



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN
DAN EMOSIONAL TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PADA WARUNK KOPI PLATT MONKULL KAJEN**

SKRIPSI

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



Oleh :

RATNA SARI
NIM. 2013116216

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



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN
DAN EMOSIONAL TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PADA WARUNK KOPI PLATT MONKULL KAJEN**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagai syarat
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE)

Oleh:

RATNA SARI

NIM. 2013116216

**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 : Ratna Sari

Nim : 2013116216

Judul : PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS
PELAYANAN DAN EMOSIONAL TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA WARUNK KOPI
PLATT MONKULL KAJEN

Menyatakan bahwa Skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Apabila Skripsi terbukti merupakan hasil duplikasi atau plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi akademis dan dicabut gelarnya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 22 Oktober 2020
Yang Menyatakan



Ratna Sari
NIM. 2013116216



NOTA PEMBIMBING

Ade Gunawan, M.M
Jl. Pahlawan No. 52 Kajen Pekalongan

Lamp : 2 (dua) Eksemplar
Hal : Naskah Skripsi Sdri. Ratna Sari

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 : Ratna Sari

NIM : 2013116216

Prodi : Ekonomi Syariah

Judul : PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS

PELAYANAN DAN EMOSIONAL TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA WARUNG PLATT MONKULL KAJEN

Dengan ini agar skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk segera digunakan sebagai mana mestinya. Atas perhatiannya saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Pekalongan, 22 Oktober 2020

Pembimbing,

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



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
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 Pekalongan mengesahkan Skripsi Saudari:

Nama : **RATNA SARI**
NIM : **2013116216**
Judul Skripsi : **PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN EMOSIONAL TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA WARUNK KOPI PLATT MONKULL KAJEN**

Telah diujikan pada Senin, 2 November 2020 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dewan Penguji

Penguji I

H. Tamamudin, M.M
NIP. 19791030 200604 1 018

Penguji II

H. Gunawan Aji, M.Si
NIP. 19690227 200712 1 001

Pekalongan, 9 November 2020

Disahkan oleh Dekan,



Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H
NIP. 19750220 199903 2 001



PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan skripsi 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 kedalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap kedalam 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	Š	es (dengantitik di atas)
ج	jim	J	Je
ح	ha	H	ha (dengantitik di bawah)
خ	kha	Kh	kadan ha
د	dal	D	De
ذ	zal	Ž	zet (dengantitik di atas)
ر	ra	R	Er



ز	zai	Z	Zet
س	sin	S	Es
ش	syin	Sy	esdan ye
ص	sad	S	es (dengantitik di bawah)
ض	dad	D	de (dengantitik di bawah)
ط	ta	ṭ	te (dengantitik di bawah)
ظ	za	ẓ	zet (dengantitik di bawah)
ع	‘ain	’	komaterbalik (di atas)
غ	gain	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	’	Apostrof
ي	ya	Y	Ye



2. Vokal

Vokal tunggal	Vokal rangkap	Vokal panjang
ا = a	أا = aa	آ = ā
إ = i	إي = ai	إي = ī
أ = u	أو = au	أو = ū

3. *Ta Marbutah*

Ta marbutah hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh:

جميلة

Ditulis

mar'atunjamīlah

Ta marbutah mati dilambangkan dengan /h/

Contoh:

فاطمة

Ditulis

Fātimah

خاتمة

Ditulis

Khatimah

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

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tandasyaddad tersebut.

Contoh:

ربنا

Ditulis

Rabbanā

البر

Ditulis

al-birr



5. Kata Sandang (artikel)

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

Contoh:

الشمس	Ditulis	<i>asy-syamsu</i>
الرجل	Ditulis	<i>ar-rajulu</i>
السيدة	Ditulis	<i>as-sayyidah</i>

Kata sandang yang diikuti oleh "huruf qamariyah" ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /l/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

القمر	Ditulis	<i>al-qamar</i>
البيدع	Ditulis	<i>al-badī'</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 postrof /'.

Contoh:

