

**PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, KEWAJARAN
HARGA, DAN *SERVICESCAPE* TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN DI WARMINDO TRIASTA KECAMATAN
BOJONG KABUPATEN PEKALONGAN**

SKRIPSI

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



Oleh :

NUR AISYAH APRILIA
NIM : 4119116

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

2023

**PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, KEWAJARAN
HARGA, DAN *SERVICESCAPE* TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN DI WARMINDO TRIASTA KECAMATAN
BOJONG KABUPATEN PEKALONGAN**

SKRIPSI

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



Oleh :

NUR AISYAH APRILIA
NIM : 4119116

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

2023

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nur Aisyah Aprilia
NIM : 4119116
Judul Skripsi : Pengaruh Keragaman Produk, Kewajaran Harga, dan *Servicescape* terhadap Kepuasan Konsumen di Warmindo Triasta Kecamatan Bojong Kabupaten Pekalongan

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 13 September 2023

Yang Menyatakan,



Nur Aisyah Aprilia

NOTA PEMBIMBING

Lamp. : 2 (dua) eksemplar
Hal : Naskah Skripsi Sdr. Nur Aisyah Aprilia

Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
c.q. Ketua Program Studi Ekonomi Syariah
PEKALONGAN

Assalamualaikum Wr. Wb.

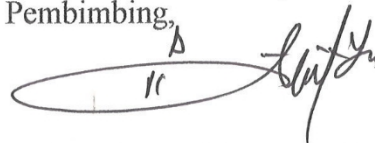
Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi Saudara/i:

Nama : **Nur Aisyah Aprilia**
NIM : **4119116**
Judul Skripsi : **Pengaruh Keragaman Produk, Kewajaran Harga, dan *Servicescape* terhadap Kepuasan Konsumen di Warmindo Triasta Kecamatan Bojong Kabupaten Pekalongan**

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 13 September 2023
Pembimbing,



Aditya Agung Nugraha, M.E.
NIP. 199008112019031008



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat: Jl. Pahlawan No. 52 Kajen Pekalongan, www.febi.uingusdur.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN)
K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi Saudara/i:

Nama : **Nur Aisyah Aprilia**
NIM : **4119116**
Judul Skripsi : **Pengaruh Keragaman Produk, Kewajaran
Harga, dan *Servicescape* terhadap Kepuasan
Konsumen di Warmindo Triasta Kecamatan
Bojong Kabupaten Pekalongan**

Dosen Pembimbing : **Aditya Agung Nugraha, M.E.**

Telah diujikan pada hari Rabu tanggal 4 Oktober 2023 dan dinyatakan
LULUS serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana
Ekonomi (S.E.).

Dewan Penguji

Penguji I

Happy Sista Devy, M.M
NIP. 199310142018012003

Penguji II

Husni Awali, M.M
NIP. 198909292019031016

Pekalongan, 18 Oktober 2023

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Prof. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H.
NIP. 197502201999032001

MOTTO

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.”

(QS. Al-Insyirah: 5)

“Jangan bandingkan jarak terbangnya, tapi bagaimana dan apa yang dilalui.”

(Pesawat Kertas 365 Hari - JKT48)

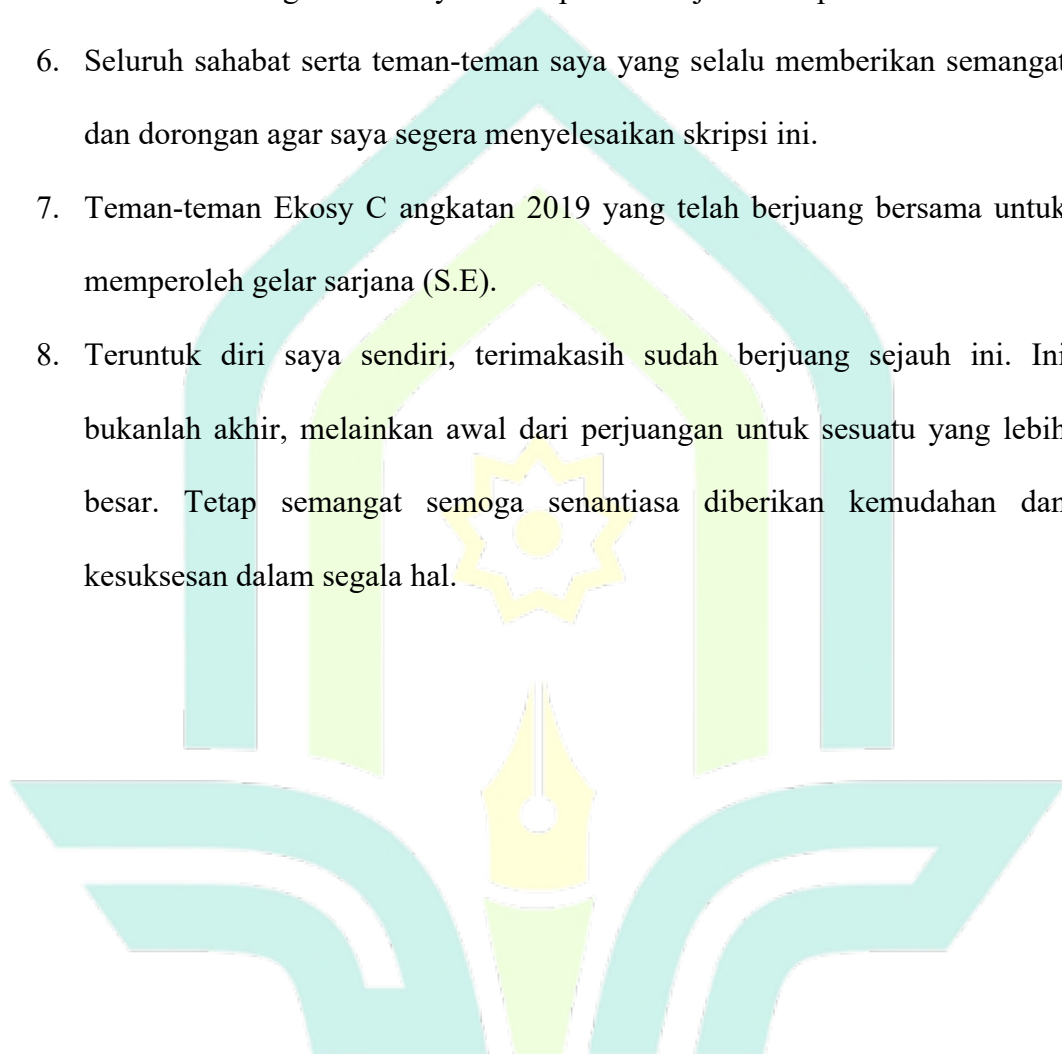


PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan limpahan nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Penulis menyadari sepenuhnya atas segala keterbatasan dan banyaknya kekurangan-kekurangan yang harus diperbaiki dalam penulisan Skripsi ini. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan informasi dan manfaat bagi setiap orang yang membacanya, khususnya bagi dunia pendidikan. Dalam pembuatan Skripsi ini penulis banyak mendapatkan berbagai dukungan serta bantuan materil maupun non materil dari berbagai pihak. Berikut ini beberapa persembahan sebagai ucapan terima kasih dari penulis kepada pihak-pihak yang telah berperan dalam membantu terlaksananya penulisan Skripsi ini:

1. Kedua orang tua saya tercinta (Bapak Nawin dan Ibu Rahayu) yang senantiasa mendoakan, memberikan nasihat, semangat, serta dukungan baik materil maupun non materil. Terimakasih atas segala kasih sayang, kerja keras, serta doa Bapak Ibu yang selalu mengiringi setiap langkahku. Semua yang telah saya lalui semata-mata hanya untuk membanggakan kalian.
2. Kedua adekku tersayang, Anisa dan Adibah yang selalu memberikan keceriaan semoga kesuksesan selalu menaungi kita semua.
3. Segenap keluarga besar yang telah memberikan dukungan serta semangat selama saya menyelesaikan skripsi ini.

4. Dosen Pembimbing saya, Bapak Aditya Agung Nugraha, M.E. yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga, serta pikiran untuk membimbing dan membantu saya dalam pembuatan skripsi ini.
5. Dosen Wali saya, Bapak Ahmad Rosyid, S.E., M.SI. yang telah memberikan saran serta mengarahkan saya dalam pemilihan judul skripsi.
6. Seluruh sahabat serta teman-teman saya yang selalu memberikan semangat dan dorongan agar saya segera menyelesaikan skripsi ini.
7. Teman-teman Ekosy C angkatan 2019 yang telah berjuang bersama untuk memperoleh gelar sarjana (S.E).
8. Teruntuk diri saya sendiri, terimakasih sudah berjuang sejauh ini. Ini bukanlah akhir, melainkan awal dari perjuangan untuk sesuatu yang lebih besar. Tetap semangat semoga senantiasa diberikan kemudahan dan kesuksesan dalam segala hal.



ABSTRAK

APRILIA. Pengaruh Keragaman Produk, Kewajaran Harga, dan *Servicescape* terhadap Kepuasan Konsumen di Warmindo Triasta Kecamatan Bojong Kabupaten Pekalongan.

Bisnis kuliner merupakan salah satu bidang usaha yang mengalami persaingan sangat ketat. Hal tersebut dikarenakan banyaknya gagasan manusia yang kian inovatif serta kreatif, namun hadirnya rivalitas dalam dunia usaha adalah sebuah hal yang tidak dapat disingkirkan. Jenis usaha yang menghadapi kompetisi yang sangat ketat salah satunya yaitu Warmindo. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh keragaman produk, kewajaran harga, dan *servicescape* terhadap kepuasan konsumen di Warmindo Triasta, Kecamatan Bojong, Kabupaten Pekalongan.

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah metode angket (kuesioner) dengan menggunakan sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *accidental sampling*. Penelitian ini menggunakan metode analisis data uji regresi linier berganda dengan bantuan SPSS 26.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial keragaman produk, kewajaran harga, dan *servicescape* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Warmindo Triasta, Kecamatan Bojong, Kabupaten Pekalongan. Kemudian secara simultan, keragaman produk, kewajaran harga, dan *servicescape* juga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Warmindo Triasta, Kecamatan Bojong, Kabupaten Pekalongan.

Kata kunci: Keragaman Produk, Kewajaran Harga, *Servicescape*, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

APRILIA. The Influence of Product Diversity, Price Fairness, and *Servicescape* on Consumer Satisfaction at Warmindo Triasta, Bojong District, Pekalongan Regency.

The culinary business is one of the business fields that is experiencing very tight competition. This is because many human ideas are increasingly innovative and creative, but the presence of rivalry in the business world is something that cannot be eliminated. One type of business that faces very tight competition is Warmindo. The aim of this research is to determine the influence of product diversity, price fairness and *servicescape* on consumer satisfaction in Warmindo Triasta, Bojong District, Pekalongan Regency.

This research is a type of quantitative research. The data collection method in this research is a questionnaire method using a sample of 100 respondents. The sampling technique uses the accidental sampling method. This research uses a multiple linear regression test data analysis method with the help of SPSS 26.

The research results show that partially product diversity, price fairness and *servicescape* have a positive and significant effect on consumer satisfaction in Warmindo Triasta, Bojong District, Pekalongan Regency. Then simultaneously, product diversity, price fairness and *servicescape* also influence consumer satisfaction at Warmindo Triasta, Bojong District, Pekalongan Regency.

