



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK,
HARGA DAN CITRA PERUSAHAAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
(Studi Kasus pada Penyewaan Layos AM Pemalang)**

SKRIPSI

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

Oleh :

RIZKI AJI SYARIFUDIN
NIM. 2013115238

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



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK,
HARGA DAN CITRA PERUSAHAAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
(Studi Kasus pada Penyewaan Layos AM Pemalang)**

SKRIPSI

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



Oleh :

RIZKI AJI SYARIFUDIN
NIM. 2013115238

**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 : **RIZKI AJI SYARIFUDIN**
NIM : **2013115238**
Judul skripsi : **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi Kasus pada Penyewaan Layos AM Pernalang)**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya ini adalah asli hasil karya atau laporan penelitian yang saya lakukan sendiri dan bukan plagiasi dari hasil karya orang lain. Kecuali yang secara tertulis dikutip dalam penelitian ini dan disebutkan dalam acuan daftar pustaka.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 20 Oktober 2020

Yang menyatakan,



RIZKI AJI SYARIFUDIN

NIM. 2013115238



NOTA PEMBIMBING

H. Tamamudin, SE., MM

Jl. KH. A. Dahlan No. 3 Tirto, Pekalongan

Lamp. : 2 (Dua) Eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdr. Rizki Aji Syarifudin

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan

c.q Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

di

PEKALONGAN

Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

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

Nama : **RIZKI AJI SYARIFUDIN**

NIM : **2013115238**

Program Studi : Ekonomi Syariah

Judul : **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada persewaan layos AM Pemalang)**

Dengan ini mohon agar skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan.

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

Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Pekalongan, 1 Oktokber 2020
Pembimbing,


H. Tamamudin, SE., MM
NIP. 197910302006041018





PEDOMAN TRANSLITERASI

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	ˆ	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal tunggal	Vokal rangkap	Vokal Panjang
---------------	---------------	---------------



أ = a		آ = 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 *rabbanā*

البر ditulis *al-barr*

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 *asy-syamsu*

الرجل ditulis *ar-rojulu*

السيدة ditulis *as-sayyidinah*

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

- Persembahan yang tertinggi hanyalah kepada Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya serta memberikan kemudahan dan kelancaran dalam setiap langkahku. Untuk orang-orang yang sangat berarti dalam hidupku, karya kecil ini penulis persembahkan kepada:
- Bapak H. Tolani dan Ibuku Susriyati tercinta yang senantiasa mendukung, memberikan doa dan nasihat, semangat, cinta dan kasih sayang, serta kerja keras yang tak ternilai harganya.
- Kakaku Siti Nurani dan Adiku Muhammad Agil Afifudin semoga kesuksesan selalu menaungi kita semua.
- Segenap keluarga besar terima kasih atas doa dan dukungan yang kalian semua berikan kepadaku.
- Kepada sahabat-sahabatku yang sudah seperti keluarga bagiku, Salman Hidayat, Muh. Nasih Amin, dan Iwan Probosetyo terima kasih telah menemaniku perjalanan kuliah dari semester awal hingga jatuh bangun capek bersama melewati liku nya skripsi serta sudah menjadi teman selama aku kuliah.
- Kepada teman-teman Ekosy E angkatan 2015 yang selalu memberikan dukungan.
- Almamater tercinta IAIN Pekalongan





MOTTO

“Lakukanlah kebaikan walau sekecil apapun itu, karena kalian tidak tahu kebaikan mana yang akan menghantarkan kalian ke surga”

“...Dan janganlah kamu berputus asa dari rahmat Allah. Sesungguhnya tiada berputus dari rahmat Allah melainkan orang yang kafur..” (QS. Yusuf : 87)





ABSTRAK

Perkembangan usaha jasa di kabupaten Pemalang setiap tahunnya mengalami peningkatan. Hal ini sesuai dengan data Badan Pusat Statistika yang menyatakan bahwa pada tahun 2017 mengalami peningkatan sebesar 5,46 % dibandingkan pada tahun sebelumnya yang sebesar 5,24 %. Kepuasan pelayanan berpusat pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta ketetapan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Disamping kualitas pelayanan yang baik, faktor lain yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih persewaan layos AM Pemalang masalah harga. Harga merupakan salah satu isyarat yang digunakan konsumen dalam proses persepsi, dimana harga akan mempengaruhi penilaian konsumen tentang suatu produk atau jasa.

Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan / *Field Research*, pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan sampel jenuh yaitu semua populasi dijadikan sampel sehingga sampel menjadi 70 responden dengan menyebar kuesioner menggunakan skala likert. Analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda.

Berdasarkan uji T, diperoleh t_{tabel} (1,99714). Adapun variabel yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen adalah variabel kualitas pelayanan dengan t_{hitung} (2,579) ,kualitas produk dengan t_{hitung} (3,536) harga dengan t_{hitung} (2,714), dan citra perusahaan dengan t_{hitung} (2,470). Melalui uji F, menunjukkan secara simultan keempat variabel independen berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen degan F_{hitung} (12,710) > F_{tabel} (2,51). Berdasarkan uji koefisien determinasi, diperoleh *Adjusted R square* sebesar 0,404.

Kata Kunci : Kualtias Pelayanan, Kualitas Produk, Harga, Citra Perusahaan dan Kepuasan Konsumen.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji bagi pencipta alam semesta raya, Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta nikmat-Nya kepada penyusun, sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir penyusunan skripsi yang berjudul *Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam, Lokasi Usaha, dan Harga Terhadap Keberhasilan Usaha Pengusaha Laundry di Kota Pekalongan* untuk memperoleh gelar sarjana strata satu di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam jurusan Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan.

Shalawat dan salam rindu teruntuk baginda Muhammad SAW yang telah menyampaikan risalah pada umatnya dan berjuang demi tegaknya agama Allah sehingga mampu mengajak umat manusia beranjak dari kebodohan menuju umat yang berakhlak mulia.

Penyusun sadar dengan sepenuhnya bahwa selesainya skripsi ini tidak lepas dari asuhan rasa berbagai pihak, untuk itu kami haturkan banyak terimakasih yang mendalam kepada:

1. Bapak Dr. H. Ade Dedi Rohayana, M.Ag selaku Rektor IAIN pekalongan.
2. Ibu Dr. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.
3. Bapak Muhammad Aris Safi'i, M.E.I. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan serta sebagai dosen pembimbing yang dengan sabar dan ikhlas telah mencurahkan waktu dan perhatiannya untuk membimbing dan mengarahkan dalam penyusunan skripsi ini.





4. Seluruh dewan pengajar Ekonomi Syari'ah IAIN Pekalongan, tak terkecuali yang telah ikhlas memberi berbagai mutiara ilmu, khususnya dalam bidang ilmu Ekonomi Islam yang tak ternilai harganya. Semoga ilmu ini akan terus bermanfaat kelak.
5. Bapak H. Tolani dan Ibu Susriyati, untuk setiap lidah yang tergerak dalam setiap doa dan sujudmu, untuk setiap pori-pori yang terlinang keringatmu, untuk tangan dan hati yang selalu lembut membelai dan menasehati. Tak ada yang pantas ku berikan untukmu, hanya segenap doa dan usaha selalu agar hadirku didunia ini berarti dan bermanfaat untukmu.
6. Semua teman-teman Ekonomi syariah yang setia menemani langkah kaki ini untuk menimba ilmu di kampus IAIN Pekalongan, terutama untuk kelas Ekos E tanpa terkecuali.

Hanya kepada Allah penyusun bersimpuh dan berdoa semoga kehendak-Nya senantiasa membawa mereka atas kebahagiaan yang hakiki. Amin.

Akhirnya, penyusun menyadari sepenuhnya bahwa karya ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu saran dan kritik yang membangun sangat penyusun harapkan dan kepada Allah lah penyusun memohon ampunan dan petunjuk dari segala kesalahan. Selebihnya hanya harapan dan do'a agar karya kecil ini bermanfaat adanya.