أمرت	Ditulis	<i>Umirtu</i>
شيء	Ditulis	<i>syai'un</i>

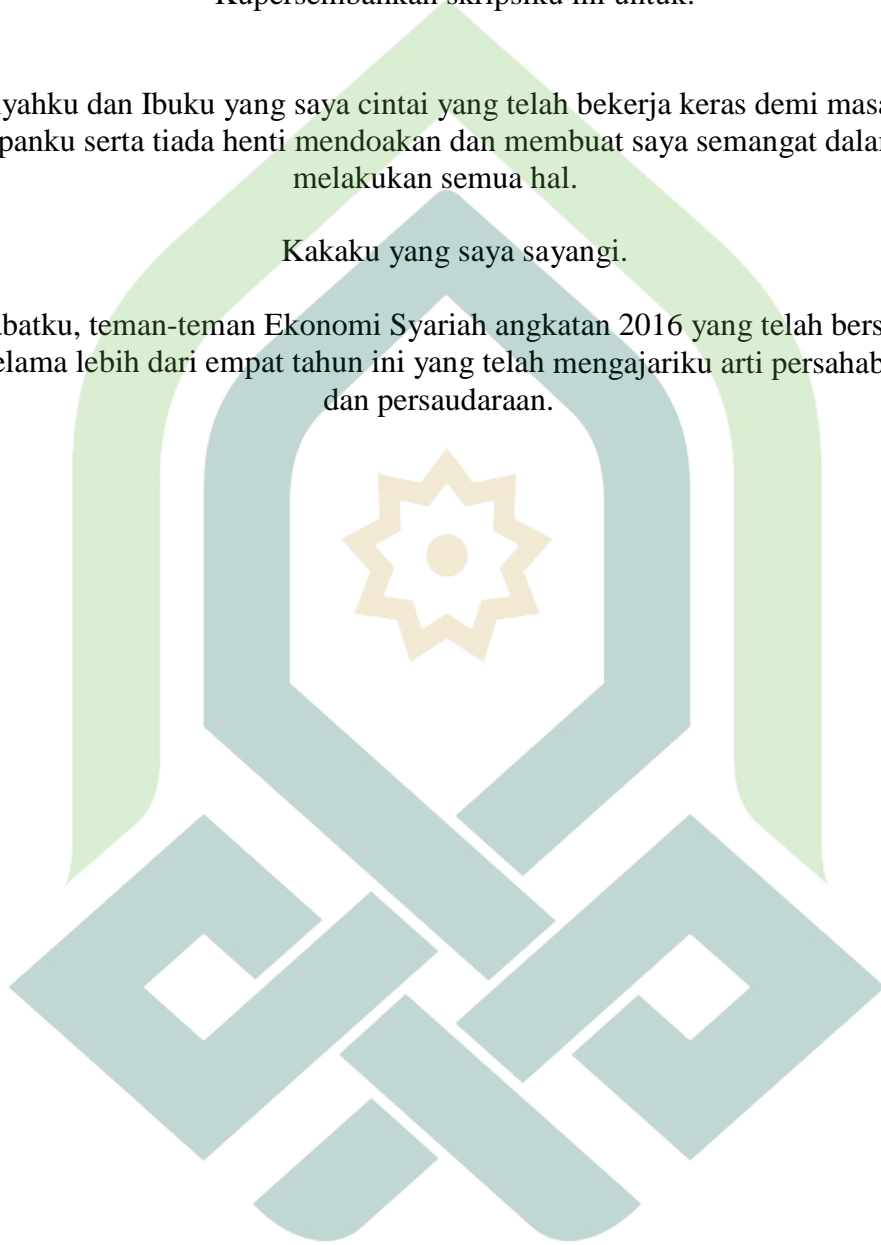
PERSEMBAHAN

Kupersembahkan skripsiku ini untuk:

Ayahku dan Ibuku yang saya cintai yang telah bekerja keras demi masa depanku serta tiada henti mendoakan dan membuat saya semangat dalam melakukan semua hal.

Kakaku yang saya sayangi.

Sahabatku, teman-teman Ekonomi Syariah angkatan 2016 yang telah bersama ku selama lebih dari empat tahun ini yang telah mengajarku arti persahabatan dan persaudaraan.





MOTTO

**Kegagalan adalah batu loncatan menuju kesuksesan
(Oprah Winfrey)**

**Hidup akan terus berjalan, baik kamu tertawa maupun
menangis. Oleh karenanya, jangan bebani dirimu dengan
berbagai kegalauan yang tidak ada manfaatnya begimu
dan tersenyumlah.**

**Maka tidaklah seseorang mencapai kenyamanan dan kenikmatan
kecuali dengan meniti jembatan kelelahan dan penderitaan.**

ABSTRAK

Sari, Ratna. 2020. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Emosional Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warunk Kopi Platt Monkull Kajen. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Pekalongan.

Dosen Pembimbing: Ade Gunawan, M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk : (1) Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Warunk Kopi Platt Monkull Kajen, (2) Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Warunk Kopi Platt Monkull Kajen, (3) Mengetahui pengaruh emosional terhadap kepuasan konsumen pada Warunk Kopi Platt Monkull Kajen, (4) Mengetahui secara bersama-sama pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan emosional terhadap kepuasan konsumen pada Warunk Kopi Platt Monkull Kajen.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen Warunk Kopi Platt Monkull Kajen. Ukuran sampel diambil sebanyak 98 responden yang ditentukan dengan menggunakan rumus Donald R. Cooper dan C. William Emory dengan pendekatan *Accidental Sampling*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Variabel kualitas produk mempunyai nilai koefisien senilai 0,474. Dengan nilai t hitung $>$ t tabel ialah $5,724 > 1,960$. Sedangkan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Variabel kualitas pelayanan mempunyai nilai koefisien senilai 0,060, dengan nilai t hitung $<$ tabel ialah sebesar $0,686 < 1,960$. Sedangkan nilai signifikan sebesar $0,494 > 0,05$. Variabel Emosional mempunyai nilai koefisien senilai 0,405, dengan t hitung $>$ t tabel ialah $4,999 > 1,960$. Sedangkan nilai signifikan variabel emosional sebesar $0,000 < 0,05$. Variabel Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Emosional secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Warunk Kopi Platt Monkull Kajen. Hal ini ditunjukkan dengan hasil uji F yang diperoleh nilai F hitung senilai 83,167% dengan nilai signifikansi F sebesar 0,000 atau kurang dari 0,05.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Emosional dan Kepuasan Konsumen.





KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi, yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN EMOSIONAL TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA WARUNK KOPI PLATT MONKULL KAJEN”**. Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan Studi Jenjang Strata 1 (S1) Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Pekalongan.

Penulis menyadari sepenuhnya, telah banyak mendapatkan dukungan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Ade Dedi Rohayana, M.Ag., selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Pekalongan.
2. Ibu Dr.Hj.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, Ketua Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Pekalongan.
4. Ibu Happy Sista Devy, M.M., selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Pekalongan.
5. Bapak Ade Gunawan, M.M, Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing penulis selama proses pengerjaan skripsi dari awal hingga selesai.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.