Keywords: Product Diversity, Price Reasonability, *Servicescape*, Consumer Satisfaction

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya sampaikan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya sampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag. selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
2. Ibu Prof. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H. selaku Dekan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
3. Bapak Dr. H. Tamamudin, S.E., M.M. selaku Wakil Dekan bidang Akademik dan Kelembagaan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
4. Bapak Muhammad Aris Syafi'i, M.E.I. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
5. Ibu Happy Sista Devy, M.M. selaku Sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
6. Bapak Aditya Agung Nugraha, M.E. selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini
7. Bapak Ahmad Rosyid, S.E., M.SI. selaku Dosen Penasehat Akademik (DPA)

8. Pihak Warmindo Triasta yang telah banyak membantu dalam memperoleh data yang saya perlukan
9. Orang tua dan keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral
10. Sahabat yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Pekalongan, 13 September 2023



Nur Aisyah Aprilia



DAFTAR ISI

JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
PEDOMAN TRANSLITERASI	xv
DAFTAR TABEL	xxii
DAFTAR GAMBAR	xxiii
DAFTAR LAMPIRAN	xxiv
DAFTAR ISTILAH/SIMBOL	xxv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	12
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	12
D. Sistematika Pembahasan.....	14
BAB II LANDASAN TEORI	18
A. Landasan Teori.....	18
1. <i>The Expectancy Disconfirmation Model</i>	18
2. Kepuasan Konsumen	19
3. Keragaman Produk.....	23
4. Kewajaran Harga	26
5. <i>Servicescape</i>	29
B. Telaah Pustaka	31
C. Kerangka Berpikir.....	45
D. Hipotesis	45

BAB III METODE PENELITIAN	50
A. Jenis Penelitian.....	50
B. Pendekatan Penelitian	50
C. Setting Penelitian	51
D. Populasi dan Sampel.....	51
E. Variabel Penelitian.....	55
F. Sumber Data.....	59
G. Teknik Pengumpulan Data.....	60
H. Metode Analisis Data.....	62
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	68
A. Deskripsi Data.....	68
1. Gambaran Umum Objek Penelitian	68
2. Deskripsi Data Penelitian.....	69
3. Karakteristik Responden.....	69
4. Analisis Data Deskriptif.....	72
B. Analisis Data.....	77
1. Uji Instrumen Penelitian	77
2. Uji Asumsi Klasik.....	80
3. Analisis Regresi Linier Berganda	84
4. Uji Hipotesis	86
5. Koefisien Determinasi (R^2).....	89
C. Pembahasan.....	90
1. Pengaruh Keragaman Produk terhadap Kepuasan Konsumen di Warmindo Triasta Kecamatan Bojong Kabupaten Pekalongan.....	91
2. Pengaruh Kewajaran Harga terhadap Kepuasan Konsumen di Warmindo Triasta Kecamatan Bojong Kabupaten Pekalongan.....	92
3. Pengaruh <i>Servicescape</i> terhadap Kepuasan Konsumen di Warmindo Triasta Kecamatan Bojong Kabupaten Pekalongan.....	95
4. Pengaruh Keragaman Produk, Kewajaran Harga, dan <i>Servicescape</i> terhadap Kepuasan Konsumen di Warmindo Triasta Kecamatan Bojong Kabupaten Pekalongan.....	97

BAB V PENUTUP	98
A. Kesimpulan	98
B. Keterbatasan Penelitian.....	99
C. Saran	99
DAFTAR PUSTAKA	101
LAMPIRAN	I



PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penelitian 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 konsonan Bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian di lambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dengan huruf dan tanda sekaligus. Dibawah ini daftar huruf arab dan transliterasinya dengan huruf Latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha

د	Dal	D	De
ذ	Ẓal	ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia yang terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	Fathah	A	A
	Kasrah	I	I
	Dhammah	U	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
...ي	Fathah dan ya	Ai	a dan i
...و	Fathah dan wau	Au	a dan u

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan huruf	Nama	Huruf dan tanda	Nama
ا ... ي ...	Fathah dan alif atau ya	A	a dan garis di atas
ى ...	Kasrah dan ya	I	i dan garis di atas
و ...	Dhammah dan wau	U	u dan garis di atas

Contoh:

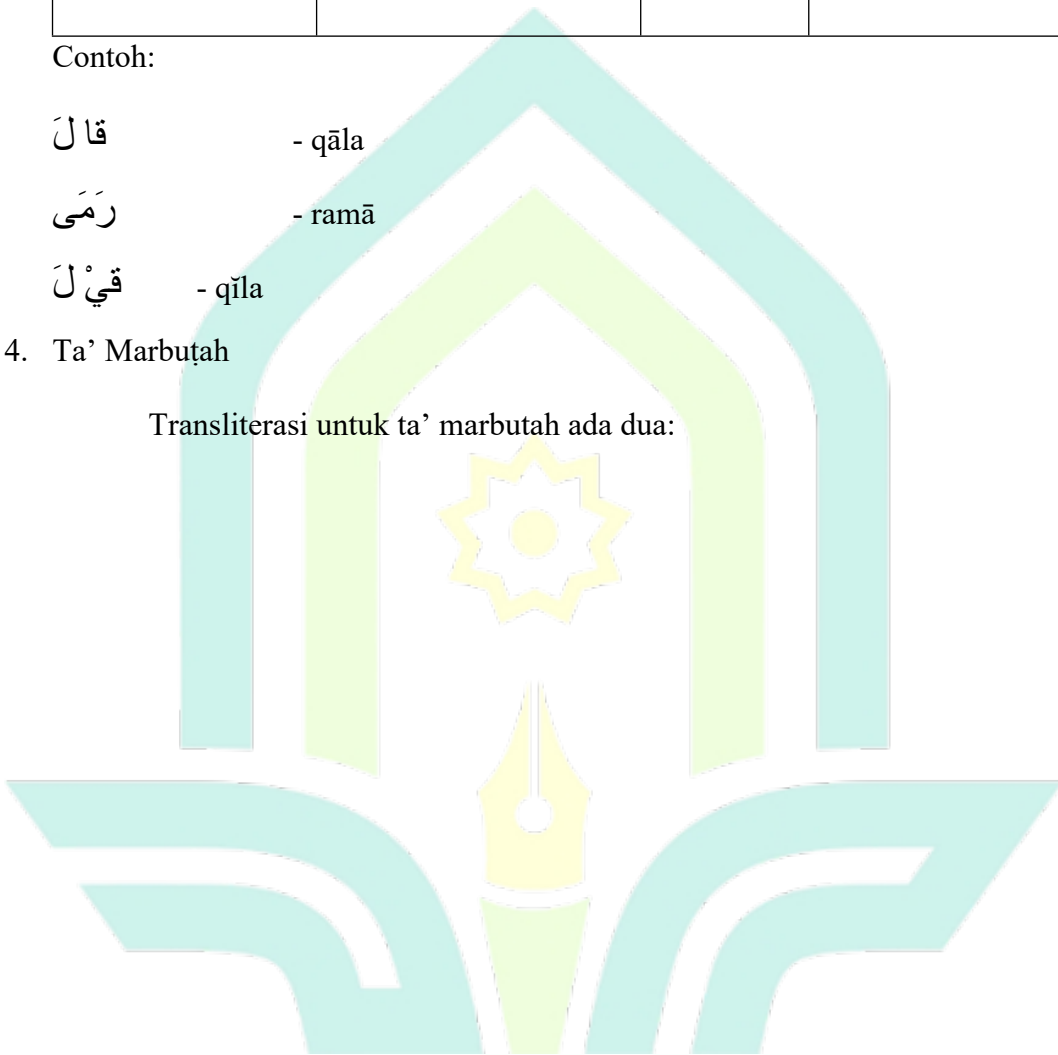
قَالَ - qāla

رَمَى - ramā

قَالَ - qāla

4. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua:



a. Ta' Marbutah Hidup

Ta' marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dhammah, transliterasinya adalah "t".

b. Ta' Marbutah Mati

Ta' marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

c. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ	-	raudah al atfāl
	-	raudatulatfāl
الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ	-	al-Madīnah al-Munawwarah
	-	al-Madīnatul-Munawwarah
طَلْحَة	-	talhah

5. Syaddah

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tasydid, dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

نَزَلَ - Nazzala

الْبِرُّ - al-birru

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah dan kata sandang yang diikuti huruf qamariyah.

a. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah

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

b. Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan sesuai aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

c. Baik diikuti huruf syamsiyah maupun huruf qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

الشَّمْسُ - asy-syamsu

القَمَرُ - al-qamaru

7. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu terletak di awal kata, isi dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

شَيْءٌ

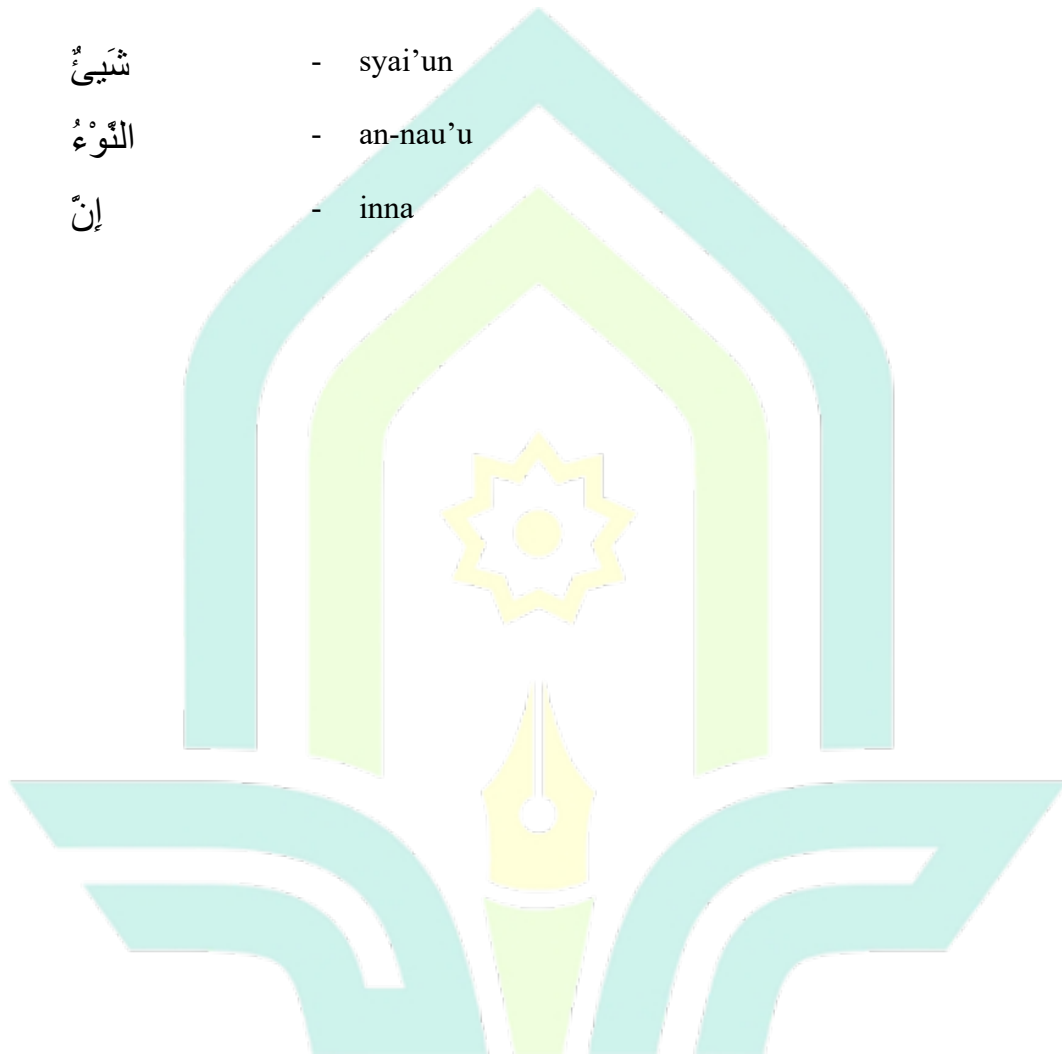
- syai'un

النَّوْءُ

- an-nau'u

إِنَّ

- inna



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Daftar Menu dan Harga	7
Tabel 2. 1 Telaah Pustaka	32
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel	56
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	70
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia	70
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan.....	71
Tabel 4. 4 Distribusi Jawaban Keragaman Produk (X1)	72
Tabel 4. 5 Distribusi Jawaban Kewajaran Harga (X2)	74
Tabel 4. 6 Distribusi Jawaban <i>Servicescape</i> (X3)	75
Tabel 4. 7 Distribusi Jawaban Kepuasan Konsumen (Y)	76
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas	78
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas.....	80
Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas	81
Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinearitas	82
Tabel 4. 12 Hasil Uji Heteroskedastisitas	83
Tabel 4. 13 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	84
Tabel 4. 14 Hasil Uji t.....	87
Tabel 4. 15 Hasil Uji F.....	89
Tabel 4. 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	90