Pekalongan, 20 Oktober 2020

Penyusun

RIZKI AJI SYARIFUDIN

NIM. 2013115238



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN.....	.ii
NOTA PEMBIMBINGiii
PENGESAHAN	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI	v
PERSEMBAHAN	ix
MOTTO	x
ABTRAK	xi
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Batasan Masalah	7
D. Tujuan Penelitian	7
E. Manfaat Penelitian	8
F. Sistematika Penelitian	9
BAB II KERANGKA TEORI.....	11
A. Landasan Teori	11
1. Kepuasan Konsumen	11
2. Kualitas Pelayanan	17
3. Kualitas Produk	24
4. Harga	30
5. Citra Perusahaan	39
B. Kerangka Berfikir	52
C. Hipotesis Penelitian	56



BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	58
B. Sumber Data	59
C. Variabel Penelitian	59
D. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	63
E. Instrument Penelitian dan Teknik Pengambilan Data	64
F. Teknik/Metode Analisis Data	66
1. Uji Instrumen	67
2. Uji Asumsi Klasik	68
3. Analisis Regresi Linier Berganda	70
4. Uji Hipotesis	71

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN 74

A. Deskripsi Data	74
1. Sejarah AM Pemalang	74
2. Deskripsi Data Penelitian	75
3. Karakteristik Responden	76
B. Analisis Data	79
1. Uji Kualitas Data	79
2. Uji Analisis Data	83
3. Analisis Regresi Linier Berganda	90
4. Uji Hipotesis	92
5. Koefisien Diterminasi	95
C. Pembahasan Hasil Penelitian	96

BAB V PENUTUP.....105

A. Kesimpulan	105
B. Saran.....	106

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data pendapat bulan Januari-Oktober 2019.....	3
Tabel 2. 1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	44
Tabel 3. 1 Operasional Variabel Penelitian.....	61
Tabel 3. 2 Alternatif jawaban dengan skala likert.....	64
Tabel 4. 1 Reponden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	76
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Usia.....	77
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Status	78
Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Pekerjaan	78
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan.....	80
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk.....	80
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Harga	81
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Citra Perusahaan	81
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen.....	81
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	82
Tabel 4. 11 Hasil Uji Normalitas dengan 1-KS	85
Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinieritas	86
Tabel 4. 13 Hasil Uji Heteroskedastisitas	88
Tabel 4. 14 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	90
Tabel 4. 15 Hasil Uji t (Uji Parsial)	92
Tabel 4. 16 Hasil Uji F (Simultan).....	95
Tabel 4. 17 Hasil Uji Koefisien Determinasi	96





DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Skema Kerangka Berpikir	52
Gambar 4. 1 Normal Probability Plot	84
Gambar 4. 2 Uji Scatterplot	89



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Data Mentah Penelitian/Tabulasi Data Kuesioner

Lampiran 3 Rumus dan Hasil Perhitungan Statistik

Lampiran 4 Hasil Uji Instrumen

Lampiran 5 Tabel r untuk df 51-100

Lampiran 6 Daftar Riwayat Hidup





BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan usaha jasa di kabupaten Pemalang setiap tahunnya mengalami peningkatan. Hal ini sesuai dengan data Badan Pusat Statistika yang menyatakan bahwa pada tahun 2017 mengalami peningkatan sebesar 5,46 % dibandingkan pada tahun sebelumnya yang sebesar 5,24 %.¹ Salah satu usaha jasa yang mengalami peningkatan yaitu usaha persewaan layos. Berdasarkan observasi langsung yang dilakukan oleh peneliti dilapangan menunjukkan ada sekitar 95 usaha persewaan layos yang ada di Kecamatan Pemalang dan Kecamatan lainnya.

Salah satu usaha persewaan layos yang masih eksis sampai sekarang ini yaitu persewaan layos AM Pemalang yang beralamatkan di Jalan Berantas Gang KH. Abdurahman Wahid Rt01/01 desa Kebondalem Kecamatan Pemalang. AM Pemalang berdiri pada tahun 1995. Pada awal berdirinya AM Pemalang hanya memiliki modal satu set layos saja, namun dengan berjalanya waktu semakin berkembangnya usaha layos AM Pemalang maka saat ini AM Pemalang sudah memiliki beberapa produk tambahan yaitu beberapa set layos, sound sistem, pajangan pengantin, pajangan sunat, panggung, alat orkes, video shooting dll. Hal tersebut menurut AM Pemalang sangat diperlukan mengingat saat ini semakin besarnya persaingan antar usaha persewaan layos maka semakin banyak produk yang ditawarkan maka peluang mendapatkan konsumen semakin besar.

¹ *Badan Pusat Statistik Pemalang Ikhlas 2019, Diakses dari <https://pemalangikhlaspbs.go.id/menu/1/tentang-bps.html> pada tanggal 15 Desember 2019.*



Bidang jasa merupakan sektor bisnis yang sangat potensial saat ini. hal ini menimbulkan persaingan yang kompetitif. Salah satu yang ditekankan pada usaha persewaan layos yaitu aspek pelayanan yang diberikan.² AM Pemalang menekankan pentingnya pelayanan kepada konsumen seperti pemasangan tepat waktu, keramah tamahan dalam menyikapi permintaan konsumen dan kelonggaran dalam hal pembayaran boleh di akhir acara.

Kepuasan pelayanan yang diberikan sangat penting dalam kemajuan suatu usaha, karena pelayanan merupakan salah satu faktor utama yang menyebabkan maju atau tidaknya suatu usaha. Dengan kata lain yaitu *image* yang baik dilihat bukan dari sudut pandang perusahaan tetapi dari sudut pandang kosumen yang menilai *image* tersebut. Dengan adanya pelayanan yang maksimal diharapkan konsumen bisa menggunakan kembali produk yang AM Pemalang tawarkan di masa yang akan datang.

Faktor penting lain yang sama pentingnya dalam kemajuan suatu usaha yaitu produk yang ditawarkan. Menurut Cooper dan Kleinshmidt dalam keunggulan produk dapat dilihat dari keunikan produk, inovasi dalam pergantian corak terus menerus agar konsumen tidak merasa jenuh, produk yang bervariasi agar konsumen memilih sendiri, keunggulan produk agar konsumen bisa membeli

² Alfi Syahri Lubis dan Nur Rahmad Andayani, "Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality) Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Sucofindo Batam", dalam *Journal of Business Administration* Volume 1, Nomor 2, September 2017. hlm 234.



produk itu sendiri, kecanggihan produk yang mengikuti trend yang sedang berlangsung.³

Produk yang ditawarkan oleh AM Pemalang antara lain Persewaan layos, panggung, sound sistem, pajangan pengantin, pajangan sunat, video shooting, orkes dll. AM Pemalang dalam mengatasi persaingan yang semakin ketat, maka dalam menawarkan produknya ada beberapa cara yaitu salah satunya menerapkan harga peketan (lebih terjangkau) untuk beberapa item produk yang akan disewa seperti paket murah yang berisi 1 set layos, sound sistem dan peralatan dapur yang dipatok hanya 1,5 juta, paket sunat yang berisi pajangan sunat, 1 set layos, sound sistem, video shooting, organ tunggal, panggung yang dipatok dengan harga 5 juta. Dan paket Pengantin yang berisi 1,5 set layos, pajangan pengantin 6 meter, video shoting dan foto, sound sistem, panggung dan organ tunggal dengan kisaran harga 11 juta. Khusus untuk paket pengantin di AM Pemalang masih lebih terjangkau dibandingkan di tempat lain yang jatuh dikisaran 13 juta ke atas.⁴

Tabel 1.1

Data pendapat bulan Januari-Oktober 2019

No	Bulan	Jumlah
1	Januari	5.000.000
2	Februari	4.800.000
3	Maret	4.300.000
4	April	3.300.000

³ Bayu Hadyanto Mulyono, "Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Perumahan Puri Mediterania Semarang)", dalam *Journal of Kualitas Produk* Volume 1, Nomor 2, 2 November 2019.

⁴ Wawancara dengan Bapak H. Yusuf Sholih selaku pemilik AM Pemalang



5	Mei	700.000
6	Juni	10.000.000
7	Juli	6.300.000
8	Agustus	9.000.000
9	September	1.000.000
10	Oktokber	2.500.000

Faktor harga sangat diperhatikan oleh AM Pemalang dalam mengatasi persaingan di lapangan. Menurut Kotler, Persaingan di era globalisasi dalam menetapkan harga pada suatu perusahaan jasa yaitu dengan cara melihat pesaing lainnya, apabila harga terlalu tinggi maka semakin rendah permintaan sedangkan kebalikanya apabila harga terlalu rendah maka semakin tinggi permintaan terhadap produk atau jasa.⁵ AM Pemalang memberikan harga standar seperti yang ada di pasaran di kecamatan Pemalang dan Kecamatan lainnya. AM Pemalang dalam menetapkan harga tidak bersifat baku tetapi juga melihat factor lain seperti pekerjaan dari konsumen, keluarga konsumen ataupun pemakaian produknya. Contoh apabila yang memakai jasa berprofesi sebagai petani atau buruh, maka harga bisa dikurangi dari harga normal sebagaimana yang telah ditetapkan di awal.

Citra perusahaan sangat penting dalam peranya di kalangan konsumen untuk melayani secara langsung ataupun tidak langsung. Konsumen akan cenderung memilih jasa yang sudah dikenal dengan citra perusahaan yang baik

⁵ Kotler, Philip, 2001. *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*, Jakarta : PT. Prehalimdo.

oleh masyarakat. Tetapi citra perusahaan yang rendah bisa membuat konsumen tidak tertarik atas produk atau jasa yang ditawarkan.⁶

AM Pemalang dalam pandangan masyarakat dilihat dari citra perusahaan sangat baik, karena sudah melekat nama ibunya pemilik usaha yaitu Hj. Amalia yang dulu dipakai untuk nama persewaan. Sampai sekarang AM Pemalang masih terkenal nama Hj. Amalia.⁷

AM Pemalang juga sudah terkenal dengan sistem produk paketan yang melekat di konsumen maka dari itu AM Pemalang menambah produk lain agar bisa memberikan harga yang murah tetapi memiliki nilai dan manfaat yang sama dengan yang lainnya.