7. Seluruh karyawan Warunk Kopi Platt Monkull Kajen yang telah menerima dan membantu penulis melakukan penelitian.
8. Orang tua tercinta Bapak Rosidin dan Ibu Riyatun, terima kasih atas do'a, cinta dan pengorbanan yang tak pernah ada habisnya, kasih sayangmu tak akan pernah kulupakan.
9. Kakaku mas Darul Ari Wibowo yang selalu memberi dukungan.
10. Teman-teman terbaik: Juwarni, Nurul Muslimah, Oxta Devi Metiningtyas, Lilis Fauziah, Amin Nudin, Nanda Nur Irawan, Hafid Kurniawan. Terima kasih atas dukungan dan kebersamaannya.
11. Teman-teman angkatan 2016 khususnya kelas Ekonomi Syariah F.
12. Seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam segala hal terutama berkaitan dengan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap semoga hasil penulisan ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca maupun bagi semua pihak yang berkepentingan.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Pekalongan, 22 Oktober 2020

Penulis

Ratna Sari

NIM. 2013116216



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN NOTA PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN MUNAQOSAH.....	iv
HALAMAN PEDOMAN TRANSITERASI.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
HALAMAN MOTTO	x
HALAMAN ABSTRAK	xi
HALAMAN KATA PENGANTAR.....	xii
HALAMAN DAFTAR ISI.....	xiv
HALAMAN DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Telaah Pustaka	9
1. Kualitas Produk.....	9
2. Kualitas Pelayanan	11
3. Emosional.....	14
4. Kepuasan Konsumen.....	17
B. Tinjauan Pustaka.....	24
C. Hipotesis	29
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian dan Pendekatan	33



B. Definisi Operasional	33
C. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	35
D. Sumber Data	37
E. Teknik Pengumpulan Data.....	38
F. Uji Instrumen Data.....	39
1. Uji Validitas	39
2. Uji Reliabilitas.....	40
G. Uji Normalitas.....	40
H. Uji Asumsi Klasik.....	41
1. Uji Linieritas	41
2. Uji Multikolonieritas	41
I. Analisis Regresi Linier Berganda	42
J. Uji Hipotesis	43
1. Uji Parsial (Uji T).....	43
2. Uji Simultan (Uji F)	43
3. Koefisien Determinasi (R^2)	43
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	
A. Profil Subjek Penelitian	45
B. Analisis Data Responden	46
C. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	48
D. Uji Instrumen Data.....	52
1. Uji Validitas	52
2. Uji Reliabilitas.....	53
E. Uji Normalitas.....	54
F. Uji Asumsi Klasik.....	55
1. Uji Linieritas	55
2. Uji Multikolinieritas	56
G. Uji Regresi Linier Berganda.....	57
H. Uji Hipotesis.....	57
1. Uji Parsial (Uji T).....	57
2. Uji Simultan (Uji F).....	60



3. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	61
I. Pembahasan	
1. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Warunk Kopi Platt Monkull Kajen.	61
2. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Warunk Kopi Platt Monkull Kajen.....	63
3. Pengaruh Emosional terhadap kepuasan konsumen Warunk Kopi Platt Monkull Kajen.....	64
4. Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan emosional pada Warunk Kopi Platt Monkull Kajen.....	65
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	67
B. Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

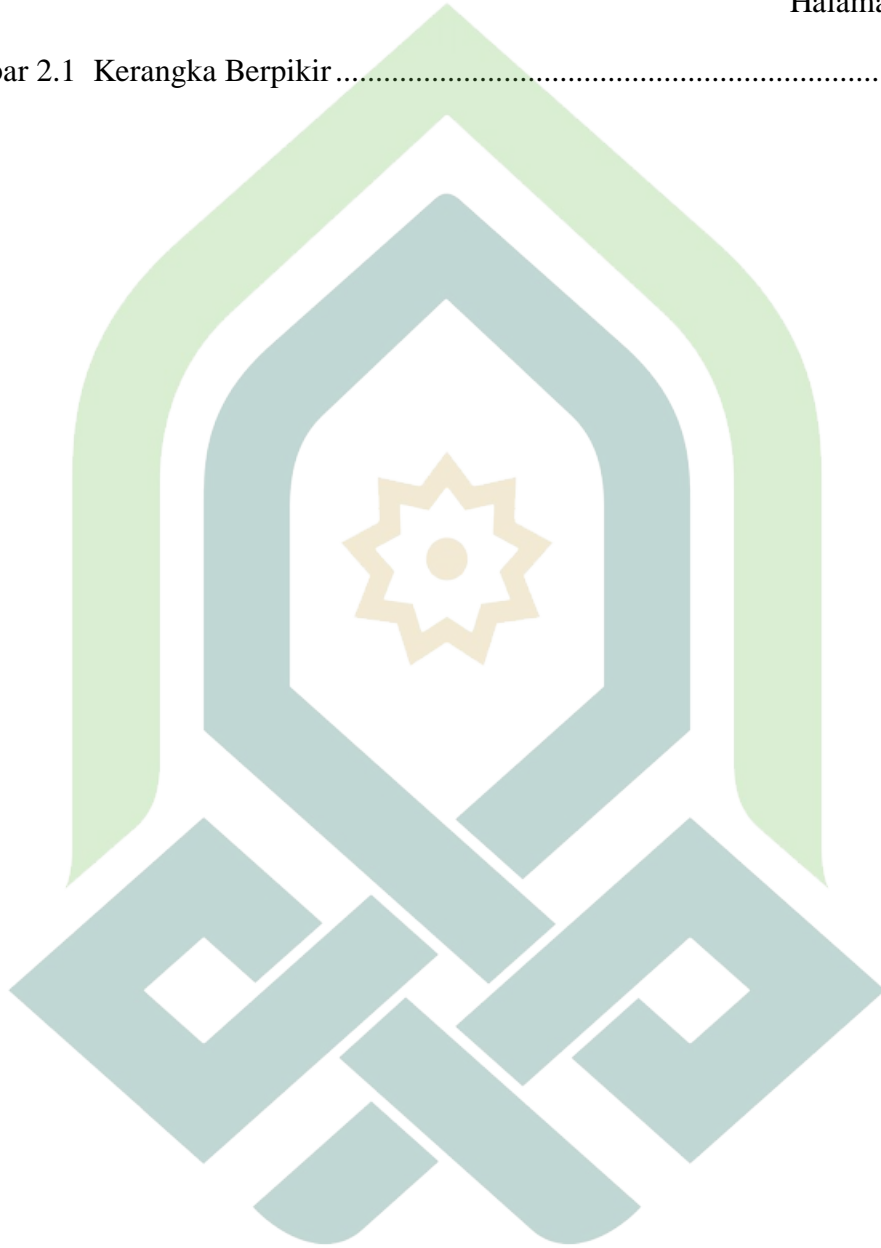
	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3.1 Definisi Operasional.....	34
Tabel 4.1 Hasil Distribusi Responden menurut Usia	46
Tabel 4.2 Hasil Distribusi Responden menurut Jenis Kelamin.....	47
Tabel 4.3 Hasil Distribusi Responden menurut Pekerjaan.....	48
Tabel 4.4 Hasil Rata-Rata Variabel Kualitas Produk.....	48
Tabel 4.5 Hasil Rata-Rata Variabel Kualitas Pelayanan.....	49
Tabel 4.6 Hasil Rata-Rata Variabel Emosional.....	50
Tabel 4.7 Hasil Rata-Rata Variabel Kepuasan Konsumen.....	51
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas.....	52
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas	54
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas.....	54
Tabel 4.11 Hasil Uji Linieritas	55
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinieritas	56
Tabel 4.13 Hasil analisis Regresi Linier Berganda	57
Tabel 4.14 Hasil Uji Parsial (Uji T)	58
Tabel 4.15 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	60
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	61





DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	32



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Tabulasi Data
- Lampiran 3 Hasil Penelitian
- Lampiran 4 Surat Pengantar Penelitian
- Lampiran 5 Surat Keterangan Telah Melaksanakan Penelitian
- Lampiran 6 Daftar Riwayat Hidup
- Lampiran 7 Dokumentasi





BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sekarang ini persaingan antar usaha warung kopi sangat meningkat karena banyak masyarakat yang membuka usaha di sektor yang sama. Untuk menarik konsumen para pengusaha baik dari kalangan keatas, menengah hingga kebawah berlomba-lomba membuat suatu kreativitas supaya konsumen tertarik untuk datang ke warung kopi yang menjadi usaha mereka. Untuk menarik dan mempertahankan konsumen, warung kopi harus melakukan suatu pendekatan pada konsumen agar konsumen tersebut tetap membeli dan menikmati produk yang dijual dengan cara mengetahui dan memahami berbagai keinginan, kebutuhan dan perilaku konsumen, supaya konsumen dapat mencapai kepuasan. Ketika konsumen puas maka akan berpengaruh terhadap keberlangsungan hidup warung kopi.

Kepuasan akan selalu diberikan oleh setiap usaha warung kopi kepada konsumennya, karena dengan memberikan kepuasan kepada konsumen sama artinya dengan menjaga dan mempertahankan usaha itu sendiri. Ketika konsumen diberikan kepuasan maka konsumen tersebut akan cenderung mengajak orang lain untuk menikmati produk atau jasa yang telah memberikan kepuasan kepadanya bahkan membuat konsumen tersebut menjadi loyal. Tetapi tidak semuanya konsumen selalu merasakan kepuasan dengan apa yang telah diberikan oleh warung kopi tersebut, tetapi setidaknya warung kopi

tersebut tekah berusaha memberikan yang terbaik supaya konsumen tersebut merasakan kepuasan.¹

Kepuasan konsumen yaitu suatu respon baik yang diberikan oleh konsumen atas pemenuhan sesuai dengan yang diharapkan konsumen. Kepuasan konsumen bisa juga diartikan sebagai respon yang baik oleh konsumen, karena adanya kesesuaian dengan yang diharapkan dan terpenuhinya keinginan tersebut, konsumen tidak puas ketika tidak mendapatkan sesuatu yang diharapkan dan diinginkan, maka hal ini akan membuat konsumen tersebut menjadi kecewa disebut dengan ketidakpuasan.² Ada beberapa hal yang mempengaruhi kepuasan konsumen antara lain: Kualitas Produk, Pelayanan, Emosional, Harga, Biaya, *Emotical Factor* dan Kemudahan.³ Dalam penulisan skripsi ini peneliti mengambil tiga variabel yaitu Variabel Kualitas Produk, Variabel Kualitas Pelayanan dan Variabel Emosional yang akan diuji pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen.