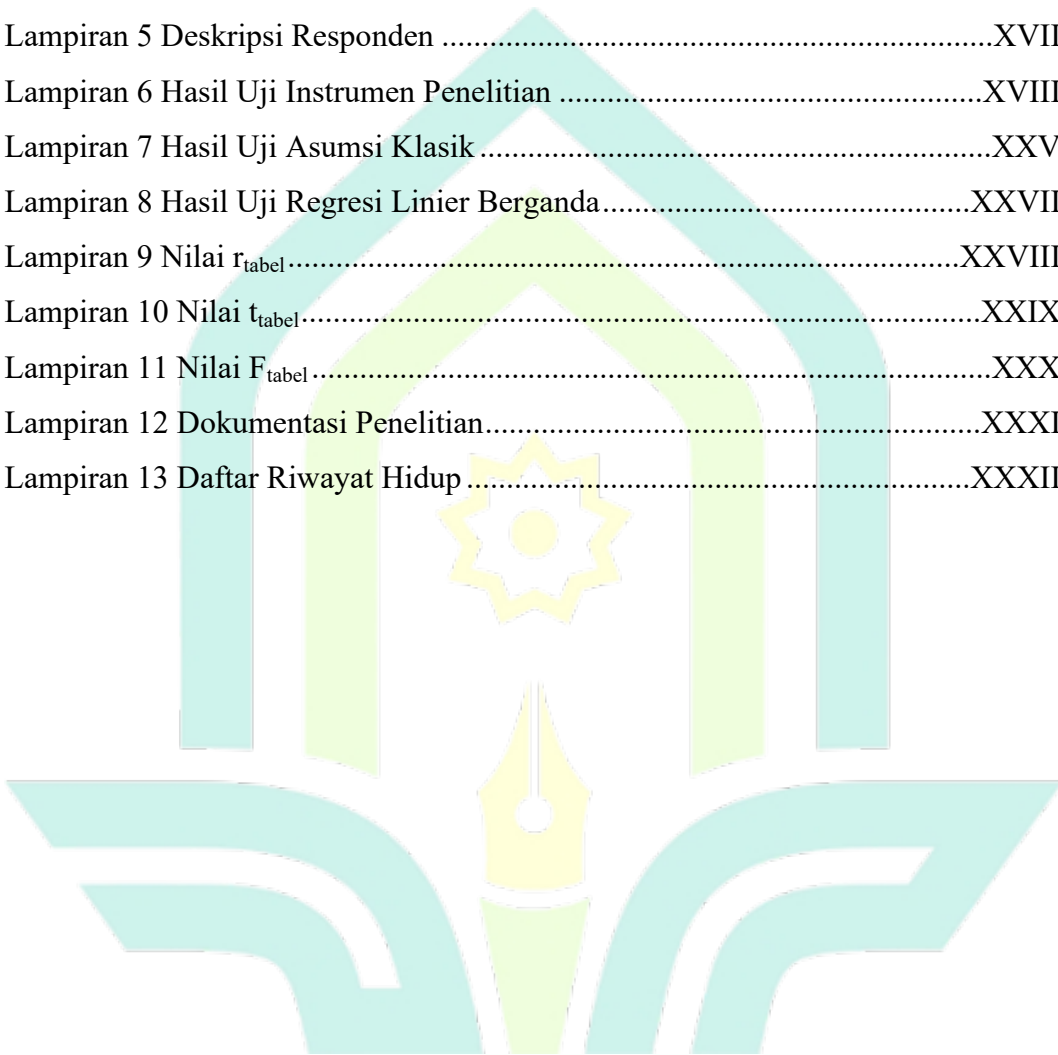
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Penjualan Warmindo Triasta	10
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	45



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian.....	II
Lampiran 2 Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian	III
Lampiran 3 Kuesioner Penelitian	IV
Lampiran 4 Data Mentah Hasil Penelitian.....	XI
Lampiran 5 Deskripsi Responden	XVII
Lampiran 6 Hasil Uji Instrumen Penelitian	XVIII
Lampiran 7 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	XXV
Lampiran 8 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	XXVII
Lampiran 9 Nilai r_{tabel}	XXVIII
Lampiran 10 Nilai t_{tabel}	XXIX
Lampiran 11 Nilai F_{tabel}	XXX
Lampiran 12 Dokumentasi Penelitian.....	XXXI
Lampiran 13 Daftar Riwayat Hidup.....	XXXII



DAFTAR ISTILAH/SIMBOL

Σ = Jumlah



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sejalan dengan berkembangnya zaman, dalam upaya meningkatkan kesejahteraan rakyat sangat dipengaruhi oleh pertumbuhan dan pembangunan ekonomi guna meningkatkan pendapatan ekonomi daerah. Salah satu bidang usaha yang mampu berkembang secara konsisten di Indonesia yaitu UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) (Halim, 2020). Di Indonesia, UMKM merupakan salah satu fondasi perekonomian karena seiring berjalannya waktu, UMKM terus mengalami perkembangan. Hal tersebut juga dipengaruhi oleh perkembangan industri serta teknologi yang sangat pesat pada sekarang ini (Pramono & Azis, 2020).

Salah satu bidang usaha yang sedang populer yaitu bisnis kuliner. Bisnis kuliner menjadi sebuah bagian dari industri penyedia makanan yang segala aktivitasnya mencakup kegiatan memasak dimana kreativitas serta estetika merupakan komponen paling penting (Octavanny, 2021). Dalam hidupnya, setiap manusia senantiasa membutuhkan makan dan minum, oleh sebab itu usaha kuliner dianggap sebagai usaha yang abadi sehingga usaha ini akan selalu menjadi kebutuhan setiap orang (Ajusta & Afif, 2021).

Pekalongan merupakan salah satu daerah yang menawarkan beragam kuliner mulai dari makanan tradisional maupun modern, bahkan beragam jajanan pun tersedia. Karena perkembangan kuliner di Pekalongan sangat

pesat, mengakibatkan tingkat persaingan yang terjadi juga sangat ketat. Hal tersebut dikarenakan banyaknya gagasan manusia yang kian inovatif serta kreatif. Hadirnya rivalitas dalam dunia usaha adalah sebuah hal yang tidak dapat disingkirkan, karena dengan hadirnya usaha-usaha baru akan memunculkan persaingan antar perusahaan (Sari & Susanti, 2021).

Jenis usaha yang menghadapi kompetisi yang sangat ketat salah satunya yaitu Warmindo. Warmindo merupakan singkatan dari warung makan Indomie. Warmindo merupakan salah satu tempat makanan yang paling dikenal oleh masyarakat sebagai tempat untuk makan Indomie. Kini Warmindo banyak tersebar dan menjadi tempat makan yang populer di Pekalongan karena harga yang ditawarkan ekonomis.

Warmindo Triasta merupakan sebuah bisnis kuliner yang terletak di Kabupaten Pekalongan tepatnya di Jalan Raya Bojong No.16, Kamdir, Wangandowo, Kecamatan Bojong, Kabupaten Pekalongan, Jawa Tengah 51156. Nama Triasta berasal dari dua kata yaitu “tri” yang berarti tiga dan “asta” yang merupakan bahasa jawa yang berarti tangan, sehingga nama Triasta memiliki arti “tiga tangan” atau tiga orang pendiri. Warmindo ini didirikan sejak 2021 dengan sasaran untuk semua kalangan mulai dari pelajar, mahasiswa, pekerja, dan lain sebagainya. Warmindo ini merupakan usaha individu sehingga usaha tersebut dikelola dan ditangani langsung oleh pemilik Warmindo itu sendiri, sedangkan karyawannya diambil dari kerabat pemilik Warmindo tersebut.

Walaupun identik dengan Indomie, namun Warmindo Triasta juga menawarkan beragam menu lain sehingga lebih banyak pilihan menu yang ditawarkan kepada konsumen. Untuk memberikan kenyamanan, Warmindo Triasta menyediakan fasilitas free Wi-Fi yang bisa dimanfaatkan oleh para konsumen serta fasilitas lain seperti toilet dan tempat sholat. Sedangkan promosi Warmindo Triasta dilakukan melalui instagram dan ikut serta menjadi sponsor di berbagai kegiatan baik di sekolah, kampus dan lain sebagainya. Dengan menjamurnya usaha sejenis di lingkungan tersebut, maka Warmindo Triasta harus mampu bersaing dengan bisnis kuliner lain disekitarnya melalui keunggulan yang dimilikinya.

Pelaku usaha kuliner harus mampu melahirkan inovasi-inovasi baru serta membangun strategi periklanan dan pemasaran yang dapat menjadikan usaha kuliner yang dibangun memiliki ciri-ciri yang menjadi kelebihan dalam bersaing dengan kompetitor (Octavanny, 2021). Dalam membangun bisnis Warmindo saat ini, tidak hanya dibutuhkan kemampuan atau kompetensi memasak yang paling efektif, tetapi juga perpaduan antara keterampilan memasak, manajemen, periklanan baik offline maupun online, dan branding (Ajusta & Afif, 2021). Dengan strategi tersebut diharapkan para konsumen merasa puas atas layanan yang diberikan.

Pada intinya, memenuhi serta memuaskan klien adalah kewajiban dan tugas produsen. Oleh karena itu, setiap pengusaha harus mengetahui kebutuhan dan harapan pembeli demi kelangsungan usaha itu sendiri. Kemajuan sektor pelayanan yang saat ini tumbuh cepat membawa perubahan pada kehidupan

manusia yang tentunya dapat berakibat pada meningkatnya tingkat keinginan masyarakat akan pelayanan. Industri yang berkiprah di sektor jasa memang harus mencari pendekatan progresif untuk meningkatkan keunggulan agresif sehingga bisnis dapat menjalin hubungan jangka panjang dengan pembeli. Banyak perusahaan memilih menginvestasikan sumber daya konsumen serta terus membekali dengan informasi mengenai cara meningkatkan kepuasan konsumen, karena kepuasan konsumen merupakan isu yang sangat vital bagi perusahaan (Fahleti, 2018).

Kepuasan konsumen mampu menjadi evaluasi atau penilaian terhadap barang yang disediakan. Kepuasan konsumen adalah sasaran yang amat penting. Dalam kondisi pasar yang kompetitif, kepuasan mampu menjadi tumpuan bagaimana suatu perusahaan akan bergerak. Bagaimana sebuah Warmindo mempertahankan bisnisnya dapat diamati dari bagaimana respon masyarakat terhadap barang yang ditawarkan. Kepuasan konsumen adalah sejauh mana perasaan klien setelah mengevaluasi apa yang diterima dengan apa yang diharapkan (Nurani et al., 2022).

Salah satu aspek yang dapat membantu pencapaian usaha Warmindo adalah keragaman produk. Keragaman produk adalah lengkapnya suatu produk yang dijual dan penyediaan barang tersebut. Tempat makan yang menyediakan produk atau menu yang bervariasi dan lengkap akan lebih cenderung dipilih oleh para konsumen. Orientasi keragaman produk mengarah pada pilihan menu, kualitas, harga, jenis maupun bentuk kemasan. Produk yang beragam akan menarik kunjungan pembeli dan akan menciptakan komitmen hubungan

jangka panjang antara pembeli dengan penjual (Mardikaningsih & Sinambela, 2021).

Warmindo Triasta menyediakan beraneka macam produk sesuai dengan minat dan keperluan konsumen, mulai dari menu utamanya yaitu aneka macam Indomie dengan tambahan topping seperti telur, bakso, sosis, sayur. Untuk menu lainnya tersedia beragam makanan berat seperti *rice bowl*, magelangan, mie dok-dok, nasi ayam, nasi telur, dan seblak. Untuk makanan ringannya antara lain mendoan, takoyaki, roti bakar, kentang goreng, pisang krispi, tahu bakso, omelet, sosis, nugget, dan lain-lain. Selain itu, juga disediakan minuman seperti es teh, es jeruk, susu, nutrisari, es coklat, kopi, dan lainnya. Berbagai keragaman produk dikeluarkan sehingga konsumen dapat memilih menu yang tersedia di outlet tersebut. Jika keragaman produk yang disediakan semakin banyak, alhasil konsumen juga akan lebih puas untuk membeli di tempat tersebut. Oleh karena itu, diharapkan bagi para pelaku bisnis kuliner harus mampu menawarkan produk yang beragam agar konsumen yang mengunjungi toko tersebut merasa puas (Pekerti et al., 2023). Namun, keragaman produk juga harus didukung dengan harga yang sesuai dengan tujuan pasar yang diharapkan.