Memasuki era globalisasi, produk atau jasa yang bersaing dalam pasar semakin banyak dari beragam akibat keterbukaan pasar sehingga terjadi persaingan antara produsen untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen serta memberikan kepuasan kepada konsumen secara maksimal. Situasi ini merupakan situasi ideal yang paling diharapkan para (penyedia jasa) dan disertai pola pembelian yang konsisten.⁸

Kepuasan konsumen merupakan salah satu faktor penting untuk suatu perkembangan dan tujuan suatu usaha. Suatu perusahaan umumnya memiliki strategi-strategi tertentu dalam meningkatkan kepuasan konsumen terhadap produknya. Sebagai mana dijelaskan Engel, et all., bahwa kepuasan konsumen

⁶ Khoerul Umam, "Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan (Study pada Penumpang Gojek di Kota Tegal)", dalam *Journal of Business Administration*, 19 Juli 2020. Hlm 5.

⁷ Wawancara dengan konsumen AM Pemalang atas nama Bapak Sidul

⁸ Tjiptono, Fandi. 2006, *Manajemen Pelayanan Jasa*. Yogyakarta: Penerbit Andi.





merupakan evaluasi pemberi dimana sekurang-kurangnya memberikan hasil (outcome) sama atau melampaui harapan konsumen. Sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan konsumen.⁹

Dalam mewujudkan kepuasan konsumen, AM Pemalang melakukan berbagai strategi yaitu seperti rutin mengganti plafon warna baru agar menarik setiap 3 tahun sekali, setiap melakukan perbaikan pada sound sistem, rutin mengganti pajangan sunat dan pengantin setiap 1 tahun untuk mengikuti perkembangan zaman. Kepuasan konsumen terhadap suatu pelayanan, produk dan harga dilandasi oleh faktor-faktor tertentu. Diantara berbagai faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah mengenai citra positif perusahaan dan adanya penanganan keluhan yang ramah.

Berdasarkan latar belakang di atas peneliti tertarik untuk mengkaji faktor kualitas pelayanan, kualitas produk, harga dan citra perusahaan terhadap kepuasan konsumen. Judul penelitian ini adalah **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga, dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Penyewaan Layos AM Pemalang)**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen persewaan layos AM Pemalang?

⁹ Prtatiwi Hildha Aprilia, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan Traveloka di Yogyakarta", dalam *Journal of Business Administration* Vol 1, No 2, Januari 2019. hlm 7.



2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen persewaan layos AM Pemalang?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen persewaan layos AM Pemalang?
4. Apakah citra perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen persewaan layos AM Pemalang?
5. Apakah kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, dan citra perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen persewaan layos AM Pemalang?

C. Batasan Masalah

Batasan penelitian ini berusaha untuk mengungkap kejadian yang menentukan keberhasilan usaha pengusaha *persewaan layos* di desa Kebondalem, Kecamatan Pemalang, dan Kecamatan lainnya. Adapun batasan masalah pada bulan November 2019 sampai dengan Maret 2020, data yang terbaru supaya data yang diperoleh uptade. Penetapan responden yaitu dengan data yang penulis dapatkan dari AM Pemalang.

D. Tujuan penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai berdasarkan rumusan masalah dalam penelitian adalah :

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen
2. Untuk mengetahui kualitas produk berpengaruh terhadapkepuasaan konsumen



3. Untuk mengetahui harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen
4. Untuk mengetahui citra perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen
5. Untuk mengetahui kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, dan citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen

E. Manfaat Penelitian

1. Secara Akademis

Kegunaan dari penelitian ini adalah untuk mengembangkan dan memperbaiki dalam bidang manajemen pada khususnya pada manajemen pemasaran yang dilakukan AM Pemasang.

2. Secara Praktis

Diharapkan dapat berguna sebagai sarana untuk memberikan informasi mengenai hasil kualitas pelayanan, harga, dan promosi terhadap kepuasan pelanggan persewaan layos AM Pemasang. Dari hasil penelitian yang dilakukan, penulis berharap dapat memberikan manfaat dan berguna bagi:

- a. Bagi peneliti sebagai pengalaman belajar lapangan dalam mempraktekan teori yang ada di perkuliahan dalam praktek kerja langsung, sehingga dapat memberikan sajian penelitian dalam teori yang kami dapatkan sebelumnya.
- b. Bagi pengusaha AM Pemasang dengan adanya penelitian ini diharapkan bisa digunakan sebagai dasar perkembangan dalam menentukan strategi pemasaran khususnya yang berkaitan dengan



Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga, dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Konsumen.

- c. Bagi pembaca (penelitian lainnya) memberikan informasi yang berguna bagi pembaca supaya mengerti dengan adanya persewaan layos AM Pemalang secara detail dan mengerti sistem kinerja suatu usaha jasa.

F. Sitematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisi Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Batasan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian dan Sistematika Penulisan.

BAB II KERANGKA TEORI

Dalam bab ini berisi mengenai Landasan Teori, Telaah Pustaka, Kerangka Berfikir dan Hipotesis Penelitian.

BAB III METODELOGI PENELITIAN

Bab ini berisi mengenai Pendekatan dan Jenis Penelitian, Lokasi Penelitian, Definisi Operasional Variabel, Populasi dan Sampel, Sumber Data, Teknik Pengumpulan Data serta Teknik Analisis Data yang terdiri dari Uji Validitas dan Realibilitas, Uji Asumsi Klasik, Regresi Linear Sederhana dan Uji Hipotesis.



BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas tentang paparan hasil analisis Data yang terdiri dari Uji Validitas dan Realibilitas, Uji Asumsi Klasik, Regresi Linear Berganda dan Uji Hipotesis serta pembahasan Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, Harga, dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Konsumen.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan penelitian dan saran.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga, Citra Perusahaan terhadap kepuasan konsumen pada penyewaan layos AM Pemalang. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen penyewaan layos AM Pemalang sebanyak 70 responden. Berdasarkan data yang telah dilakukan maka dapat diambil keputusan sebagai berikut :

- a) Nilai signifikansi variabel kualitas pelayanan $0,012 < 0,05$ dan $t_{hitung} 2,579 > t_{tabel} 1,99714$ maka H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen dan pengaruhnya positif.
- b) Nilai signifikansi variabel kualitas produk $0,001 < 0,05$ dan $t_{hitung} 3,536 > t_{tabel} 1,99714$ maka H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen dan pengaruhnya positif.
- c) Nilai signifikansi variabel harga $0,009 < 0,05$ dan $t_{hitung} 2,714 > t_{tabel} 1,99714$ maka H_{03} ditolak dan H_{a3} diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen dan pengaruhnya positif.
- d) Nilai signifikansi variabel citra perusahaan $0,016 < 0,05$ dan $t_{hitung} 2,470 > t_{tabel} 1,99714$ maka H_{04} ditolak dan H_{a4} diterima. Sehingga dapat



disimpulkan bahwa variabel citra perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen dan pengaruhnya positif.

- e) Variabel kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, dan citra perusahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada penyewaan layos AM Pemalang ditunjukkan dari hasil uji F dilihat dari $F_{hitung} 12,710 > F_{tabel} 2,51$. Dengan nilai Signifikansi $0,000 < 0,05$. maka secara simultan variabel berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu keputusan nasabah. Variabel kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, dan citra perusahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada penyewaan layos AM Pemalang sebesar 40,4%, dan sisanya 59,6% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini seperti lokasi, kepercayaan, bauran pemasaran dan lain sebagainya.

B. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan penelitian dan simpulan di atas maka dapat diberikan saran sebagai berikut :

1. Hasil penelitian ini masih mampu menjelaskan variabel independen yaitu kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, dan citra perusahaan mempengaruhi variabel dependen yaitu kepuasan konsumen. faktor-faktor yang dapat memengaruhi kepuasan konsumen pada penyewaan layos AM Pemalang lainnya seperti lokasi, kepercayaan dan bauran pemasaran.



2. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengambil sampel yang lebih banyak sehingga hasil analisis dari penelitian yang didapatkan akan lebih akurat atau menambahkan variabel lainnya.





DAFTAR PUSTAKA

1. Buku
Abdul, dkk, *Figh muamalah*, (Jakarta: Kencana Media Group, 2012), hlm 278.

Achmad Sani Supriyanto dan Vivin Maharani. 2013. *Metodologi Penelitian Manajemen Sumberdaya Manusia*. Malang: UIN- Maliki Press. Hlm 49.

Agung Edy Wibowo. 2012. *Aplikasi Praktis SPSS* Hlm 62.

Algifari, Analisis Regresi..., hlm. 77-78

Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Jakarta: Salemba Empat, 2011), hlm. 14.

Buchari Alma, *Pengantar Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2002), hlm. 317.

Etta mamang dan sopiah, *metodelogi penelitian pendekatan praktis dalam penelitian*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2010), hlm. 133.

Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, (Yogyakarta: Andi, 2006), hlm. 61.

Fandy Tjibtono, *Pemasaran Jasa* (Malang : Bayu Publishing, 2011, hlm 432-433

Fandy Tjiptono, *SERVICE MANAJEMENT Mewujudkan Layanan Prima* (Yogyakarta: ANDI, 2008), hlm. 1

Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi Ofset, Edisi Pertama, 2007), hlm.16.

Haryadi Sarjono dan Winda Julianita, *SPSS vs LISREL: SebuahPengantar, Aplikasi untuk Riset*, (Jakarta: Salemba Empat, 2011), hlm. 53.