Faktor yang pertama adalah Kualitas produk, menurut peneliti dari berbagai sumber menyimpulkan bahwa variabel kualitas produk yaitu kemampuan suatu produk yang disajikan secara menarik dengan berbagai macam variasi (banyak pilihan) dan cita rasa dalam memenuhi kebutuhan konsumen untuk mencapai kepuasan konsumen. Dalam penelitian Tri Yanto

¹ Made Virma Permana, *Peningkatan Kepuasan Pelanggan Melalui Kualitas Produk dan Kualitas Layanan*, Fakultas Ekonomi, Universitas Semarang, Jurnal Dinamika Manajemen 4 (2) 2013, 115-131

² Budi Hermawan, *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan, Reputasi Merek Dan Loyalitas Konsumen Jamu Tolak Angon PT. Sido Muncul*, Program Studi Manajemen, Institut dan Informatika Indonesia, Jurnal Manajemen Teori dan Terapan, Vol. 4, No. 2, 2011

³ Mitharyani, *Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan?*, Ekonomi dan Bisnis, Manajemen, diakses dari <https://www.dictio.id/t/faktor-faktor-apa-saja-yang-mempengaruhi-kepuasan-pelanggan/14450>



yang berjudul “*Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Swalayan Macro Mart Mojoroto Kota Kediri)*” menyatakan bahwa ada pengaruh yang secara signifikan antara variabel kualitas produk (X_1), variabel kualitas pelayanan (2), dan variabel harga (X_3) terhadap kepuasan konsumen di Swalayan Macro Mart. Dalam penelitian ini ada salah satu variabel yang berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen di Macro Mart Mojoroto Kota Kediri dibandingkan variabel yang lainnya yaitu variabel kualitas produk.⁴ Kualitas produk yang ada di Warunk Kopi Platt Monkull sudah cukup baik karena banyaknya variasi kopi yang ditawarkan, dan bagi yang tidak menyukai kopi juga terdapat minuman es teh, air putih dan jus. Selain kopi di Warunk Kopi Platt Monkull Kajian juga menyediakan *food* dan *snack* yang disajikan masih *fresh*.

Faktor yang kedua kualitas pelayanan, dari berbagai sumber peneliti menyimpulkan variabel kualitas pelayanan yaitu evaluasi yang secara lengkap dari keunggulan pelayanan yang diberikan oleh karyawan kepada konsumen dalam memenuhi keinginan konsumen untuk mencapai kepuasan. Dalam penelitiannya Nella Octaviani yang berjudul “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kafe Kopi Miring Semarang*” menyatakan bahwa variabel *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*

⁴Tri Yanto, *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Swalayan Macro Mart Mojoroto Kota Kediri)*, Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Nusantara PGRI Kediri, Simk-Economic Vol. 01 No. 02 Tahun 2017.



berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.⁵ Kualitas pelayanan yang ada di Warung Kopi Platt Monkull Kajen cukup baik diberikan kepada konsumen, karena pelayanannya ramah dan sopan, tetapi konsumen harus menunggu pesanan terlebih dahulu beberapa waktu karena produk yang ditawarkan itu dibuat hanya ketika ada pesanan sehingga produk yang disajikan itu *fresh*.

Selain Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan ada juga faktor emosional, peneliti menyimpulkan bahwa variabel emosional adalah penilaian respon baik oleh konsumen karena adanya pemenuhan keinginan secara psikologis yang terjadi karena ada stimulasi diberikan oleh pemasar. Menurut Gusni Nelisa, Sumarni, Stevani dalam penelitiannya “*Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Fasilitas dan Emosional Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Angkutan Buspo, Lubuk Basung Express di Kecamatan Lubuk Basung, Kabupaten Agam*” menyatakan ada satu variabel yang secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan yaitu variabel Emosional.⁶ Di Warung Kopi Platt Monkull Kajen memberikan respon yang baik terhadap konsumen sehingga konsumen merasa senang, bangga, percaya diri dan merasa nyaman hal ini membuat konsumen untuk datang kembali.

Berkembangnya usaha warung kopi di Kota/Kabupaten Pekalongan hal ini dipengaruhi oleh meningkatnya konsumsi kopi. Salah satu warung kopi yang

⁵Nella Octaviani, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kafe Kopi Miring Semarang*, Jurusan Ekonomi Manajemen Universitas Dian Nuswantoro, 2015.

⁶Gusni Nelisa, Sumarni, Stevani, *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Fasilitas dan Emosional Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Angkutan Buspo, Lubuk Basung Express di Kecamatan Lubuk Basung, Kabupaten Agam*, Program Studi Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Sumatera Barat, 2016.



cukup terkenal dikalangan masyarakat Kabupaten Pekalongan yaitu Warunk Kopi Platt Monkull Kajen.

Warunk Kopi Platt Monkull Kajen merupakan warung kopi yang bernuansa alam dengan banyak pepohonan, Warunk Kopi Platt Monkull Kajen ini terletak di Jl. Karanganyar Raya, Karanganyar, Pekalongan, Jawa Tengah 51161, Indonesia, yang didirikan pada tanggal 17 Desember 2017 dengan luas tanah sebesar $3.450 m^2$ dan luas bangunan sebesar $560 m^2$, Warunk Kopi Platt Monkull Kajen mempunyai jam operasional pukul 09:00-23:00 WIB setiap hari.

Penelitian ini dilakukan di Warunk Kopi Platt Monkull Kajen karena warung kopi ini salah satu warung kopi yang terkenal di kalangan masyarakat menengah sampai kalangan atas di Kabupaten Pekalongan serta memiliki banyak peminat karena banyaknya variasi kopi dan menu lain yang ditawarkan. Setiap malam minggu sekali Warunk Kopi Platt Monkull Kajen mengadakan *live* musik, ada tempat karaokenya bagi konsumen yang suka bernyanyi, disini konsumen dapat karaoke secara gratis, selain itu juga ada tempat *meeting* untuk bertemu dengan rekan kerja/teman sekolah/kuliah untuk belajar kelompok atau diskusi lainnya karena dilengkapi *wifi*, terdapat 2 Mushola dan 2 Kamar Mandi. Warunk Kopi Platt Monkull Kajen juga menyediakan berbagai macam mainan anak-anak seperti ayunan, perosotan sehingga tempat ini sangat cocok untuk berkumpul bersama keluarga, teman sekolah atau rekan kerja.⁷

⁷Muhaimin, Pengelola Warunk Kopi Platt Monkull Kajen, Wawancara Pribadi dan Observasi, Pekalongan, 5 September 2020.