Melihat situasi persaingan yang semakin ketat, setiap pelaku usaha kuliner penting untuk meningkatkan kemampuan yang ada dalam usahanya dengan menonjolkan keunikan atau perbedaan yang dimiliki pelaku usaha dibanding dengan pesaingnya sebagai cara yang baik untuk memikat konsumen (Mugni & Sunjaya, 2022). Membuat konsumen merasa puas tidak hanya

dengan keragaman produk saja, tetapi juga dengan menetapkan kewajaran harga sesuai dengan kualitas produk yang dimiliki.

Harga dapat dijadikan tolak ukur bagi konsumen untuk mengukur adanya kesesuaian antara produk yang diperoleh dengan pengorbanan yang dikeluarkan oleh konsumen, baik berupa uang ataupun pengorbanan lainnya (Premayani & Yoga, 2019). Menurut Matzler (2007) (dalam Nurjanah et al., 2022), kewajaran harga adalah persepsi konsumen bahwa selisih harga yang diperoleh layak jika dibandingkan dengan yang lain, dapat dipertimbangkan atau harga tersebut dapat diterima. Umumnya, konsumen akan mengestimasi biaya yang dikeluarkan dengan keinginan mereka terkait manfaat dari produk yang akan dibeli. Jika dari menggunakan produk tersebut konsumen merasa bahwa manfaat yang diperoleh sesuai dengan pengorbanan yang dilakukan, maka harga dianggap adil dan ini disebut sebagai kewajaran harga (Nurjanah et al., 2022).

Semakin ketatnya persaingan usaha khususnya usaha kuliner, masing-masing restoran saling berlomba-lomba untuk memberikan harga yang kompetitif untuk menarik pelanggan. Konsumen menggunakan kewajaran harga sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan pilihan sehingga sesuai dengan kemampuan daya beli konsumen. Penilaian kewajaran harga didasarkan pada perbandingan transaksi yang melibatkan berbagai pihak, jadi ketika dirasakan terjadi perbedaan harga maka tingkat kesamaan antar transaksi merupakan unsur penting dari penilaian kewajaran harga.

Warmindo Triasta menentukan sebuah harga berdasarkan dari segi harga pokok bahan baku dan pengeluarannya, dimana harga tersebut ditetapkan sesuai dengan bahan yang berkualitas baik serta fasilitas dan kenyamanan yang ditawarkan. Dengan harga yang wajar sesuai dengan menu yang tersedia serta kualitas produk yang baik diharapkan para konsumen merasa puas sehingga diharapkan dapat melakukan pembelian ulang. Berikut daftar harga di Warmindo Triasta:

Tabel 1. 1 Daftar Menu dan Harga

Menu	Harga	Menu	Harga
Aneka Indomie	Rp 8.000	Pisang Krispi	Rp 10.000
Indomie Nyemek	Rp 12.000	Tahu Bakso Ori	Rp 10.000
Mie Dok-Dok	Rp 12.000	Tahu Bakso Mercon	Rp 12.000
Magelangan Original	Rp 13.000	Omelet	Rp 10.000
Magelangan Spesial	Rp 15.000	Sosis, Bakso, Nugget	Rp 12.000
Nasi + Ayam	Rp 10.000	Teh Hangat/Es	Rp 3.000
Nasi + Telur	Rp 8.000	Jeruk Hangat/Es	Rp 5.000
Seblak Ori	Rp 8.000	Susu Hangat/Es	Rp 4.000
Mendoan	Rp 8.000	Nutrisari	Rp 4.000
Takoyaki	Rp 10.000	Es Coklat	Rp 5.000
Roti Bakar	Rp 10.000	Kopi Hitam	Rp 4.000

Kentang Goreng	Rp 10.000	Kopi Susu	Rp 5.000
		Hangat/Es	

Sumber: Hasil Wawancara dengan Narasumber

Warmindo Triasta memberikan harga yang kompetitif guna menarik pelanggan, selain itu sasaran konsumennya adalah pelajar dan mahasiswa sehingga mereka akan memilih harga yang lebih terjangkau. Namun seiring berjalannya waktu banyak bermunculan pesaing yang berada disatu lingkungan yang sama yang saling menawarkan harga yang kompetitif. Sehingga warmindo Triasta harus tetap mempertahankan kualitas produknya serta menonjolkan aspek lain yang dapat menarik minat konsumen untuk berkunjung.

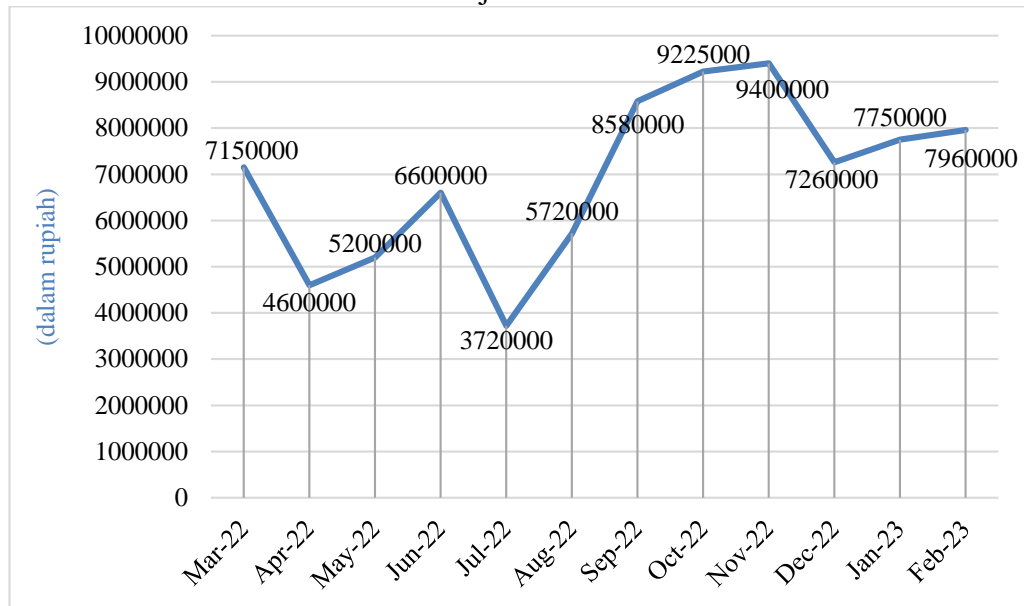
Keberhasilan dalam usaha warmindo tidak hanya terlihat dari keragaman produk dan kewajaran harga saja, salah satu hal yang mampu mendukung keberhasilan berbisnis dibidang kuliner yaitu dari penawaran *servicescape*. Dari penawaran *servicescape* diharapkan dapat menunjang kenyamanan konsumen yang akan berakibat pada kepuasan konsumen yang meningkat. *Servicescape* berkaitan erat dengan model tampilan fisik suatu perusahaan serta komponen lain yang dijumpai konsumen di tempat terjadinya layanan serta jasa melalui kesan yang dirasakan oleh panca indera. Konsumen akan bersedia mengunjungi kembali jika lingkungan yang disediakan nyaman serta menyenangkan (Fifaldyovan & Sari, 2022).

Penataan *servicescape* dapat dilakukan dengan memilih lokasi yang strategis, mengatur suhu ruangan, menata meja dan kursi agar memudahkan

konsumen dalam bergerak, mengatur kualitas udara, kebersihan, kebisingan serta memberikan suasana yang nyaman agar dapat mempengaruhi pikiran dan emosi pembeli. Jika lingkungan *servicescape* yang disediakan nyaman maka konsumen bersedia untuk menghabiskan waktu mereka lebih lama untuk mengunjungi outlet tersebut, dengan hadirnya lingkungan *servicescape* yang berkualitas dapat dikaitkan dengan kenyamanan konsumen yang pada akhirnya akan mempengaruhi kepuasan konsumen di lingkungan tersebut (Fifaldyovan & Sari, 2022).

Pemilihan lokasi Warmindo Triasta cukup strategis karena berada di lingkungan sekolah serta di tepi jalan sehingga mudah untuk dijangkau. Walaupun mudah dijangkau karena berada di tepi jalan raya, tetapi juga menyebabkan suara kebisingan serta kualitas udara yang kurang baik karena banyak debu dari kendaraan yang cukup mengganggu. Musik yang diputar membuat suasana lebih hangat dan santai, serta tempat duduk yang ditata dengan rapi sehingga memudahkan konsumen leluasa dalam bergerak. Fasilitas umum seperti toilet dan mushola juga disediakan agar konsumen lebih nyaman sehingga akan menghabiskan lebih banyak waktu di outlet. Namun, logo atau papan nama yang dipasang tidak terlalu jelas sehingga tidak terlihat oleh konsumen yang ingin berkunjung.

Gambar 1.1 Data Penjualan Warmindo Triasta



Sumber: Hasil Wawancara dengan Narasumber

Berdasarkan gambar 1.1 diketahui bahwa penjualan Warmindo Triasta selama Maret 2022 hingga Februari 2023 mengalami fluktuasi atau ketidakstabilan. Penurunan penjualan terbesar terjadi di bulan April, Juli dan Desember, hal tersebut secara tidak langsung membuat pemilik Warmindo Triasta harus mengevaluasi apa saja yang menjadi keinginan konsumen dengan meninjau beberapa faktor yang menjadi penentu dalam menciptakan kepuasan konsumen sehingga usahanya akan terus bertahan. Selain itu pemilik Warmindo juga harus mempertahankan keunggulan-keunggulan yang sudah ada.

Fenomena dalam penelitian ini adalah bahwa dengan meningkatnya permintaan pelanggan untuk produk kuliner, itu tidak berarti bahwa pelaku bisnis kuliner lebih mudah untuk menjual produk mereka, terutama dengan banyaknya pengusaha serupa di pasar. Permasalahan dalam penelitian ini

adalah terjadi ketidakstabilan pendapatan dari Warmindo Triasta serta cara untuk meningkatkan kepuasan konsumen agar usahanya tetap berjalan. Berdasarkan fenomena gap dan riset gap yang didapat dari penelitian terdahulu, maka diduga faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen adalah keragaman produk, kewajaran harga, dan *servicescape*.

Berdasarkan deskripsi latar belakang terdapat suatu kesenjangan (gap) yang berbeda antara teori dan fakta dari penelitian sebelumnya. Adanya kesenjangan (gap) juga ditunjukkan dari hasil penelitian yang berbeda-beda mengenai keragaman produk, kewajaran harga, dan *servicescape* terhadap kepuasan konsumen. Pekerti et al., (2023) menyimpulkan bahwa keragaman produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen, akan tetapi penelitian dari Crismon & Andy, (2022) mengemukakan bahwa keragaman produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian dari Premayani & Yoga, (2019) mengemukakan bahwa kewajaran harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, akan tetapi penelitian dari Asy'ari & Karsudjono, (2021) menyatakan bahwa *price fairness* (kewajaran harga) tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Penelitian dari Muliana & Hadian, (2021) menyimpulkan bahwa *servicescape* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan penelitian dari Fahleti, (2018) menyimpulkan bahwa *servicescape* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan permasalahan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Pengaruh Keragaman Produk,**

Kewajaran Harga, dan *Servicescape* terhadap Kepuasan Konsumen di Warmindo Triasta Kecamatan Bojong Kabupaten Pekalongan”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut.

