakultas / Jurusan : FEBI/ EKONOMI SYARIAH  
e-mail address : [emiellamalia1@gmail.com](mailto:emiellamalia1@gmail.com)  
No. Telepon : 085715737648

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada perpustakaan IAIN Pekalongan, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Tugas Akhir  Skripsi  Tesis  Desertasi  Lain-lain (.....) yang berjudul PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI WAROENG KOPI AURA, KAJEN.

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan IAIN Pekalongan berhak menyimpan, mengalih-media/ format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/publikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/ pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan IAIN Pekalongan, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya dengan sebenarnya.

Pekalongan, 10 Maret 2020



ISTITHO'ATUL AMALIYYAH  
2013115213

NB : Harap di isi, ditempel materai dan ditandatangani kemudian di format pdf dan dimasukkan dalam CD