Dari uraian diatas, penulis tertarik untuk meneliti tentang kepuasan konsumen lebih lanjut dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Emosional Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warunk Kopi Platt Monkull Kajen”**.

B. Rumusan Masalah

Bersumber dari latar belakang masalah sebelumnya, maka rumusan masalah yang akan dibahas yaitu:

1. Apakah variabel kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Warunk Kopi Platt Monkull Kajen ?
2. Apakah variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Warunk Kopi Platt Monkull Kajen ?
3. Apakah variabel emosional berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Warunk Kopi Platt Monkull Kajen ?
4. Apakah variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan emosional berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Warunk Kopi Platt Monkull Kajen ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Warunk Kopi Platt Monkull Kajen
2. Untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Warunk Kopi Platt Monkull Kajen
3. Untuk mengetahui pengaruh variabel emosional terhadap kepuasan konsumen pada Warunk Kopi Platt Monkull Kajen



4. Untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan emosional terhadap kepuasan konsumen pada Warunk Kopi Platt Monkull Kajen

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini, antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan dalam penelitian skripsi ini dapat menghasilkan ilmu pengetahuan serta sumber informasi yang berhubungan dengan pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan emosional terhadap kepuasan konsumen.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Instansi

Manfaat bagi pemilik dan pengelola Warunk Kopi Platt Monkull Kajen dapat memberikan pengetahuan tentang kualitas produk, kualitas pelayanan dan emosional sebagai upaya dalam meningkatkan kepuasan konsumen di Warunk Kopi Platt Monkull Kajen.

- b. Bagi Penulis

Manfaat bagi penulis untuk memperbanyak wawasan dan pengetahuan mengenai teori-teori yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

- c. Bagi Universitas

Manfaat bagi Universitas untuk mengembangkan ilmu pengetahuan di bidang Ekonomi/ Bisnis Syariah.

d. Bagi Mahasiswa

Sebagai referensi, pengembangan ilmu pengetahuan, dan bahan perbandingan dalam membuat tugas mahasiswa mengenai kualitas produk, kualitas pelayanan dan emosional.





BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dalam penelitian ini dengan berdasar pada hasil penelitian diatas, peneliti menyimpulkan bahwa:

1. Variabel kualitas produk mempunyai nilai koefisien senilai 0,474. Dengan nilai t hitung $>$ t tabel ialah $5,724 > 1,960$. Sedangkan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda diperoleh bahwa variabel kualitas produk secara signifikan berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen pada taraf signifikan 5% atau bisa dikatakan bahwa H_{a1} diterima dan H_0 ditolak.
2. Variabel kualitas pelayanan mempunyai nilai koefisien senilai 0,060, dengan nilai t hitung $<$ tabel ialah sebesar $0,686 < 1,960$. Sedangkan nilai signifikan sebesar $0,494 > 0,05$. Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda didapatkan bahwa variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada taraf signifikan 5% atau bisa dikatakan bahwa H_{a2} ditolak dan H_0 diterima.
3. Variabel Emosional mempunyai nilai koefisien senilai 0,405, dengan t hitung $>$ t tabel ialah $4,999 > 1,960$. Sedangkan nilai signifikan variabel emosional sebesar $0,000 < 0,05$. Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda diperoleh variabel emosional secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada taraf signifikan 5% atau bisa dikatakan bahwa H_{a3} diterima dan H_0 ditolak.

4. Variabel Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Emosional secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Warunk Platt Monkull Kajen. Hal ini ditunjukkan dengan hasil uji F yang diperoleh nilai F hitung senilai 83,167% dengan nilai signifikansi F sebesar 0,000 atau kurang dari 0,05. Hasil pengujian regresi linier berganda menunjukkan bahwa koefisien determinasi sebesar 0,718 hal ini berarti bahwa variabel independen yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan dan emosional menjelaskan variasi kepuasan konsumen pada Warunk Kopi Platt Monkull Kajen sebesar 71,8% dan 28,2% dijelaskan oleh faktor atau variabel lain di luar penelitian yang dilakukan.

B. Saran

Dalam penelitian ini peneliti memberikan saran terhadap hasil penelitian, saran tersebut antara lain:

1. Sebaiknya tempat parkirnya diberikan atap sehingga ketika hujan tidak kehujanan dan ketika panas tidak kepanasan.
2. Produk yang ada di daftar menu sebaiknya harus selalu ada, karena ketika konsumen memesan produk dan produk yang dipesan itu kosong atau habis konsumen akan merasa kecewa.

DAFTAR PUSTAKA

- Achsan, Zainullah, Nawazirul Lubis & Widayanto. 2014. *Pengaruh Dimensi Kualitas dan Kedekatan Emosional Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Ina Swiss Optik Cabang Plaza Gajah Mada Semarang)*. Diponegoro Journal Of Social And Politic.
- Anggraeni, Dita Putri, Srikandi Kumadji, Sunarti. 2016. *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan Nasi Rawon di Rumah Makan Sakinah Kota Pasuruan)*. Fakultas Ilmu Administras. Universitas Brawijaya. Malang. Jurnal Administrasi Bisnis. Vol. 37. No. 1.
- Antika, Bunga Windy, Anik Lestari Andjarwati. 2016. *Pengaruh Kemudahan dan Emotical Factor Terhadap Word Of Mount Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen OLX Di Surabaya)*. Jurnal Ilmu Manajemen. Vol. 4. No. 3.
- Anwar, Saifudin. 1999. *Metode Penelitian*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Apriyani, Dwi Aliyyah dan Sunarti. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada Konsumen The Little A Coffe Shop Sidoarjo)*. Fakultas Ilmu Administrasi. Universitas Brawijaya. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). Vol. 51. No. 2.
- Arief. 2006. *Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan*. Banyumedia. Malang.
- Basrah, Saidani, M. Aulia Rachman, Mohamad Rizan. 2013. *Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Futsal Adidas di Wilayah Jakarta Timur*. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Jakarta. Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia. Vol. 4. No. 2.
- Daryanto, Drs. Drs. Ismanto Setyobudi, M.Pd. 2004. *Konsumen dan Pleayanan Prima*. Gava Media. Yogyakarta.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS edisi 3*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS19, Cet. Ke-5*. BP Undip. Semarang.
- Hasan, Ali . 2009. *Marketing*. MedPress. Yogyakarta.