1. Apakah keragaman produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Warmindo Triasta?
2. Apakah kewajaran harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Warmindo Triasta?
3. Apakah *servicescape* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Warmindo Triasta?
4. Apakah keragaman produk, kewajaran harga, dan *servicescape* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Warmindo Triasta?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian
 - a. Menjelaskan analisis pengaruh keragaman produk terhadap kepuasan konsumen di Warmindo Triasta.
 - b. Menjelaskan analisis pengaruh kewajaran harga terhadap kepuasan konsumen di Warmindo Triasta.
 - c. Menjelaskan analisis pengaruh *servicescape* terhadap kepuasan konsumen di Warmindo Triasta.

- d. Menjelaskan analisis pengaruh keragaman produk, kewajaran harga, dan *servicescape* terhadap kepuasan konsumen di Warmindo Triasta.

2. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, antara lain sebagai berikut.

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi serta memperluas wawasan atau literatur terutama dalam bidang ekonomi mengenai faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen khususnya dalam bidang kuliner.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi Penulis

Memperluas wawasan serta pengetahuan mengenai masalah yang diteliti, serta menambah pengalaman menulis mengenai faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Dan menjadi salah satu sarana untuk mengaplikasikan ilmu yang diperoleh dalam bangku kuliah.

2) Bagi UIN K.H Abdurrahman Wahid

Penelitian ini diharapkan dapat memperbanyak informasi dan memperluas khazanah penelitian yang ada terkait kepuasan konsumen.

3) Bagi Warmindo Triasta

Sebagai bahan masukan kepada pemilik Warmindo Triasta agar dapat mengembangkan usahanya dengan mengedepankan beberapa faktor yang ada dalam penelitian.

4) Bagi Peneliti Lain

Sebagai sumber referensi serta tambahan literatur yang kelak dapat menjadi tolak ukur serta perbandingan jika menyusun penelitian lebih lanjut di waktu yang akan datang.

D. Sistematika Pembahasan

Dalam penelitian ini secara garis besar sistematika penulisan terbagi menjadi lima bab, yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini mendeskripsikan mengenai latar belakang penelitian ini, yaitu adanya perkembangan usaha kuliner yang semakin pesat sehingga pemilik Warmindo harus mengenali apa saja yang menjadi keinginan konsumen sehingga dapat menciptakan kepuasan konsumen. Bab ini juga membahas mengenai rumusan masalah dan tujuan penelitian. Manfaat penelitian penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis. Bab ini juga membahas mengenai sistematika pembahasan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan tentang landasan teori yang digunakan yaitu teori tentang kepuasan konsumen menggunakan *The Expectancy Disconfirmation Model* yang dikemukakan oleh Oliver, teori mengenai keragaman produk, kewajaran harga, dan *servicescape*. Telaah pustaka yang digunakan yaitu 10 penelitian terdahulu dengan lima tahun terakhir. Bab ini juga menguraikan mengenai kerangka berpikir, serta hipotesis yang terdiri dari empat hipotesis yaitu H₁, H₂, H₃, dan H₄.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan mengenai metode yang digunakan dalam penelitian ini, mencakup jenis penelitian yaitu menggunakan penelitian lapangan dengan pendekatan kuantitatif, setting penelitian dilakukan di Warmindo Triasta dalam jangka waktu dua bulan (Juli-Agustus 2023). Populasinya yaitu seluruh konsumen dan sampel yang digunakan yaitu 100 konsumen Warmindo Triasta dengan metode *accidental sampling*. Variabel penelitian terdiri dari variabel bebas dan variabel terikat, sumber datanya menggunakan data primer dan sekunder dengan

teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, wawancara, dan dokumentasi. Metode analisis data yang digunakan yaitu uji instrumen, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji hipotesis, dan koefisien determinasi.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang deskripsi data yang diperoleh setelah melakukan penelitian yang mencakup gambaran objek, deskripsi data penelitian, karakteristik responden, dan analisis data deskriptif. Hasil analisis data pada bab ini menjelaskan tentang hasil perhitungan yang diperoleh dari proses pengujian yang dilakukan beserta interpretasinya. Sedangkan pembahasan menguraikan mengenai gagasan atau pemikiran peneliti untuk memberikan penjelasan dan interpretasi atas hasil analisis data sehingga dapat menjawab pertanyaan pada rumusan masalah.

BAIB V : PENUTUP

Bab ini menjelaskan mengenai simpulan yaitu jawaban atas pertanyaan penelitian dan menjadi hasil akhir yang menjelaskan hasil penelitian secara keseluruhan. Saran dalam penelitian ini berisi

pendapat atau harapan agar mampu memberikan perubahan yang baik dan bersifat positif. Keterbatasan penelitian berisi penjelasan terhadap luasnya ruang lingkup penelitian yang tidak bisa semuanya dipenuhi.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Keragaman Produk, Kewajaran Harga, dan *Servicescape* terhadap Kepuasan Konsumen di Warmindo Triasta Kecamatan Bojong Kabupaten Pekalongan. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen Warmindo Triasta sebanyak 100 responden. Berdasarkan hasil analisis data, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil pengujian statistik membuktikan bahwa secara parsial variabel Keragaman Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di Warmindo Triasta.
2. Berdasarkan hasil pengujian statistik membuktikan bahwa secara parsial variabel Kewajaran Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di Warmindo Triasta.
3. Berdasarkan hasil pengujian statistik membuktikan bahwa secara parsial variabel *Servicescape* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di Warmindo Triasta.
4. Berdasarkan hasil pengujian statistik membuktikan bahwa secara simultan atau bersama-sama variabel Keragaman Produk, Kewajaran Harga, dan *Servicescape* berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di Warmindo Triasta.

B. Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan pada pengalaman langsung peneliti dalam proses penelitian ini, ada beberapa keterbatasan yang dialami agar dapat lebih diperhatikan bagi peneliti-peneliti yang akan datang untuk lebih menyempurnakan penelitiannya, karena penelitian ini masih banyak kekurangan yang mungkin dapat mempengaruhi hasil penelitian. Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini antara lain:

1. Jumlah responden yang digunakan hanya 100 orang yang tentunya masih kurang untuk menggambarkan keadaan sesungguhnya.
2. Adanya kemampuan responden yang kurang memahami pernyataan pada kuesioner serta informasi yang diberikan terkadang tidak menunjukkan pendapat responden yang sebenarnya, sehingga kemungkinan hasilnya kurang akurat.
3. Penelitian ini hanya melakukan pengkajian mengenai pengaruh keragaman produk, kewajaran harga, dan *servicescape* terhadap kepuasan konsumen, sehingga perlu dikembangkan penelitian lebih lanjut untuk meneliti faktor lain yang belum dikaji dalam penelitian ini.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan di atas, maka selanjutnya peneliti menyampaikan saran-saran yang sekiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait atas hasil penelitian ini. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

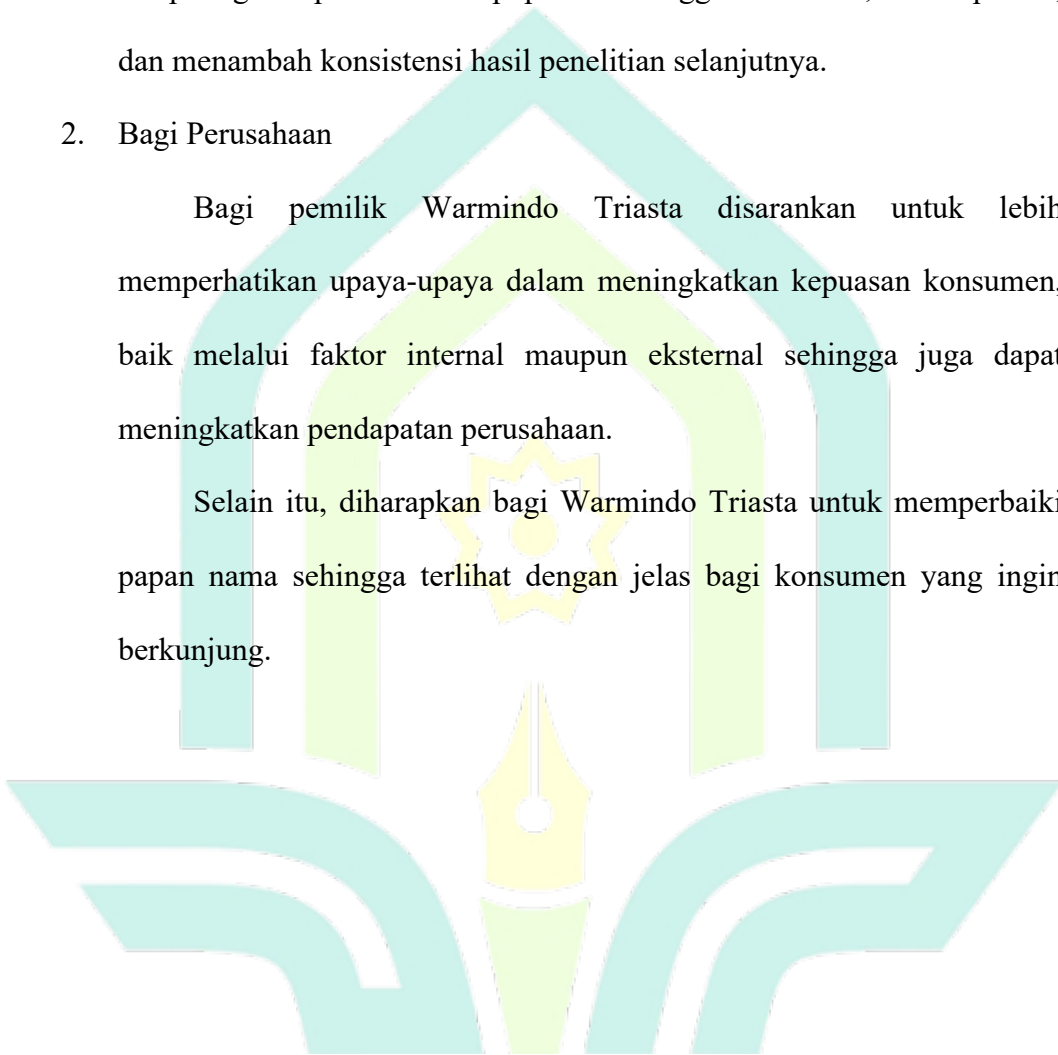
1. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan bagi peneliti selanjutnya agar melakukan pengembangan variabel bebas yang akan diteliti dalam melihat pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen, serta menambah jumlah sampel agar dapat mewakili populasi sehingga lebih baik, lebih optimal, dan menambah konsistensi hasil penelitian selanjutnya.

2. Bagi Perusahaan

Bagi pemilik Warmindo Triasta disarankan untuk lebih memperhatikan upaya-upaya dalam meningkatkan kepuasan konsumen, baik melalui faktor internal maupun eksternal sehingga juga dapat meningkatkan pendapatan perusahaan.

Selain itu, diharapkan bagi Warmindo Triasta untuk memperbaiki papan nama sehingga terlihat dengan jelas bagi konsumen yang ingin berkunjung.



LAMPIRAN



Lampiran 1 Surat Izin Penelitian



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Pahlawan KM. 5 Rowolaku Kajen Kab. Pekalongan Kode Pos 51161
www.febi.uiningsudur.ac.id email: febi@uiningsudur.ac.id

Nomor : B-1230/Un.27/J.IV.1/PP.01.1/07/2023
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Hal : Ijin Penelitian

05 Juli 2023

Yth. Kepada
Warmindo Triasta
di
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Diberitahukan dengan hormat bahwa:

Nama : Nur Aisyah Aprilia
NIM : 4119116
Jurusan/Prodi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

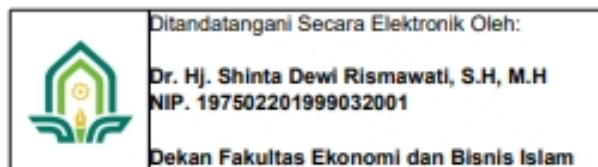
Adalah mahasiswa Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang akan melakukan penelitian di Lembaga/Wilayah yang Bapak/Ibu Pimpin guna menyusun skripsi/tesis dengan judul

“Pengaruh Keragaman Produk, Kewajaran Harga, dan Servicescape terhadap Kepuasan Konsumen di Warmindo Triasta Kecamatan Bojong Kabupaten Pekalongan”

Sehubungan dengan hal tersebut, dimohon dengan hormat bantuan Bapak/Ibu untuk memberikan izin dalam wawancara dan pengumpulan data penelitian dimaksud.