Hengky Latan dan Selva Temalagi, *Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program IBM SPSS 20.0*, (Bandung: ALFABETA, 2013), hlm. 66.

Herry Sutanton dan Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah....* hlm. 38.

Husein Umar, *Riset Sumber Daya Manusia dalam Organisasi*, (Jakarta: PTSUN, 1998), hlm. 99.



Ibid., Hlm. 96.

Ibid., hlm 278.

Imam Ghazali, *Analisis Multivariated dengan program SPSS, Edisi ketiga*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2005), hlm. 110

Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS19*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), Cet. Ke-5, hlm. 98.

Imam Ghozali. 2011. *Aplikasi Multivariate dengan program SPSS...*Semarang: Univeristas Diponegoro. Hlm139.

Komplikai Hukum Ekonomi Syariah Bab X Pasal 269 No. 1 tentang pemeliharaan objek *ijarah*.

Kotler, Philip, 2001. *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*, Jakarta : PT. Prehalimdo.

Lovelock dan John Wirtz, *Pemasaran Jasa Persepektif edisi 7* (Jakarta: Erlangga, 2011), hlm. 74.

Marissan, *Perilaku Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Ed 1, cet ke-3, (Jakarta: kencana prenada media grup, 2010), hlm. 75

Mc Charty dan Perrault, *Dasar-Dasar Pemasaran, Alih Bahasa Agus Dharma* (Jakarta: Erlangga, 2003), hlm. 107.

Moh Sidik Priadana dan Saludin Muis, *Metodologi Penelitian Ekonomi & Bisnis*, hlm 90.

Nasrun Haroen, *Figh muamalah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007), hlm 228.

Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran, Alih Bahasa Imam Nurmawan* (Jakarta : Erlangga, 2001), hlm. 38.

Philip Kotler dan Kevin Keller, *Manajemen Pemasaran* terjemahan benyamin molen, edisi 12, jilid 1. (Jakarta: PT indeks, 2007) hlm. 177

Philip Kotler & Garry Amstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1*, Ed. Ke-8, (Jakarta: erlangga, 2001), hlm. 272

Ririn Tri Ratnasari dan Mastuti Aksa, *Teori dan Kasus MANAJEMEN PEMASARAN JASA* (Ghalia Indonesia : Bogor, 2011), hlm. 103-104.



- Saifudin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1999), hlm.105.
- Stanton, William J, *Prinsip Pemasaran. Jilid Idan II*, (Terjemah Lamarto), Edisi Ketujuh, (Jakarta: Erlangga, 1998). hlm 308.
- Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2013), hlm. 25.
- Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif dilengkapi dengan Perhitungan Manual & SPSS*, (Jakarta: Kencana, 2014), hlm. 34.
- Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*, (Jakarta: Kencana, 2017), hlm. 57.
- Sofyan, Siregare, *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian: Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010), hlm. 132.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D)*,(Bandung: CV Alfabeta, 2008), hlm. 38.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Pusat Bahasa Depdiknas, 2008), hlm. 199.
- Supranto, *Statistika*, Jakarta : Erlangga, 1998, hlm 218.
- Tony Wijaya. 2013. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis: Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.Cet. Ke-1 hlm. 91.
- Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, (Jakarta: Gema Insani, 1997), hlm. 22.
- William J Stanton, *Prinsip Pemasaran Jilid1*, ed. Ke-7, (Jakarta: erlangga, 2004), hlm. 222.
- V. Wiratna Sujawerni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustakabarupress, 2015), hlm.164.
- Yusuf Nalim, *Statistika Dua*, Diklat Kuliah (Pekalongan: STAIN Pekalongan, 2012), hlm 88.



2. Jurnal

Ade Syarif Maulana, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. TOI”, dalam *Journal Ekonomi* Volume 7 Nomor 2,2 November 2016. hlm 117.

Alfi Syahri Lubis dan Nur Rahmad Andayani, “Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality) Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Sucofindo Batam”, dalam *Journal of Business Administration* Volume 1, Nomor 2, September 2017. hlm 234.

Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, (Jakarta : Ghalia Indonesia, 2010), hlm.102.

Bayu Hadyanto Mulyono, “Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Perumahan Puri Mediterania Semarang)”, dalam *Journal of Kualitas Produk* Volume 1, Nomor 2, 2 November 2019.

Ela Fitriadi, Nova Rini, *Pengaruh Kualitas Pelayanan, terhadap Kepuasan Konsumen pada SHOWROOM PERINTIS MOTOR*,(Jakarta: Jurnal Ekonomi Bisnis & Manajemen STIE Muhammadiyah, 2019).

Eko Susilo, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, harga dan *Servicescape* Terhadap Kepuasan Konsumen pada Planet Ban Pekalongan, dalam *Journal of Business Administration* Volume 2, Nomor 6, November 2019. hlm18-19 dan hlm 23-24.

Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran; Pendekatan Praktis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu,2008), hlm. 115.

Gies Aprisia, Riri Mayliza, “Pengaruh Citra Perusahaan (*CORPORATEIMAGE*) dan PenangananKeluhan (*COMPLAINHANDLING*) terhadap Loyalitas Pelanggan (*LOYALITY*) NATASHA SKIN CARE DI KOTA PADANG”, dalam *Journal of Business Jasa*, 2017. hlm 3.

Jimmy Fachmy, Syahnur Said, Mapparenta, *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Nilai Manfaat terhadap Kepuasan Pelanggan Go-jek* (Paradoks: Jurnal Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Musli Indonesia, 2019).

Khoerul Umam, “Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan (Study pada Penumpang Gojek di Kota Tegal)”, dalam *Journal of Business Administration*, 19 Juli 2020. Hlm 5.



- Kumpulan Artikel Hasil Penelitian Bisnis dari Jurnal Strategic, *Manajemen Bisnis (Berbasis Hasil Penelitian)*, (Bandung: Alfabeta, 2007), hlm. 155.
- Malik Ibrahim, dan Siti Marijan Thawil, *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan*.(Jakarta: Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT, 2019).
- Nasya Larassaty, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada Jasa Barbie Laundry di Bandar Lampung*. (Lampung: Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung, 2017).
- Nova Riskayanti, *Pengaruh Citra Perusahaan, Kepercayaan, dan Harga Terhadap Loyalitas Pengguna Jasa*, (Surabaya: jurnal Ilmu dan Riset Manajemen : Volume 5, Nomor 2, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya 2016).
- Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*, (Jakarta: ERLANGGA, 2008), hlm. 345.
- Prtatiwi Hildha Aprilia, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan Traveloka di Yogyakarta”, dalam *Journal of Business Administration* Vol 1, No 2, Januari 2019. hlm 7.
- Reinald Kasali, *Marketing Public Relations*, (Jakarta: PT Temprint, 2003), hlm. 28.
- Siti Fatimah, “Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan di Diva Clinic Skin & Body Care Pekanbaru Riau, dalam *Journal of Jasa Administration*,13 Juni 2020. hlm 16-18.
- Sudarso Andriasan, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan Sowe Bistro Medan”, dalam *Journal Ekonomi Volume 4 Nomer 3 Desember 2019*. hlm 7.
- Suharno dan Yudi Sutarso, *Marketing In Practice*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), hlm. 179-180.
- Stanton, William J, *Prinsip Pemasaran*. Jilid Idan II, (Terjemah Lamarto), Edisi Ketujuh, (Jakarta: Erlangga, 1998). hlm 308.
- Sumar'in, *Ekonomi Islam: Sebuah Pendekatan Ekonomi Mikro Perspektif Islam*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), hlm. 176.



Suri Amilia, Ayu Novianti, *Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan Konsumen pada Warung Kanasha di Kota Langsa*, (Langsa: Jurnal Manajemen Keuangan Volume 5, No. 1 Fakultas Ekonomi, Universitas Samudra, 2016).

Wirdayani Wahab, *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Industri Perbankan Syariah di Kota Pekanbaru*, (Pekanbaru: Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahaputa Riau, 2017).

3. Skripsi

Eka Giovana, Eka Avianti Ayuningtyas, *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen (EFFECT OF SERVICE QUALITY, PRODUCT QUALITY AND PRICE ON CONSUMER SATISFACTION)*.

Lina Sari Situmeang, *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Istana Hot Plate Medan*. (Sumatera Utara: Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UINSumatera Utara, 2017).

Purnomo Edwin Setyo, *Pengaruh Kualitas Produk, dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen "BEST AUTOWORKS"*, (Surabaya: Skripsi Fakultas Manajemen Bisnis, Universitas Ciputra Surabaya, 2017).

Ratminto dan Atik Septi Winarsih, *MANAJEMEN PELAYANAN Pengembangan Model Konseptual, Penerapan Citizen's Charter dan Standar Pelayanan Minimum* (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2010), hlm. 2.

Sayyidatul Maghfiroh, *"Pengaruh religiusitas, pendapatan, dan lingkungan sosial terhadap minat menabung di Bank Syariah pada santri pesantren Mahasiswi Darul Shalihah"*, (Yogyakarta : Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, 2018).

Qismatun Dlizah, *"Pengaruh Kualitas Kepatuhan Syariah, Nilai Nasabah, Kepercayaan, Citra Perusahaan, dan Penanganan Keluhan terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank BTN Syariah KC Semarang)*, dalam *Journal of Business Jasa*, 13 Juni 2020. hlm24-25.