- Hasan, M. Iqbal 2002. *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Ghalia Indonesia.Jakarta
- Hermawan, Budi. 2011. *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan, Reputasi Merek Dan Loyalitas Konsumen Jamu Tolak Angon PT. Sido Muncul*. Program Studi Manajemen, Institut dan Informatika Indonesia. Jurnal Manajemen Teori dan Terapan, Vol. 4. No. 2.
- Indrianto , Nur dan Bambang Supomo. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen*, Cet. Ke-6. BPEE. Yogyakarta.
- Istiqo M, Catur dan Eddy Poernomo. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Faktor Emosional Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel The Sun Sidoarjo*. Jurnal Bisnis Indonesia. Vol. 8. No. 1.
- Khoirista, Afrinda, Edy Yulianto, M. Kholid Mawardi.2015. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survey Pada Pelanggan Fedex Express Surabaya)*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). Vol. 25. No. 2.
- Khusaini, Ahmad. 2016. *Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di SPA Club Arena Yogyakarta*. Fakultas Ilmu Keolahragaan. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Kotler, Philip dan Amstrong. 2005. *Marketing Manajemen, 10 th edition*. Prehalindo. Jakarta.
- Kusumasitta. 2014. *Relevansi Dimensi Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Bagi Pengunjung Museum Di Taman Mini Indonesia Indah*. Universitas Trisakti. Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa. Vol. 7. No. 1.
- Made, Ni, Arie Sulistyawati, Ni Ketut Seminari, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar*, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana, E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 4, No. 8, 2015.
- Mahyuddin,Thursina S.Sos, MSP. Juraidah. 2015. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pengunjung Warung Kopi One Love di Kota Kuala Simpang*. Fakultas Pertanian. Universitas Samarinda. Agrismudra. Jurnal Penelitian. Vol. 2. No. 1.
- Maria, Monica, Mohamad Yusak Anshori. 2013. *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen King Cake*. Fakultas Entrepreneurial Business. Universitas Ciputra Surabaya. Jurnal Manajemen Teori dan Terapan. Vol. 7. No. 1.



- Martono, Nanang. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis isi dan Analisis data sekunder*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Masyhuri dan Zainudin. 2008. *Metodologi Penelitian-Pedekatan Praktis dan Aplikatif*. PT Refika Aditama. Bandung.
- Nazir, Moh. 2005. *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia. Bogor.
- Nelisa, Gusni, Sumarni, Stevani. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Fasilitas dan Emosional Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Angkutan Buspo, Lubuk Basung Express di Kecamatan Lubuk Basung, Kabupaten Agam*. Program Studi Pendidikan Wkonomi STKIP PGRI Sumatera Barat.
- Octaviani, Nella. 2015. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kafe Kopi Miring Semarang*. Jurusan Ekonomi Manajemen Universitas Dian Nuswantoro.
- Oktaviani, Winda. 2014. *Pengaruh Kualitas Layanan, Emosional Pelanggan, dan Kemudahan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan*. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*. Vol. 2. No. 1.
- Permana, Made Virma. 2013. *Peningkatan Kepuasan Pelanggan Melalui Kualitas Produk dan Kualitas Layanan*. Fakultas Ekonomi. Universitas Semarang. *Jurnal Dinamika Manajemen* 4 (2).
- R, Donald, Cooper dan C. William Emory. 1996. *Metode Penelitian Bisnis* terjemahan Ellen G. Sitompol dan Imam Nurmawan, Ed 5, Cet.4. Erlangga. Jakarta.
- Rahmawati, Kartika Nur. 2017. Skripsi: *Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Kedaibangsawan Klaten*. Fakultas Teknik. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Saidani, Basrah, Samsul Arifin, *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Pada Ranch Market*, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta, *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, Vol. 3, No. 1, 2012.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif dan R & D*. Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis*. Pusat Bahasa Depdiknas. Bandung.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta. Bandung.



- Sumarni, Murtini dan Salamah Wahyuni. 2006. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Tanzeh, Dr. Ahmad M.Pd.I. 2009. *Pengantar Metode Penelitian*. Teras. Yogyakarta.
- Umar, Husein. 2002. *Research Methods In Finance And Banking*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Usman, Husain. 2006. *Metodologi Penelitian Sosial*. PT Bumi Aksara. Jakarta
- Weenas, Jackson R.S. 2013. *Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Pengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bad Comforta*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Sam Ratulangi Manado. Jurnal EMBA. Vol. 14. No. 4.
- Wibowo, Agung Edy. 2012. *Aplikasi Praktis SPSS dalam Penelitian*. Gava Media. Yogyakarta.
- Yanto, Tri. 2017. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Swalayan Macro Mart Mojoroto Kota Kediri)*. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi. Universitas Nusantara PGRI Kediri. Simk-Economic Vol. 01 No. 02.
- Zainudin dan Masyhuri. 2008. *Metodologi Penelitian-Pedekatan Praktis dan Aplikatif*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Mitharyani, *Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan?*, Ekonomi dan Bisnis, Manajemen, diakses dari <https://www.dictio.id/t/faktor-faktor-apa-saja-yang-mempengaruhi-kepuasan-pelanggan/14450>