Demikian surat permohonan ini disampaikan, atas perhatian dan perkenannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.



Lampiran 2 Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan di bawah ini pemilik Warmindo Triasta, Kecamatan Bojong, Kabupaten Pekalongan, menerangkan bahwa:

Nama : Nur Aisyah Aprilia
NIM : 4119116
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Pengaruh Keragaman Produk, Kewajaran Harga, dan *Servicescape* terhadap Kepuasan Konsumen di Warmindo Triasta Kecamatan Bojong Kabupaten Pekalongan.

Yang bersangkutan telah melakukan penelitian terhadap konsumen di Warmindo Triasta pada Juli - Agustus 2023.

Surat keterangan ini diberikan agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pekalongan, 9 September 2023

Pemilik,



Hidayatullah

Lampiran 3 Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, KEWAJARAN HARGA, DAN *SERVICESCAPE* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI WARMINDO TRIASTA KECAMATAN BOJONG KABUPATEN PEKALONGAN

Assalamualaikum Wr. Wb.

Perkenalkan saya Nur Aisyah Aprilia mahasiswi jurusan Ekonomi Syariah FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Saat ini saya sedang melakukan penelitian guna keperluan tugas akhir (skripsi) saya yang berjudul "Pengaruh Keragaman Produk, Kewajaran Harga, dan *Servicescape* Terhadap Kepuasan Konsumen di Warmindo Triasta Kecamatan Bojong Kabupaten Pekalongan".

Untuk itu, mohon bantuannya agar teman-teman dapat meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner ini. Seluruh data akan dijaga kerahasiaannya dan hanya akan digunakan untuk kepentingan akademis saja.

Terimakasih

Wassalamualaikum Wr. Wb.

I. Petunjuk Pengisian

1. Bacalah setiap butir pernyataan dengan cermat.
2. Jawablah masing-masing pernyataan sesuai dengan penilaian Saudara.
3. Berilah tanda (√) pada salah satu alternatif jawaban yang paling sesuai.
4. Kriteria penilaian:

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

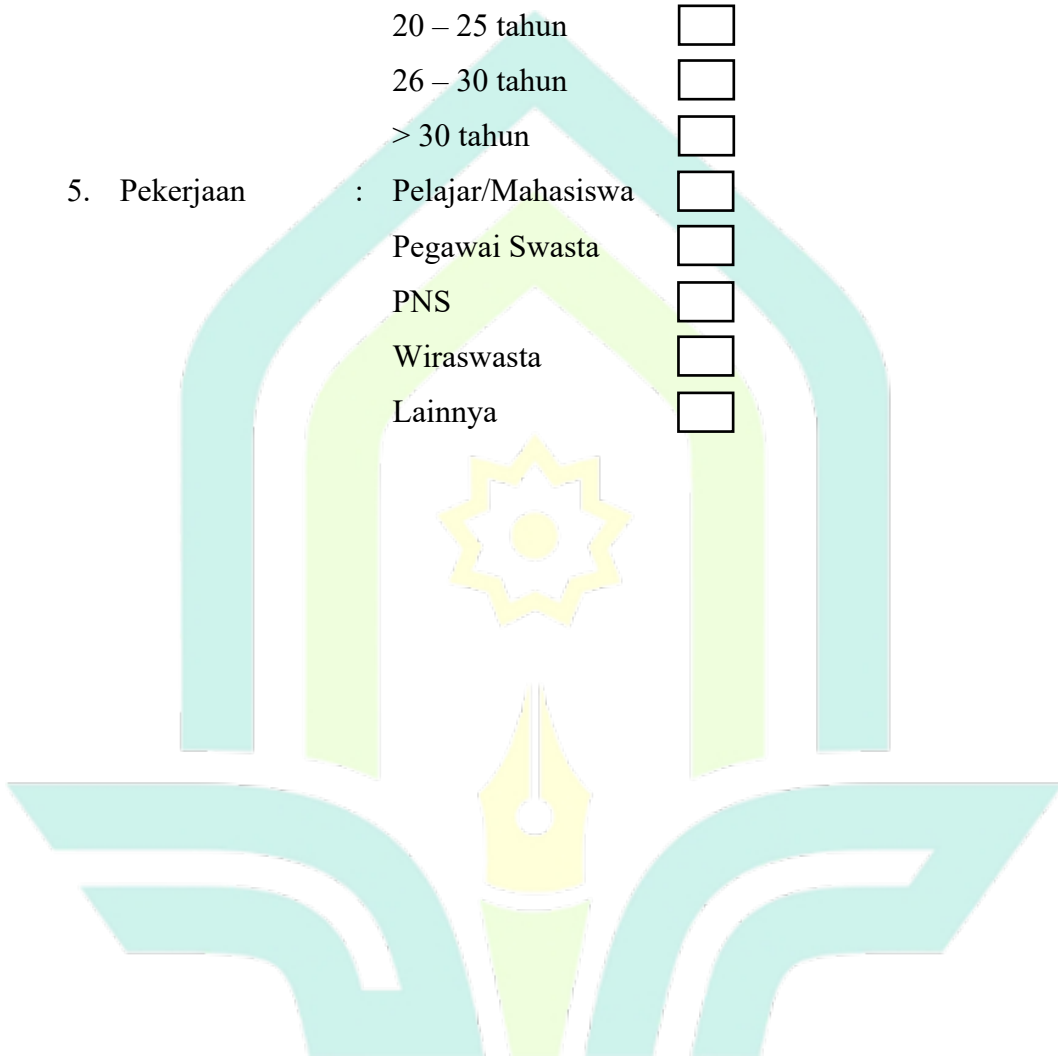
KS : Kurang Setuju

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

II. Identitas Responden

1. Nama :
2. Alamat :
3. Jenis Kelamin : Laki-laki
Perempuan
4. Usia : < 20 tahun
20 – 25 tahun
26 – 30 tahun
> 30 tahun
5. Pekerjaan : Pelajar/Mahasiswa
Pegawai Swasta
PNS
Wiraswasta
Lainnya



Keragaman Produk (X1)						
No.	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
Ukuran produk yang beragam						
1.	Produk yang ditawarkan Warmindo Triasta memiliki ukuran yang bervariasi sesuai dengan keinginan dan kebutuhan saya.					
2.	Warmindo Triasta menawarkan ukuran produk yang beragam sehingga mampu menarik minat saya untuk membeli					
Jenis produk yang beragam						
1.	Warmindo Triasta menawarkan beragam jenis makanan serta camilan yang dilengkapi dengan pilihan topping yang bervariasi					
2.	Jenis minuman yang ditawarkan Warmindo Triasta sangat bervariasi sehingga saya merasa puas dalam memilih					
Bahan produk yang beragam						
1.	Produk yang ditawarkan dibuat dengan bahan-bahan yang beragam sehingga menghasilkan cita rasa yang baik					
2.	Bahan-bahan yang digunakan memiliki kualitas baik sehingga menghasilkan makanan yang berkualitas					

Desain produk yang beragam						
1.	Makanan serta minuman yang ditawarkan didesain dengan penampilan yang menarik					
2.	Produk yang ditawarkan dikreasikan dengan baik sehingga memberikan kepuasan tersendiri bagi konsumen					
Kualitas produk yang beragam						
1.	Warmindo Triasta selalu menawarkan standar makanan yang berkualitas					
2.	Produk yang ditawarkan memiliki kualitas serta cita rasa yang baik sesuai dengan keinginan saya					
Kewajaran Harga (X2)						
No.	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
Keterjangkauan Harga						
1.	Harga yang ditawarkan oleh Warmindo Triasta sangat terjangkau sesuai dengan kemampuan dan daya beli saya					
2.	Saya bersedia membeli karena harga yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan saya					
Kesesuaian harga dengan kualitas produk						
1.	Harga yang saya bayarkan sesuai dengan kualitas produk yang saya terima					

2.	Harga yang saya bayarkan sesuai dengan porsi dan cita rasa yang saya terima setelah membeli produk tersebut					
Kesesuaian harga dengan merek						
1.	Harga yang ditawarkan Warmindo Triasta sesuai dengan harga normal pada Warmindo lainnya					
2.	Harga yang ditawarkan Warmindo Triasta mampu bersaing dengan harga yang ditawarkan Warmindo lain					
Kepuasan harga						
1.	Saya merasa puas dengan harga yang diberikan oleh Warmindo Triasta setelah mengonsumsi produk yang ditawarkan					
2.	Saya merasa puas dengan harga yang ditetapkan karena sesuai dengan manfaat yang saya peroleh					
<i>Servicescape (X3)</i>						
No.	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
Kondisi Sekitar						
1.	Tingkat pencahayaan, suhu udara, serta kebersihan di Warmindo Triasta sudah sesuai sehingga membuat konsumen merasa nyaman					

2.	Latar belakang musik yang diputar membuat suasana lebih menyenangkan					
----	--	--	--	--	--	--

Tata Letak Ruang dan Fungsinya

1.	Penataan tempat duduk, meja, serta fasilitas umum yang diterapkan membuat saya leluasa dalam bergerak					
2.	Penataan interior maupun furnitur didesain dengan rapi dan sesuai dengan tema keseluruhan Warmindo					

Tanda, Simbol, dan Artefak

1.	Papan nama Warmindo Triasta terlihat dengan jelas sehingga memudahkan konsumen untuk berkunjung					
2.	Dekorasi atau hiasan yang digunakan menarik sehingga menambah kenyamanan konsumen					

Kepuasan Konsumen (Y)

No.	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
Kesesuaian Harapan						
1.	Saya merasa puas karena produk serta fasilitas yang diberikan oleh Warmindo Triasta sesuai dengan harapan saya					
2.	Saya merasa puas karena pelayanan yang diberikan cepat, ramah, dan					

	memuaskan sesuai dengan harapan saya					
Minat Berkunjung Kembali						
1.	Saya berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan sangat baik dan memuaskan, serta fasilitas yang disediakan memadai					
2.	Saya berminat berkunjung kembali karena kualitas makanan yang ditawarkan baik					
Ketersediaan Merekomendasikan						
1.	Saya bersedia merekomendasikan Warmindo Triasta kepada teman atau kerabat karena saya puas dengan pelayanan serta fasilitas yang diberikan					
2.	Saya bersedia merekomendasikan Warmindo Triasta kepada teman atau kerabat karena saya puas dengan manfaat serta lingkungan layanan yang dihadirkan					

Lampiran 4 Data Mentah Hasil Penelitian

No.	Keragaman Produk (X1)											Kewajaran Harga (X2)								Servicescape (X3)							Kepuasan Konsumen (Y)							
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Σ	1	2	3	4	5	6	7	8	Σ	1	2	3	4	5	6	Σ	1	2	3	4	5	6	Σ
1	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	37	4	4	4	4	4	4	4	4	32	3	4	3	4	3	3	20	4	4	4	4	4	4	24
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
3	4	4	3	4	4	4	3	5	3	5	39	3	4	4	4	4	4	3	4	30	3	5	5	5	4	4	26	5	3	5	4	5	5	27
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	5	4	3	4	5	4	4	33	4	4	4	4	4	4	24	4	5	4	5	4	4	26
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	5	4	4	25	4	4	4	4	4	4	24
7	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42	4	5	4	4	5	4	5	4	35	4	3	4	5	4	4	24	4	4	5	4	4	4	25
8	4	4	3	2	3	3	2	2	4	5	32	4	5	3	4	4	3	4	4	31	4	4	4	4	5	4	25	2	4	4	4	3	2	19
9	4	4	5	3	5	4	4	5	4	4	42	4	4	5	5	4	3	3	3	31	4	4	4	4	4	5	25	3	4	5	5	5	5	27
10	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	38	4	4	4	4	4	3	4	4	31	4	3	3	3	4	3	20	3	3	3	4	3	3	19
11	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	42	4	5	4	4	4	5	4	4	34	4	4	5	4	4	4	25	3	4	4	4	4	4	23
12	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	40	4	4	4	4	5	5	4	4	34	4	4	3	4	4	4	23	4	4	4	4	4	4	24
13	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	38	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	3	4	4	4	23	4	4	4	3	4	4	23
14	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	42	5	5	5	4	4	4	4	4	35	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24