Qonita Rahmawati, *"Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Fasilitas dan Lokasi terhadap Minat Konsumen Menginap pada Hotel Syari'ah Pekalongan"*, Skripsi Sarjana Ekonomi Syariah, (Pekalongan: STAIN Pekalongan, 2011), hlm. 49.

Yulia Larasati Putri, 2017, *"Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening (Studi*

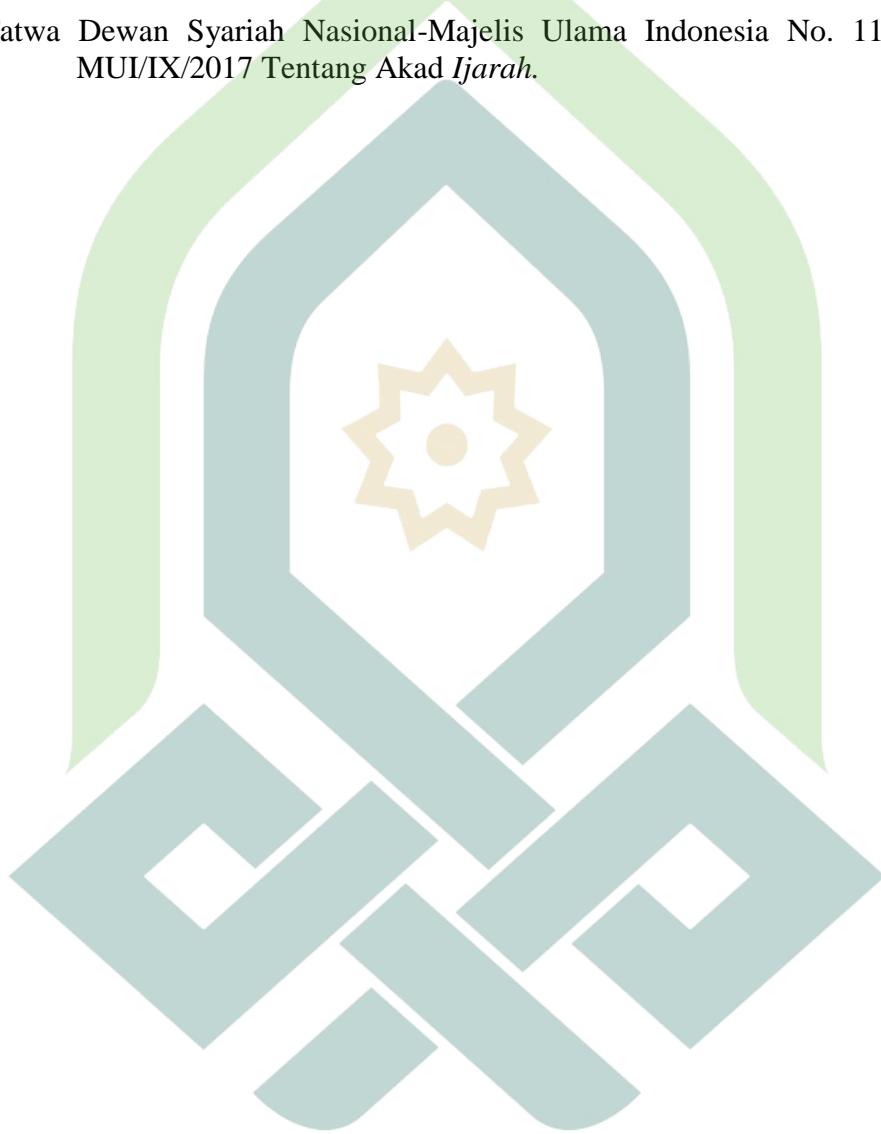


Persepsi pada Pelanggan Dian Comp Ambarawa)”, (Salatiga: Skripsi STIE AMA Salatiga, tahun 2017).

4. Internet

Badan Pusat Statistik Pemalang Ikhlas 2019, Diakses dari <https://pemalangikhlax.bps.go.id/menu/1/tentang-bps.html> pada tanggal 15 Desember 2019.

Fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia No. 112/DSN-MUI/IX/2017 Tentang Akad Ijarah.





LAMPIRAN





LAMPIRAN 1


KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, HARGA,
CITRA PERUSAHAAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (STUDI
KASUS PADA PENYEWAAN LAYOS AM PEMALANG)

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan Hormat, Sehubungan dengan penelitian yang penulis lakukan guna penyusunan tugas akhir berupa skripsi Institut Agama Islam Negeri Pekalongan, maka dengan kerendahan hati peneliti mohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/i untuk mengisi angket berikut dengan jawaban yang sejujurnya. Peneliti bertanggung jawab penuh atas kerahasiaan jawaban Bapak/Ibu/Sdr/i. Atas kesediaan dan kerja samanya saya ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Peneliti

Rizki Aji Syarifudin



DATA PERSONAL RESPONDEN

Nama :

Usia :

Pekerjaan : Pedagang PNS Wiraswata Lain-lain

Jenis Kelamin *) : Laki-laki Perempuan

Status *) : Menikah / Belum Menikah

***) pilih salah satu dengan memberi tanda (✓) pada jawaban yang dipilih**

PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Berilah tanda (✓) pada jawaban yang anda pilih di lembar jawaban yang telah disediakan. Pilihlah jawaban yang sesuai dengan perasaan, pendapat, dan keadaan

Bapak/Ibu/Sdr/i yang sebenarnya. Berikut ini adalah keterangan opsi jawaban:

SS : Sangat Setuju :Berbobot Nilai 5

S : Setuju :Berbobot Nilai 4

KS : Kurang Setuju :Berbobot Nilai 3

TS : Tidak Setuju :Berbobot Nilai 2

STS : Sangat Tidak Setuju :Berbobot Nilai 1



A. Kualitas Pelayanan						
NO	PERTANYAAN	ALTERNATIF JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
	Bukti Langsung (Tangibles)					
	Pemasangan layos tepat waktu dan kemenarikan model plafon layos juga produknya lainnya					
	Keandalan (Realibility)					
	Memberikan pengarahan kepada konsumen agar tidak memesan terlalu banyak ataupun kurang dan memberikan penjelesan produk lainnya					
	Daya Tanggap (Responsiveness)					
	Kesigapan dalam membantu konsumen pada waktu acara dilaksanakan dan mendengarkan keluhan setelah acara selesai					
	Jaminan (Assurance)					
	Memberikan pembayaran diakhir acara dan apabila ada kekurangan atau bisa komplein atan nanti ada potongan harga setelah acara selesai apabila ada kesalahan dari perusahaan					
	Kompetensi (Competence)					
	Model layos tidak kalah dengan pesaing lainnya selalu mengikuti trend dan ada produk lain yang bisa jadi ketertarikan di AM Pemalang					
	Kesopanan (Courtesy)					
	Memberikan pengertian selama acara mulai ataupun sampai acara selesai					
	Kreadibilitas (Creadibility)					
	Memberikan variasi pemasangan plafon dengan rapi dan selalu berbeda setiap di pakai dan selalu memberikan kenyamanan dalam produk lainnya					



Empati (Emphaty)						
	Perhatian karyawan dalam memahami keinginan konsumen dan kepekaan karyawan dalam memahami keinginan konsumen					
B. Kualitas Produk						
NO	PERTANYAAN	ALTERNATIFJAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Apakah konsumen merasa puas atas produk yang dihasilkan					
2	Apakah produk yang ditawarkan sesuai dengan spesifikasi konsumen menjadi daya tarik sendiri dan banyak variasi produknya					
3	Fitur yang ditawarkan dalam produk banyak variasi dan bisa memilih sesuai dengan keinginan konsumen					
4	Kualitas produk sesuai keinginan konsumen dan produk mengikuti trend yang sedang terbaru					
5	Kualitas produk AM Pemalang mempunyai ciri khas agar terlihat menarik konsumen					
C. Harga						
NO	PERTANYAAN	ALTERNATIF JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
	Kerjangkuan Harga					
1.	Harga persewaan layos terjangkau bagi kalangan menengah kebawah tidak memberatkan konsumen					
2.	Harga Borongan lebih menarik dari pada memesan satu produk saja					
	Kesesuaian Harga dengan kualitas produk					
1.	Harga yang dibayarkan sepadan dengan kualitas produk yang ditawarkan					
2.	Harga yang dibayarkan sepadan dengan layanan yang diberikan					



Daya Saing Harga						
1.	Harga layos mampu bersaing dengan pesaing lainnya					
2.	Harga produk lain mampu bersaing dengan produk yang ditawarkan pesaing					
	Kesesuaian Harga dengan manfaat produk					
1.	Harga layos dan produk lain sesuai dengan manfaat yang dirasakan					
D. Citra Perusahaan						
NO	PERTANYAAN	ALTERNATIF JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
	Corporative Image (Citra Perusahaan)					
1.	Menurut saya, AM Pemalang sudah memiliki nama baik dan terpercaya dalam pelayanan maupun produknya mengikuti trend					
2.	Saya memilih AM Pemalang karena sudah lama berdiri, harga tidak memberatkan konsumen					
	User Image (Citra Pemakai)					
1.	Saya lebih menyukai efektifitas dan kenyamanan menggunakan jasa AM Pemalang					
2.	Saya memilih AM Pemalang karena memberikan manfaat yang dapat terbukti/dirasakan di berbagai pelayanan, produk dan harga					
	Product Image (Citra Produk)					
1.	Saya menggunakan jasa AM Pemalang karena bisa memilih produk yang berbeda-beda					
2.	Saya memutuskan untuk memilih AM Pemalang karena dapat memberikan informasi secara lengkap dan tidak memaksa dalam memilih produk lainnya					
E. Kepuasan Konsumen						
NO	PERTANYAAN	ALTERNATIF				



		JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
	Kesesuaian Harapan					
1.	Anda merasa puas atas kinerja AM Pemalang					
2.	Anda merasa puas dengan pelayanan yang diberikan AM Pemalang					
	Minat Berkunjung Kembali					
1.	Anda merasa puas ketika berkunjung di AM Pemalang					
2.	Anda merasa puas dengan produk yang ada di AM Pemalang					
	Kesediaan Merekomendasikan					
1.	Anda merasakan negoisasi dengan baik sama karyawan dan pemilik usaha					
2.	Anda merasa nyaman ketika berkunjung di AM Pemalang					

LAMPIRAN 2

TABULASI DATA KUESIONER

NO	KUALITAS PELAYANAN								TOTAL X1
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	
1.	5	4	4	4	5	4	4	5	35
2.	4	4	4	4	4	4	3	4	31
3.	4	4	4	4	3	4	4	4	31
4.	4	4	4	4	4	4	4	5	33
5.	4	4	4	4	4	4	4	5	33
6.	4	4	4	5	4	4	4	4	33
7.	4	4	4	4	5	4	5	4	34
8.	4	4	5	5	5	4	4	4	35
9.	4	4	5	4	5	4	5	5	36
10.	4	4	4	4	4	5	5	4	34
11.	4	5	4	5	4	3	4	5	34
12.	4	5	4	4	4	4	5	4	34
13.	4	4	5	5	4	5	4	4	35
14.	4	5	4	4	4	4	4	4	33
15.	4	5	5	4	5	4	4	4	35
16.	5	5	5	5	5	4	4	4	37
17.	5	4	4	4	4	4	4	4	33
18.	4	5	5	5	5	4	4	4	36
19.	4	5	5	4	4	4	4	5	35
20.	4	5	4	4	4	4	4	5	34



21.	4	5	5	5	5	4	4	4	36
22.	4	4	4	4	3	4	4	4	31
23.	4	4	5	5	4	4	4	4	34
24.	4	5	4	4	4	4	4	4	33
25.	4	4	5	5	5	4	5	4	36
26.	3	4	4	4	3	4	4	4	30
27.	5	4	4	4	4	4	4	4	33
28.	4	5	4	4	4	4	3	4	32
29.	4	5	5	5	4	4	4	4	35
30.	4	4	4	4	3	5	5	4	33
31.	4	5	5	5	4	5	4	4	36
32.	4	4	3	4	4	4	4	4	31
33.	4	5	4	4	4	4	4	3	32
34.	3	5	5	4	4	4	4	4	33
35.	4	4	4	4	4	4	4	5	33
36.	4	5	5	5	5	4	4	5	37
37.	5	5	5	4	4	4	5	4	36
38.	5	5	5	5	5	4	5	4	38
39.	4	4	3	4	4	4	4	5	32
40.	4	4	4	4	4	4	4	4	32
41.	4	3	4	4	5	4	4	5	33
42.	4	4	3	4	4	4	4	4	31
43.	5	4	4	4	4	4	3	4	32
44.	5	4	4	4	5	5	4	4	35





45.	5	4	4	4	4	5	4	4	34
46.	4	5	5	5	5	4	4	4	36
47.	4	4	5	4	4	4	4	3	32
48.	4	4	4	4	4	4	4	4	32
49.	4	4	4	4	4	4	4	4	32
50.	4	4	4	4	3	4	4	4	31
51.	4	4	4	4	3	4	3	3	29
52.	4	4	4	4	4	4	4	4	32
53.	3	4	4	4	4	3	4	4	30
54.	3	4	4	4	3	4	4	4	30
55.	4	4	5	4	4	4	4	4	33
56.	4	5	4	4	4	4	4	5	34
57.	4	5	4	4	4	4	4	5	34
58.	4	4	5	5	4	5	4	4	35
59.	4	4	4	4	4	4	4	4	32
60.	4	4	5	5	4	5	4	4	35
61.	5	4	5	4	4	4	4	5	35
62.	4	4	4	4	3	4	3	4	30
63.	4	4	4	5	4	4	4	4	33
64.	4	3	4	4	4	4	4	5	32
65.	4	4	4	4	4	4	4	5	33
66.	4	4	4	4	4	4	4	4	32
67.	4	5	4	5	5	4	5	4	36
68.	4	5	4	5	4	4	4	4	34

69.	4	4	5	4	5	4	5	5	36
70.	4	4	5	5	5	5	5	4	37

Sumber : 2020, data primer diolah

NO	LOKASI USAHA						TOTAL X2	HARGA				TOTAL X3
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	
1.	5	4	5	3	3	5	25	4	3	4	4	15
2.	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	20
3.	5	3	5	3	4	5	25	4	4	4	4	16
4.	5	4	5	4	5	5	28	4	4	5	5	18
5.	4	4	4	4	4	5	25	4	4	4	4	16
6.	5	5	5	4	4	4	27	4	4	4	4	16
7.	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	20
8.	4	4	4	4	4	5	25	4	4	4	4	16
9.	4	5	4	4	4	5	26	5	3	5	5	18
10.	5	4	4	3	3	5	24	4	5	4	4	17
11.	5	5	5	4	5	4	28	4	4	4	4	16
12.	5	5	5	5	3	4	27	5	3	4	4	16
13.	4	4	4	3	4	3	22	4	4	4	4	16
14.	5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	4	16
15.	5	5	5	4	4	5	28	4	4	4	4	16
16.	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16
17.	5	3	5	5	4	5	27	4	4	4	5	17
18.	5	5	5	4	4	4	27	4	4	4	4	16





19.	5	5	5	3	5	3	26	4	3	4	4	15
20.	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16
21.	3	5	5	4	4	4	25	4	4	4	4	16
22.	5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	4	16
23.	5	4	5	5	3	4	26	4	4	4	4	16
24.	3	5	5	3	5	5	26	4	4	4	4	16
25.	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16
26.	4	4	4	3	3	2	20	3	4	4	4	15
27.	5	5	4	4	4	4	26	4	4	4	4	16
28.	4	4	4	3	4	5	24	5	3	4	4	16
29.	5	4	5	4	4	5	27	5	4	4	4	17
30.	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16
31.	3	5	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16
32.	5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	4	16
33.	4	4	4	3	3	5	23	5	4	5	4	18
34.	5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	4	16
35.	5	2	5	5	5	5	27	4	4	4	4	16
36.	4	4	4	4	2	4	22	4	4	4	4	16
37.	4	4	4	4	3	4	23	5	4	5	4	18
38.	5	4	5	4	4	4	26	4	4	4	4	16
39.	5	5	5	3	4	5	27	4	4	4	4	16
40.	4	4	4	3	4	4	23	4	4	4	4	16
41.	4	5	4	4	4	5	26	4	4	4	5	17

42.	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	20
43.	4	5	4	4	4	4	25	4	4	4	5	17
44.	4	4	4	5	4	4	25	5	4	4	4	17
45.	4	4	4	4	4	4	24	4	4	5	5	18
46.	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16
47.	4	4	4	3	3	4	22	5	4	5	5	19
48.	3	4	4	4	4	4	23	4	4	4	4	16
49.	4	5	4	4	3	4	24	4	4	4	4	16
50.	4	4	4	4	4	4	24	5	3	4	4	16

Sumber : 2019, data primer diolah

NO	KEBERHASILAN USAHA										TOTAL Y
	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	Y1.8	Y1.9	Y1.10	
1.	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	47
2.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
3.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
4.	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
5.	5	5	5	4	3	3	4	3	5	5	42
6.	5	5	4	4	3	4	4	5	5	5	44
7.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
8.	4	4	4	4	3	4	4	3	5	5	40
9.	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	45
10.	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	42





11.	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	45
12.	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	38
13.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
14.	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	46
15.	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	48
16.	4	4	4	4	3	4	3	3	4	5	38
17.	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	45
18.	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	38
19.	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	41
20.	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	43
21.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
22.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
23.	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	45
24.	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	48
25.	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
26.	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42
27.	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	37
28.	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	37
29.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
30.	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	37
31.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
32.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
33.	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41

34.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
35.	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42
36.	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	38
37.	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	38
38.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
39.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
40.	5	4	4	4	3	3	4	4	4	5	40
41.	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	44
42.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
43.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
44.	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	43
45.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
46.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
47.	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	42
48.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
49.	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42
50.	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	43

Sumber : 2019, data primer diolah





LAMPIRAN 3

RUMUS DAN HASIL PERHITUNGAN STATISTIK

Rumus Analisis Regresi Linier Berganda

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y = Variabel Dependen (Kinerja Karyawan)