Lampiran 1
Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN EMOSIONAL TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN WARUNK KOPI PLATT MONKULL KAJEN

Petunjuk pengisian kuesioner :

1. Sebelum anda menjawab daftar pernyataan yang telah disiapkan, isilah terlebih dahulu identitas yang telah disediakan.
2. Bacalah dengan baik setiap pernyataan, kemudian beri tanda (√) pada jawaban yang dianggap paling tepat.
3. Isilah angket dengan jujur serta penuh ketelitian. Dan terimakasih telah bersedia mengisi kuesioner ini.
4. Penilaian untuk skor adalah :
 - a. 1 = Sangat tidak puas
 - b. 2 = Tidak puas
 - c. 3 = Cukup puas
 - d. 4 = Puas
 - e. 5 = Sangat puas

Identitas Responden

1. Nama Responden :
2. Usia Responden :
3. Jenis kelamin :
4. Pekerjaan :

**Variabel Kualitas Produk :**

No	Pernyataan	Skor				
		1	2	3	4	5
1	Karyawan selalu menunjukkan rasa percaya diri dan sikap siap melayani/membantu pelanggan.					
2	Saya merasa kualitas produk Warunk Kopi Platt Monkul Kajeun sudah baik.					
3	Warunk Kopi Platt Monkul Kajeun membuat menu hidangan dengan komposisi campuran bahan yang tepat.					
4	Harga produk yang ditetapkan sudah sesuai dengan kualitas produk.					
5	Produk Warunk Kopi Platt Monkul Kajeun memiliki daya tahan yang tidak lama.					
6	Karyawan sopan dan ramah dalam melayani pelanggan.					
7	Produk Warunk Kopi Platt Monkul Kajeun memiliki keindahan tersendiri.					
8	Saya merasa tidak ada keluhan selama meminum atau makan produk Warunk Kopi Platt Monkul Kajeun.					

Variabel Kualitas Pelayanan :

No	Pernyataan	Skor				
		1	2	3	4	5
1	Fasilitas yang diberikan Warunk Kopi Platt Monkul Kajeun sudah baik.					
2	Karyawan memberikan ucapan salam sebelum melayani konsumen.					



3	Karyawan dengan tanggap memenuhi kebutuhan pelanggan.					
4	Karyawan memiliki pengetahuan yang baik tentang produk yang terdapat di Warunk Kopi Platt Monkul Kajen.					
5	Karyawan menghargai dan melayani serta mengutamakan kebutuhan pelanggan					

Variabel Emosional :

No	Pernyataan	Skor				
		1	2	3	4	5
1	Konsumen merasa senang ketika berkunjung dan menikmati menu yang ada di Warunk Kopi Platt Monkul Kajen.					
2	Konsumen merasa bangga ketika berkunjung dan menikmati menu yang ada di Warunk Kopi Platt Monkul Kajen.					
3	Konsumen merasa nyaman dengan pelayanan dan fasilitas yang ada di Warunk Kopi Platt Monkul Kajen.					
4	Konsumen merasa percaya diri ketika menikmati menu di Warunk Kopi Platt Monkul Kajen.					

Variabel Kepuasan Konsumen :

No	Pernyataan	Skor				
		1	2	3	4	5
1	Sarana dan prasarana yang diberikan Warunk Kopi Platt Monkul Kajen sudah baik.					
2	Pelayanan yang diperoleh di Warunk					



	Kopi Platt Monkul Kajenesuai dengan yang anda harapkan.					
3	Karyawan Warunk Kopi Platt Monkul Kajenmelayani pesanan konsumen dengan tepat dan akurat.					
4	Keramahan karyawan dalam memberikan layanan.					
5	Karyawan mampu memberikan informasi kepada pelanggan dengan bahasa yang mudah dimengerti.					
6	Karyawan menyikapi komplein konsumen dengan baik.					
7	Kemampuan menciptakan hubungan baik dengan konsumen.					
8	Anda bersedia merekomendasikan Warunk Kopi Platt Monkul Kajen kepada teman atau kerabat anda.					

Lampiran 6
Daftar Riwayat Hidup

Daftar Riwayat Hidup

Nama Lengkap : Ratna Sari
Tempat dan Tanggal Lahir : Pekalongan, 8 Desember 1997
Agama : Islam
Alamat : Dk. Pekijingan RT 02 RW 02 Ds.
Krasakageng Kec. Sragi Kab. Pekalongan
No Telpn : 082325118470
Email : ratnasar99@gmail.com
Kewarganegaraan : Indonesia
Nama ayah kandung : Rosidin
Nama ibu kandung : Riyatun
Riwayat Pendidikan Formal

No	Pendidikan	Tahun
1	SDN 02 Sijeruk	2004 - 2010
2	SMP N 1 Sragi	2010 - 2013
3	SMK N 1 Sragi	2013 - 2016
4	IAIN Pekalongan	2016 - 2020





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 : RATNA SARI
NIM : 2013116216
Fakultas/Jurusan : JURUSAN 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 PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN EMOSIONAL
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PADA WARUNK KOPI PLATT MONKULL KAJEN**

beserta perangkat yang di perlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksekutif 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



RATNA SARI
NIM. 2013116216

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

Perpustakaan IAIN Pekalongan



Perpustakaan IAIN Pekalongan