15	3	4	5	4	5	5	5	4	5	4	44	4	4	5	4	4	4	4	33	5	4	4	4	4	4	25	4	4	4	4	4	5	25	
16	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	5	5	4	26	4	4	4	4	4	4	24	
17	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	47	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	4	4	5	5	28	5	5	4	5	5	5	29	
18	4	5	4	4	4	4	3	4	4	3	39	4	4	5	4	4	5	5	4	35	4	5	4	4	4	5	26	4	5	4	4	5	4	26
19	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3	3	3	4	4	5	4	4	30	4	3	4	4	4	4	23	4	4	3	4	4	4	23
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39	4	4	4	3	4	4	4	4	31	4	4	3	4	4	4	23	4	4	4	4	4	4	24
21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	
23	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	37	4	3	4	4	4	4	4	31	3	4	3	4	4	4	22	4	4	4	4	4	4	24	
24	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	35	4	4	4	4	3	3	4	4	30	3	4	4	4	3	3	21	5	4	3	4	4	3	23
25	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	18	
26	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	18	
27	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	35	4	4	4	4	4	3	4	3	30	3	4	4	4	4	23	3	4	3	3	4	3	20	
28	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41	3	3	4	4	4	4	4	30	4	4	4	4	4	4	24	4	5	5	5	5	5	29	
29	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	38	3	3	4	4	3	4	4	3	28	4	5	4	5	5	4	27	4	4	4	4	4	4	24
30	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	37	4	4	3	3	4	4	4	30	4	4	3	4	4	4	23	3	4	4	4	4	4	23	
31	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	45	5	5	4	4	4	5	4	5	36	5	4	5	4	5	28	5	4	4	5	4	4	26	
32	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	46	5	5	5	5	5	5	5	40	4	4	5	5	5	5	28	5	5	5	5	5	5	30	

33	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	46	5	4	5	5	5	4	5	38	5	4	5	5	5	4	28	5	5	4	5	5	5	29	
34	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	18	
35	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3	4	4	3	5	3	4	4	30	3	4	5	4	3	4	23	5	5	3	5	4	4	26
36	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	45	3	5	5	5	4	4	4	4	34	5	5	5	3	5	5	28	4	4	4	5	5	5	27	
37	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	40	4	3	4	4	4	4	4	5	32	4	5	4	4	5	4	26	3	4	4	4	4	4	23	
38	4	4	5	4	4	5	4	3	4	4	41	4	3	4	2	5	4	3	5	30	4	3	5	4	4	3	23	4	5	4	3	5	4	25	
39	2	3	2	5	3	5	2	5	4	3	34	3	5	3	4	3	5	5	3	31	5	3	4	1	1	5	19	5	2	3	5	1	4	20	
40	4	4	3	4	4	4	5	4	3	5	40	5	3	3	4	3	3	4	5	30	4	3	4	4	4	3	22	5	3	4	5	5	3	25	
41	4	3	5	5	4	4	3	3	4	5	40	5	4	5	5	4	3	5	5	36	4	4	5	2	2	4	21	3	4	3	5	5	5	25	
42	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	40	5	5	4	4	5	4	4	3	34	4	4	3	4	4	4	23	4	4	4	4	4	3	23	
43	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	
44	4	4	3	5	5	5	4	4	3	5	42	5	5	4	4	4	4	5	5	36	3	3	3	4	3	5	21	4	4	5	5	5	5	28	
45	4	4	5	3	3	4	5	4	4	3	39	4	5	4	4	3	4	4	4	32	3	3	4	3	4	5	22	5	5	4	5	5	4	28	
46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	5	4	4	4	3	4	4	4	32	3	4	4	3	3	4	21	4	3	4	4	4	4	23	
47	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41	5	5	5	4	4	4	4	4	35	4	3	4	4	3	4	22	4	4	4	4	4	5	25	
48	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	48	4	4	4	4	4	4	5	4	33	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	5	5	26	
49	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	5	5	4	4	4	4	34	5	5	3	3	3	4	23	4	4	4	4	4	4	24	

51	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5	5	5	5	5	5	5	40	4	4	5	4	5	4	26	4	5	5	4	5	4	27		
52	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41	4	5	4	4	4	5	4	4	34	4	4	4	2	2	3	19	4	3	4	4	4	4	23	
53	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	41	4	4	4	4	5	5	4	4	34	3	4	4	3	3	3	20	4	4	4	4	4	4	24	
54	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	48	5	5	5	5	4	4	5	5	38	4	4	4	4	4	4	24	5	5	5	5	5	5	30	
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	
56	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	36	4	4	4	4	4	4	4	4	32	3	3	3	3	4	3	19	4	5	4	4	4	4	25	
57	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	37	4	4	4	4	5	4	4	4	33	3	4	3	4	4	4	22	4	3	4	4	4	4	23	
58	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	4	5	4	4	33	4	4	4	4	2	4	22	4	4	4	4	4	4	24	
59	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	46	5	5	5	5	5	5	5	5	40	4	4	5	5	3	4	25	4	4	5	5	5	5	28	
60	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	
61	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	48	5	5	5	5	4	5	5	5	39	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	
62	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	39	4	4	3	4	4	4	4	4	31	4	4	4	4	2	4	22	4	4	4	4	4	4	24	
63	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41	3	3	4	4	4	4	4	4	30	3	5	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	
64	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	42	4	5	4	5	4	5	4	5	36	4	4	4	4	5	4	25	5	4	4	4	4	4	25	
65	4	4	4	4	5	5	3	4	4	4	41	4	5	4	5	4	4	4	4	34	4	5	5	4	5	5	28	4	3	4	5	4	4	24	
66	1	2	4	4	3	4	4	3	3	4	32	3	3	3	2	2	2	2	3	4	22	2	4	4	4	4	2	20	3	3	2	4	1	4	17
67	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	32	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	18	
68	5	3	4	3	4	4	3	3	3	5	37	4	3	4	3	5	4	4	4	31	5	4	2	3	3	5	22	5	3	4	3	3	3	21	

69	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	48	5	4	4	5	5	5	4	4	36	5	5	5	5	5	5	30	4	5	5	5	4	4	27
70	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	39	3	2	2	3	3	3	4	4	24	3	4	4	4	4	4	23	3	3	4	4	3	3	20
71	5	4	5	5	4	4	3	4	4	3	41	5	4	4	3	4	4	4	4	32	4	4	2	3	5	4	22	3	4	4	4	4	4	23
72	5	5	4	4	4	3	5	4	5	4	43	5	5	5	5	4	5	5	5	39	5	5	4	4	3	4	25	5	5	5	5	5	5	30
73	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	42	4	5	4	4	4	4	4	4	33	5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	4	4	4	24
74	5	3	2	5	4	5	4	3	4	4	39	5	4	5	3	4	5	4	5	35	3	2	2	4	2	3	16	3	2	3	4	3	3	18
75	4	5	5	4	5	3	3	5	4	5	43	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30
76	5	4	4	3	4	4	3	3	4	4	38	4	4	4	4	5	5	4	4	34	4	5	2	2	2	3	18	4	3	4	4	4	4	23
77	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	5	5	4	4	34	4	3	4	3	2	3	19	4	4	4	4	4	4	24
78	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39	5	5	4	4	4	4	4	4	34	3	4	3	4	3	3	20	4	4	4	4	4	4	24
79	4	4	5	4	5	5	4	4	3	4	42	3	3	4	4	4	4	4	4	30	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
80	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30
81	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	45	4	3	4	4	4	4	4	5	32	5	5	5	5	5	5	30	4	4	5	4	5	5	27
82	5	4	4	4	5	5	3	3	4	4	41	5	5	4	4	4	4	5	4	35	3	4	4	3	2	3	19	4	4	4	4	4	4	24
83	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	37	4	3	3	3	4	4	4	4	29	4	4	4	5	4	4	25	4	4	4	4	4	4	24
84	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5	5	5	5	4	5	4	5	38	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30
85	3	2	5	5	5	4	3	4	4	4	39	3	2	3	4	2	3	3	2	22	3	2	2	3	3	3	16	2	2	3	3	3	3	16
86	5	4	4	4	3	5	5	4	5	5	44	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30

87	5	5	4	5	4	4	4	3	4	3	41	3	4	3	4	4	4	3	3	28	3	5	4	4	3	3	22	3	3	3	3	3	3	18
88	4	5	4	3	4	5	3	2	5	4	39	4	4	5	3	3	4	4	5	32	4	5	5	5	3	3	25	5	3	3	3	3	3	20
89	5	5	4	3	5	5	4	4	5	5	45	5	5	5	4	3	4	5	5	36	5	4	2	5	3	4	23	5	5	4	5	4	4	27
90	5	5	2	3	5	5	4	5	5	5	44	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	4	5	4	4	27	5	5	5	4	5	5	29
91	5	5	5	3	5	5	4	4	5	5	46	5	5	2	4	4	5	5	3	33	5	4	3	5	2	5	24	5	4	4	5	4	5	27
92	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	48	3	4	4	5	5	5	4	4	34	3	3	3	3	2	3	17	4	3	5	4	5	5	26
93	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	37	5	4	4	4	5	5	5	4	36	4	5	4	4	2	4	23	4	5	5	5	4	5	28
94	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	45	5	4	3	5	4	5	5	5	36	5	5	5	5	3	4	27	5	5	4	5	4	5	28
95	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	41	4	5	4	5	5	5	3	4	35	4	4	5	5	3	4	25	5	5	4	4	5	4	27
96	3	4	4	5	4	4	4	3	4	4	39	4	4	5	5	5	5	5	5	38	4	2	3	3	4	3	19	4	4	4	4	5	5	26
97	5	5	4	5	4	4	3	3	5	4	42	5	4	4	4	5	4	4	4	34	5	4	4	4	3	4	24	4	4	5	4	5	5	27
98	4	4	3	5	4	4	3	5	4	5	41	3	3	4	4	4	4	3	4	29	3	4	5	3	2	3	20	3	4	5	4	5	5	26
99	4	4	3	5	5	2	5	5	5	5	43	5	5	5	5	5	5	5	5	40	4	5	5	5	4	5	28	5	4	5	5	5	5	29
100	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	43	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	5	4	4	4	4	25	3	5	5	4	5	3	25

Lampiran 5 Deskripsi Responden

DISTRIBUSI FREKUENSI

		Jenis Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	36	36.0	36.0	36.0
	Perempuan	64	64.0	64.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

		Usia			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 20 tahun	11	11.0	11.0	11.0
	20 - 25 tahun	83	83.0	83.0	94.0
	26 - 30 tahun	4	4.0	4.0	98.0
	> 30 tahun	2	2.0	2.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

		Pekerjaan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar atau Mahasiswa	67	67.0	67.0	67.0
	Pegawai Swasta	13	13.0	13.0	80.0
	PNS	2	2.0	2.0	82.0
	Wiraswasta	12	12.0	12.0	94.0
	Lainnya	6	6.0	6.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

Lampiran 6 Hasil Uji Instrumen Penelitian

A. Uji Validitas

1. Keragaman Produk

		Correlations										TOTAL_
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.558**	.281**	.200*	.449**	.368**	.381**	.295**	.486**	.364**	.655**
	Sig. (2-tailed)		.000	.005	.046	.000	.000	.000	.003	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.558**	1	.342**	.284**	.442**	.368**	.423**	.388**	.544**	.319**	.698**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.004	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.281**	.342**	1	.263**	.453**	.302**	.380**	.261**	.378**	.192	.582**
	Sig. (2-tailed)	.005	.000		.008	.000	.002	.000	.009	.000	.055	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.200*	.284**	.263**	1	.409**	.373**	.410**	.483**	.336**	.244*	.607**
	Sig. (2-tailed)	.046	.004	.008		.000	.000	.000	.000	.001	.015	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.449**	.442**	.453**	.409**	1	.480**	.456**	.460**	.517**	.502**	.766**
	Sig. (2-tailed)											
	N											