α = Konstanta atau Intercept

β = Koefisien Regresi

X_1 = Variabel Independen (Kualitas Pelayanan)

X_2 = Variabel Independen (Kualitas Produk)

X_3 = Variabel Independen (Harga)

X_4 = Variabel Independen (Citra Perusahaan)

e = Error

β_1 = Koefisien regresi antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen

β_2 = Koefisien regresi antara kualitas produk dengan kepuasan konsumen

β_3 = Koefisien regresi antara harga dengan kepuasan konsumen

β_4 = Koefisien regresi antara citra perusahaan dengan kepuasan konsumen



UJI ASUMSI KLASIK

1. Hasil Uji Normalitas

Hasil Uji Kolmogorov- Smirnov (K-S)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		90
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.94019054
Most Extreme Differences	Absolute	.081
	Positive	.060
	Negative	-.081
Test Statistic		.081
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

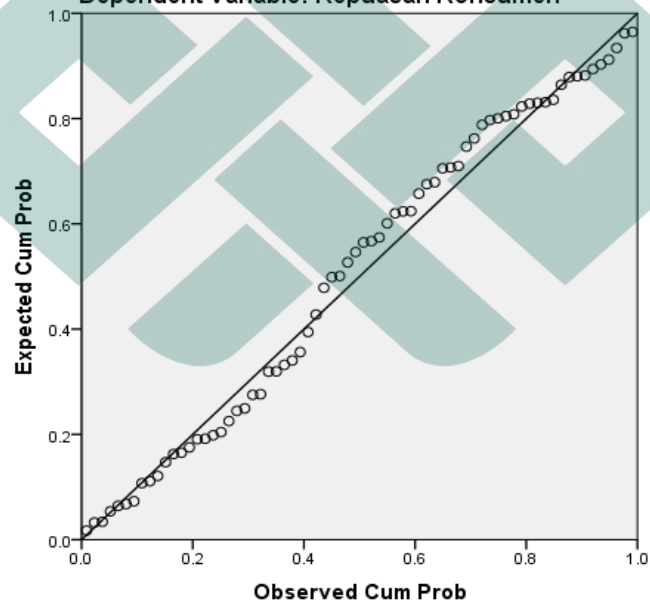
c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Grafik Normal Probability P- Plot

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Kepuasan Konsumen



2. Hasil Uji Multikolienaritas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kualitas Pelayanan	.819	1.222
	Kualitas Produk	.964	1.037
	Harga	.736	1.358
	Citra Perusahaan	.802	1.247

Dependent Variable: Kepuasan Konsumen
2020, data primer diolah

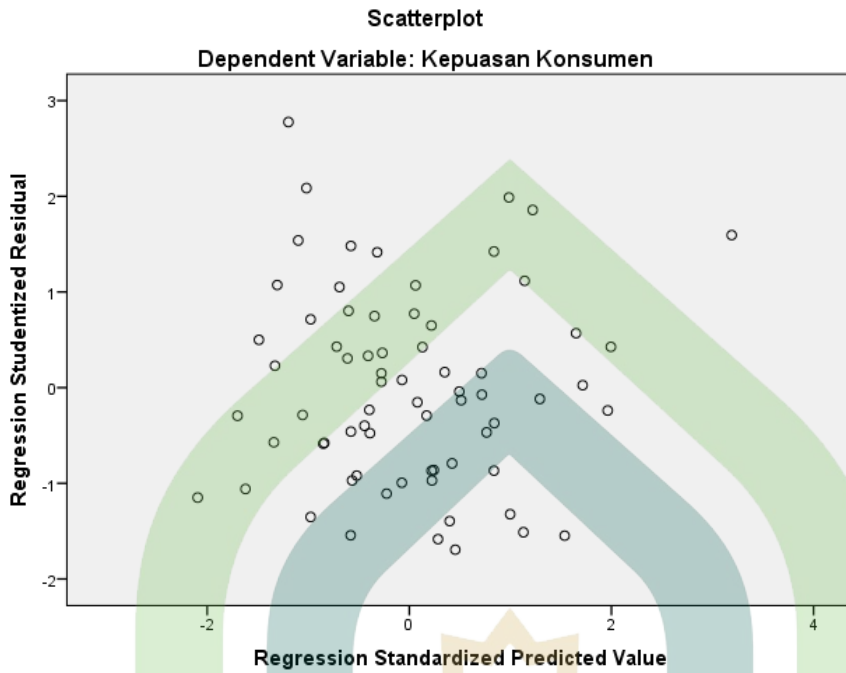
3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.489	1.558		1.598	.115
	Kualitas Pelayanan	.006	.033	.026	.196	.845
	Kualitas Produk	.010	.033	.039	.315	.754
	Harga	.046	.043	.153	1.070	.289
	Citra Perusahaan	.003	.037	.012	.085	.933

Dependent Variable: Abs_Res

Sumber : Data primer yang diolah, 2020





Sumber : 2020, data primer diolah

ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.790	3.041		1.246	.217
	Kualitas Pelayanan	.166	.065	.265	2.579	.012
	Kualitas Produk	.229	.065	.335	3.536	.001
	Harga	.228	.084	.294	2.714	.009
	Citra Perusahaan	.180	.073	.256	2.470	.016

Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

UJI HIPOTESIS

1. Hasil Uji t (Parsial)

Coefficients ^a				
Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	T	Sig.



		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.790	3.041		1.246	.217
	Kualitas Pelayanan	.166	.065	.265	2.579	.012
	Kualitas Produk	.229	.065	.335	3.536	.001
	Harga	.228	.084	.294	2.714	.009
	Citra Perusahaan	.180	.073	.256	2.470	.016

Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

2. Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	47.707	4	11.927	12.710	.000 ^b
	Residual	60.993	65	.938		
	Total	108.700	69			

Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

3. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.662 ^a	.439	.404	.969

a. Predictors: (Constant), Citra Perusahaan, Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

LAMPIRAN 4

HASIL UJI INSTRUMEN
UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

Uji Validitas

		Correlations								
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	Total_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.013	.072	.021	.292 [*]	.204	.034	.053	.395 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.918	.555	.866	.014	.091	.782	.666	.001
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70
X1.2	Pearson Correlation	.013	1	.290 [*]	.306 [*]	.204	-.151	.071	-.067	.443 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.918		.015	.010	.091	.211	.562	.582	.000
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70
X1.3	Pearson Correlation	.072	.290 [*]	1	.523 ^{**}	.419 ^{**}	.199	.235	-.064	.686 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.555	.015		.000	.000	.099	.051	.601	.000
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70
X1.4	Pearson Correlation	.021	.306 [*]	.523 ^{**}	1	.403 ^{**}	.165	.154	-.128	.610 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.866	.010	.000		.001	.173	.204	.293	.000
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70
X1.5	Pearson Correlation	.292 [*]	.204	.419 ^{**}	.403 ^{**}	1	.006	.376 ^{**}	.207	.760 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.014	.091	.000	.001		.958	.001	.085	.000
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70
X1.6	Pearson Correlation	.204	-.151	.199	.165	.006	1	.190	-.180	.393 [*]
	Sig. (2-tailed)	.091	.211	.099	.173	.958		.115	.135	.014



	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70
X1.7	Pearson Correlation	.034	.071	.235	.154	.376**	.190	1	.110	.537**
	Sig. (2-tailed)	.782	.562	.051	.204	.001	.115		.363	.000
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70
X1.8	Pearson Correlation	.053	-.067	-.064	-.128	.207	-.180	.110	1	.450*
	Sig. (2-tailed)	.666	.582	.601	.293	.085	.135	.363		.037
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70
Total_X1	Pearson Correlation	.395**	.443**	.686**	.610**	.760**	.293*	.395**	.443**	.686**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000	.014	.001	.000	.000
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70

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

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

Sumber : 2020, data primer diolah

		Correlations					
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Total_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.579**	.485**	.406**	.345**	.800**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.003	.000
	N	70	70	70	70	70	70
X2.2	Pearson Correlation	.579**	1	.384**	.406**	.297*	.758**
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.000	.013	.000
	N	70	70	70	70	70	70
X2.3	Pearson Correlation	.485**	.384**	1	.572**	.181	.717**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001		.000	.134	.000



X3.4	Pearson Correlation	.171	.310**	.212	1	.111	.144	-.071	.500**
	Sig. (2-tailed)	.156	.009	.078		.361	.235	.559	.000
	N	70	70	70	70	70	70	70	70
X3.5	Pearson Correlation	.250*	.072	.159	.111	1	.167	.066	.539**
	Sig. (2-tailed)	.037	.556	.189	.361		.166	.584	.000
	N	70	70	70	70	70	70	70	70
X3.6	Pearson Correlation	.158	.089	.383**	.144	.167	1	.116	.562**
	Sig. (2-tailed)	.190	.462	.001	.235	.166		.340	.000
	N	70	70	70	70	70	70	70	70
X3.7	Pearson Correlation	-.073	-.039	-.031	-.071	.066	.116	1	.323**
	Sig. (2-tailed)	.547	.746	.797	.559	.584	.340		.006
	N	70	70	70	70	70	70	70	70
Total_X3	Pearson Correlation	.601**	.530**	.441**	.500**	.539**	.562**	.323**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.006	
	N	70	70	70	70	70	70	70	70