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.6	Pearson Correlation	.368**	.368**	.302**	.373**	.480**	1	.354**	.356**	.450**	.388**	.659**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.7	Pearson Correlation	.381**	.423**	.380**	.410**	.456**	.354**	1	.447**	.459**	.310**	.700**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.002	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.8	Pearson Correlation	.295**	.388**	.261**	.483**	.460**	.356**	.447**	1	.384**	.373**	.676**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.009	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.9	Pearson Correlation	.486**	.544**	.378**	.336**	.517**	.450**	.459**	.384**	1	.421**	.734**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.10	Pearson Correlation	.364**	.319**	.192	.244*	.502**	.388**	.310**	.373**	.421**	1	.604**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.055	.015	.000	.000	.002	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.655**	.698**	.582**	.607**	.766**	.659**	.700**	.676**	.734**	.604**	1
X1	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

2. Kewajaran Harga (X2)

		Correlations								
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	TOTAL X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.619**	.515**	.446**	.422**	.444**	.635**	.608**	.782**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.619**	1	.512**	.541**	.409**	.520**	.566**	.385**	.769**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.515**	.512**	1	.560**	.458**	.411**	.450**	.589**	.752**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.446**	.541**	.560**	1	.447**	.520**	.530**	.403**	.743**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.422**	.409**	.458**	.447**	1	.615**	.407**	.419**	.697**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.6	Pearson Correlation	.444**	.520**	.411**	.520**	.615**	1	.530**	.464**	.752**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.7	Pearson Correlation	.635**	.566**	.450**	.530**	.407**	.530**	1	.571**	.772**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000

	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.8	Pearson Correlation	.608**	.385**	.589**	.403**	.419**	.464**	.571**	1	.731**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL_X2	Pearson Correlation	.782**	.769**	.752**	.743**	.697**	.752**	.772**	.731**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

3. *Servicescape (X3)*

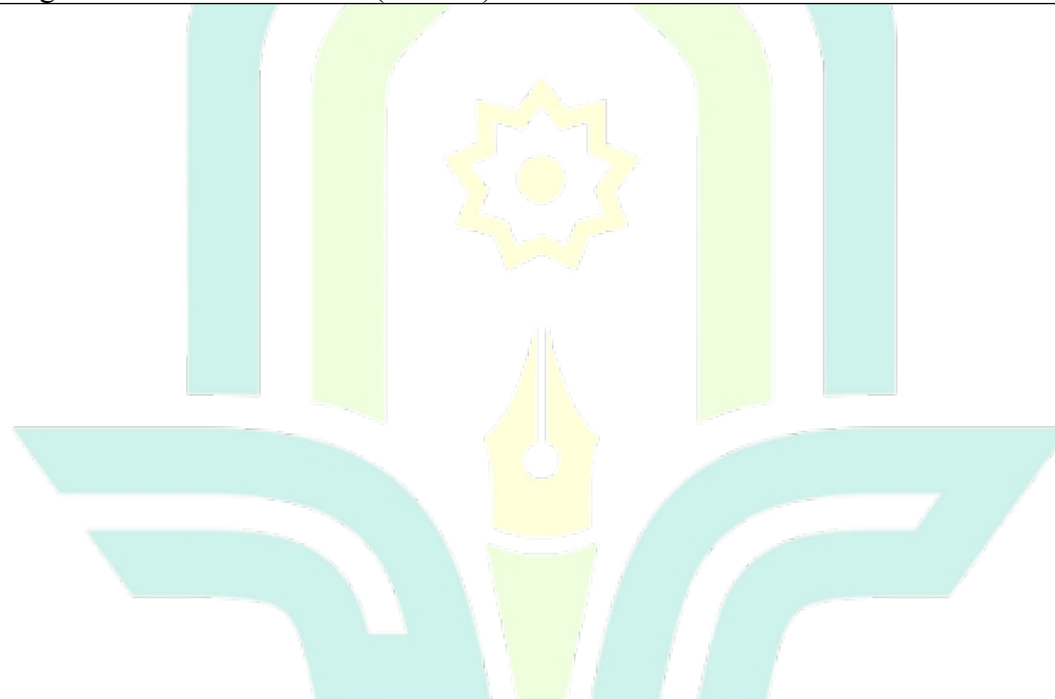
		Correlations						
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	TOTAL X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.455**	.336**	.349**	.338**	.648**	.691**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000	.001	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.455**	1	.491**	.456**	.375**	.486**	.733**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.336**	.491**	1	.446**	.370**	.412**	.703**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.349**	.456**	.446**	1	.542**	.410**	.742**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson Correlation	.338**	.375**	.370**	.542**	1	.479**	.739**

	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.6	Pearson Correlation	.648**	.486**	.412**	.410**	.479**	1	.767**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL _X3	Pearson Correlation	.691**	.733**	.703**	.742**	.739**	.767**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).								

4. Kepuasan Konsumen

		Correlations						
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	TOTAL Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.458**	.390**	.535**	.409**	.493**	.697**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y.2	Pearson Correlation	.458**	1	.561**	.511**	.656**	.506**	.790**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y.3	Pearson Correlation	.390**	.561**	1	.502**	.743**	.638**	.810**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y.4	Pearson Correlation	.535**	.511**	.502**	1	.458**	.629**	.755**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y.5	Pearson Correlation	.409**	.656**	.743**	.458**	1	.649**	.839**

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y.6	Pearson Correlation	.493**	.506**	.638**	.629**	.649**	1	.826**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.697**	.790**	.810**	.755**	.839**	.826**	1
_Y	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).								



B. Uji Reliabilitas

1. Keragaman Produk (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.859	10

2. Kewajaran Harga (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.888	8

3. *Servicscape* (X3)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.819	6

4. Kepuasan Konsumen (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.875	6

Lampiran 7 Hasil Uji Asumsi Klasik

A. Uji Normalitas

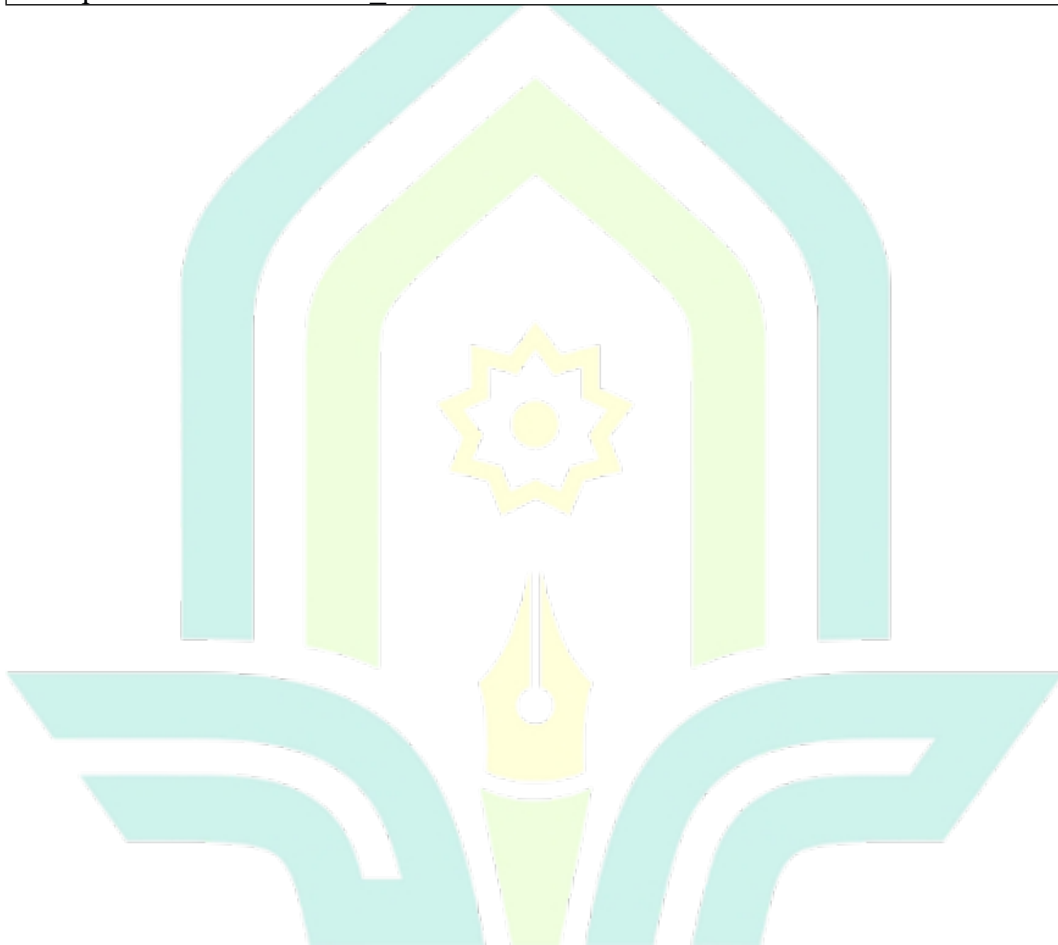
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			Unstandardized Residual
N			100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		1.79475759
Most Extreme Differences	Absolute		.104
	Positive		.096
	Negative		-.104
Test Statistic			.104
Asymp. Sig. (2-tailed)			.009 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		.215 ^d
		99% Lower Bound	.205
	Confidence Interval	Upper Bound	.226
a. Test distribution is Normal. b. Calculated from data. c. Lilliefors Significance Correction. d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.			

B. Uji Multikolinearitas

Model		Coefficients ^a				Collinearity Statistics		
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients				
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.487	1.664		-.293	.770		
	Keragaman Produk	.143	.062	.198	2.314	.023	.397	2.521
	Kewajaran Harga	.408	.066	.505	6.196	.000	.439	2.279
	<i>Servicescape</i>	.248	.067	.259	3.683	.000	.587	1.702
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen								

C. Uji Heteroskedastisitas

		Coefficients^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	3.262	1.150		2.837	.006
	Keragaman Produk	-.026	.043	-.099	-.618	.538
	Kewajaran Harga	-.014	.045	-.047	-.310	.758
	<i>Servicescape</i>	-.019	.046	-.053	-.406	.686
a. Dependent Variable: Abs_RES						



Lampiran 8 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.487	1.664		-.293	.770
	Keragaman Produk	.143	.062	.198	2.314	.023
	Kewajaran Harga	.408	.066	.505	6.196	.000
	<i>Servicescape</i>	.248	.067	.259	3.683	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	822.346	3	274.115	82.520	.000 ^b
	Residual	318.894	96	3.322		
	Total	1141.240	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen
b. Predictors: (Constant), *Servicescape*, Kewajaran Harga, Keragaman Produk

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.849 ^a	.721	.712	1.823

a. Predictors: (Constant), *Servicescape*, Kewajaran Harga, Keragaman Produk

Lampiran 9 Nilai r_{tabel}

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
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

Lampiran 10 Nilai t_{tabel}

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 – 110)

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598

Lampiran 11 Nilai F_{tabel}

**Titik Persentase Distribusi F untuk
Probabilitas = 0,05**

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83

Lampiran 12 Dokumentasi Penelitian



Lampiran 13 Daftar Riwayat Hidup

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Data Pribadi

1. Nama : Nur Aisyah Aprilia
2. NIM : 4119116
3. Tempat, Tanggal Lahir : Pekalongan, 21 April 2002
4. Jenis Kelamin : Perempuan
5. Agama : Islam
6. Nama Ayah : Nawin
7. Nama Ibu : Rahayu
8. Alamat : RT 07/RW 03 Dukuh Gendogo,
Desa Bondansari, Kecamatan
Wiradesa, Kabupaten Pekalongan
9. E-mail : nuraisyahaprilia2709@gmail.com

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. SDN 02 Bondansari : 2007 – 2013
2. SMPN 02 Wiradesa : 2013 – 2016
3. SMK Ma'arif NU Tirto : 2016 – 2019

C. PENGALAMAN ORGANISASI

1. Divisi Kominfo, UKM F : 2021-2022
Kewirausahaan

Pekalongan, 13 September 2023

Nur Aisyah Aprilia