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

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

Sumber : 2020, data primer diolah

		Correlations						
		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	X4.6	Total_X4
X4.1	Pearson Correlation	1	.219	.209	.275	.151	.316	.590
	Sig. (2-tailed)		.068	.083	.021	.212	.008	.000
	N	70	70	70	70	70	70	70



X4.2	Pearson Correlation	.219	1	.172	.038	.027	.404**	.532**
	Sig. (2-tailed)	.068		.155	.754	.824	.001	.000
	N	70	70	70	70	70	70	70
X4.3	Pearson Correlation	.209	.172	1	.145	.252	.514**	.667**
	Sig. (2-tailed)	.083	.155		.232	.035	.000	.000
	N	70	70	70	70	70	70	70
X4.4	Pearson Correlation	.275	.038	.145	1	.110	.086	.444**
	Sig. (2-tailed)	.021	.754	.232		.363	.479	.000
	N	70	70	70	70	70	70	70
X4.5	Pearson Correlation	.151	.027	.252	.110	1	.195	.525**
	Sig. (2-tailed)	.212	.824	.035	.363		.107	.000
	N	70	70	70	70	70	70	70
X4.6	Pearson Correlation	.316	.404	.514	.086	.195	1	.733**
	Sig. (2-tailed)	.008	.001	.000	.479	.107		.000
	N	70	70	70	70	70	70	70
Total_X4	Pearson Correlation	.590	.532	.667	.444	.525	.733	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	70	70	70	70	70	70	70

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

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

Sumber : 2020, data primer diolah

Correlations							
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Total_Y



Y.1	Pearson Correlation	1	.086	.392**	-.069	-.120	.118	.442**
	Sig. (2-tailed)		.477	.001	.570	.324	.329	.000
	N	70	70	70	70	70	70	70
Y.2	Pearson Correlation	.086	1	.120	-.091	-.119	.128	.426**
	Sig. (2-tailed)	.477		.324	.454	.328	.290	.000
	N	70	70	70	70	70	70	70
Y.3	Pearson Correlation	.392**	.120	1	-.194	-.148	.023	.357**
	Sig. (2-tailed)	.001	.324		.107	.220	.852	.002
	N	70	70	70	70	70	70	70
Y.4	Pearson Correlation	-.069	-.091	-.194	1	.289	.137	.429**
	Sig. (2-tailed)	.570	.454	.107		.015	.259	.000
	N	70	70	70	70	70	70	70
Y.5	Pearson Correlation	-.120	-.119	-.148	.289	1	.039	.415**
	Sig. (2-tailed)	.324	.328	.220	.015		.751	.000
	N	70	70	70	70	70	70	70
Y.6	Pearson Correlation	.118	.128	.023	.137	.039	1	.588**
	Sig. (2-tailed)	.329	.290	.852	.259	.751		.000
	N	70	70	70	70	70	70	70
Total_Y	Pearson Correlation	.442	.426	.357	.429	.415	.588	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002	.000	.000	.000	
	N	70	70	70	70	70	70	70

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

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

Sumber : 2020, data primer diolah





Uji Reliabilitas

1. Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.687	8

Sumber : 2020, data primer diolah

2. Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.760	5

Sumber : 2020, data primer diolah

3. Uji Reliabilitas Variabel Harga (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.693	7

Sumber : 2020, data primer diolah

4. Uji Reliabilitas Variabel Citra Perusahaan (X4)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.711	6

Sumber : 2020, data primer diolah

5. Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen(Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.789	6



Sumber : 2020, data primer diolah

LAMPIRAN 5

Tabel r untuk df 51-100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527



83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211



Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
Df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526



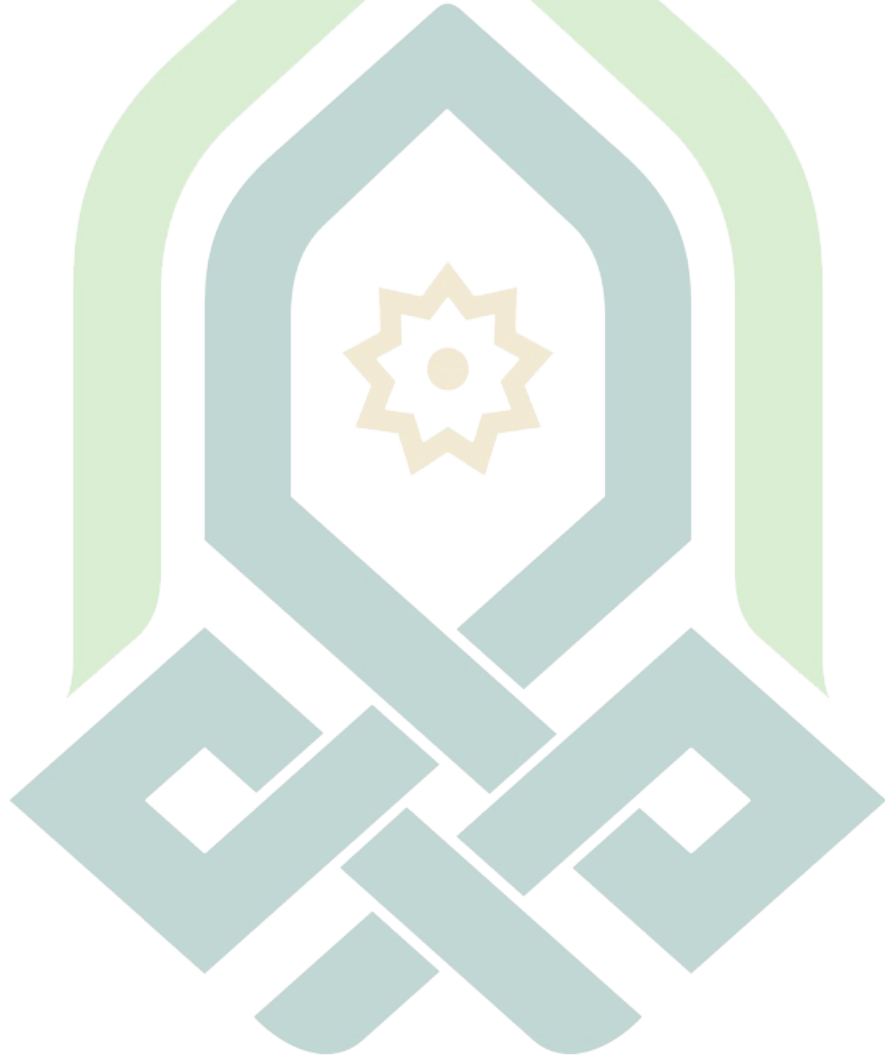
Titik Persentase Distribusi t (df = 41 – 80)

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untu k pe n y e b u t (N 2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04	2.00	1.97	1.94	1.91	1.89
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04	2.00	1.96	1.93	1.91	1.88
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.92	1.89	1.87
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98	1.94	1.91	1.89	1.86
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.85
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96	1.92	1.89	1.87	1.84
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00	1.96	1.92	1.89	1.86	1.84
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95	1.91	1.88	1.86	1.83
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.86	1.84	1.81
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.86	1.83	1.81
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.85	1.83	1.80
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.83	1.80
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.80
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.79
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79



81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.82	1.79
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.78
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.83	1.81	1.78
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.81	1.78
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. IDENTITAS PRIBADI

Nama : Rizki Aji Syarifudin
NIM : 2013115238
Tempat, tanggal lahir : Pecalongan, 20 Oktober 1994
Agama : Islam
Alamat : Jalan Serayu barat Rt 05/02 No. 11
Kebondalem Pecalongan

B. IDENTITAS ORANG TUA

Nama Ayah : H. Tolani
Pekerjaan : Wiraswasta
Nama Ibu : Susriyati
Pekerjaan : Pedagang
Saudara Kandung : Siti Nurani, M. Agil Afifuddin

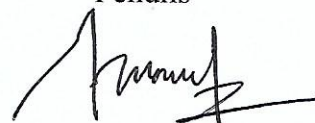
C. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. SDN 05 Kebondalem
2. SMP N 7 Pecalongan
3. MAN Pecalongan
4. IAIN Pecalongan

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pecalongan, 20 Oktober 2020

Penulis



RIZKI AJI SYARIFUDIN
NIM 2013215238





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
UNIT PERPUSTAKAAN

Jl.Kusuma bangsa No.9 Pekalongan.Telp.(0285) 412575 Faks (0285) 423418
Website :perpustakaan iain-pekalongan.ac.id |Email : perpustakaan@iain
pekalongan. ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika IAIN Pekalongan, yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : **RIZKI AJI SYARIFUDIN**
NIM : **2013115238**
Jurusan/Prodi : **EKONOMI SYARIAH**

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 (.....)

**“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, HARGA DAN
CITRA PERUSAHAAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi Kasus Pada
Persewaan Layos AM Pemalang)”**

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

Dengan demikian ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Pekalongan, November 2020



RIZKI AJI SYARIFUDIN
NIM. 2013115238

NB: Harap diisi, ditempel meterai dan ditandatangani
Kemudian diformat pdf dan dimasukkan dalam cd.