

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN
FASILITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI
GAHWAJI SKY LOUNGE HOTEL NAMIRA SYARIAH
PEKALONGAN**

SKRIPSI

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



Oleh:

ASAL BUKU INI	: Penulis
PENERJIT/HARGA	: -
TGL. PENERBITAAN	: 28 Maret 2018
NO. KLASIFIKASI	: SF EKOS 18-037 PUT P
NO. INDUK	: 1841037

RIZKA TAMAMIA VIKARA PUTRI

NIM: 2013112041

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

2017

SURAT PERNYATAAN
KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : RIZKA TAMAMIA VIKARA PUTRI
NIM : 2013112041
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen di Gahwaji Sky Lounge Hotel Namira Syariah Pekalongan.

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 14 Desember 2016

Yang Menyatakan



Rizka Tamamia Vikara Putri
NIM. 2013112041

NOTA PEMBIMBING

A.M. Muh. Hafidz Ma'shum, M.Ag

Perum. Pisma Griya Asri Blok A-5 Batang

Lamp : 3 (tiga) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdri. Rizka Tamamia Vikara Putri

Kepada Yth.
Ketua STAIN Pekalongan
c.q. Ketua Jurusan Syariah
di
PEKALONGAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

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

Nama : **RIZKA TAMAMIA VIKARA PUTRI**

NIM : **2013112041**

Prodi : **Ekonomi Syariah**

Judul : **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen di Gahwaji Sky Lounge Hotel Namira Syariah Pekalongan**

dengan ini mohon agar Skripsi Saudari tersebut dapat segera dimunaqasahkan.

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 14 Desember 2016

Pembimbing,



A.M. Muh. Hafidz Ma'shum M.Ag

NIP. 19780616 200312 1 003



IAIN PEKALONGAN

**KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PEKALONGAN**

Jl. Kusumabangsa No. 9 Pekalongan Telp (0285) 412575 - 412572 Fax. 423418
Email : syariah@stain-pekalongan.ac.id Web: syariah.stain-pekalongan.ac.id

PENGESAHAN

Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan mengesahkan skripsi Saudari:

Nama : RIZKA TAMAMIA VIKARA PUTRI
NIM : 2013112041
Judul Skripsi : **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI GAHWAJI SKY LOUNGE HOTEL NAMIRA SYARIAH PEKALONGAN**

telah diujikan pada hari Selasa tanggal 10 Januari 2017 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai sebagian syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E.).

Dewan Penguji

Penguji I

Yusuf Nalim, S.Si., M.Si.
NIP. 19780105 200801 1 019

Penguji II

Muhammad Nasrullah, S.E., M.S.I.
NIP. 19801128 200604 1 003

Pekalongan, 10 Januari 2017

Disahkan oleh
Rektor



Dr. Ade Dedi Rohayana, M.Ag
NIP. 19740913 199803 1 005

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 diserapke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut:

1. Konsonan

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

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

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	b	be
ت	Ta	t	te
ث	Sa	s	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	kh	Ka dan ha
د	Dal	d	de
ذ	Zal	z	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	r	er
ز	Zai	z	zet
س	Sin	s	es
ش	Syin	sy	Es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)

ظ	Za	z	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	Koma terbalik (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
أ = a		أ = ā
إ = i	أِي = ai	إِي = ī
أ = u	أُو = au	أُو = ū

3. Ta Marbutah

Ta marbutah hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh:

مرأة جميلة ditulis *mar'atun jamīlah*

Ta marbutah mati dilambangkan dengan /h/

Contoh:

فاطمة ditulis *Fātimah*

4. Syaddad (*tasydid*, geminasi)

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

Contoh:

ربنا	ditulis	<i>Rabbanā</i>
البر	ditulis	<i>al-birr</i>

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>
البدیع	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 apostrof (/').

Contoh:

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

PERSEMBAHAN

Dengan kasih sayang dan segala kerendahan hati yang tulus, sebuah karya sederhana ini penulis persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua serta kakakku tersayang dan seluruh keluarga besar yang senantiasa mendo'akan, memberikan kasih sayang, memberikan semangat dan pengorbanan untuk penulis.
2. Semua sahabat-sahabat dan teman-teman yang sangat membantu dalam mempertahankan semangat untuk selalu berjuang menyelesaikan skripsi ini.

MOTTO

**Allah swt, merahmati seseorang yang ramah
ketika menjual, membeli dan membayar hutang.**

(HR. Bukhari)

*Pelanggan yang paling tidak puas atas pelayanannya adalah
sumber belajar terhebatmu.*

(Bill Gates)

*“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka
apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan) tetaplah bekerja
keras (untuk urusan yang lain) dan hanya kepada Tuhanmulah
hendaknya kamu berharap”*

(Q.S. Al-Insyiroh : 6-8)

ABSTRAK

Putri, R.T.V. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen di Gahwaji Sky Lounge Hotel Namira Syariah Pekalongan. Skripsi Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Syariah dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan. Pembimbing A.M. Muh. Hafidz Ma'shum M.Ag.

Persaingan di dunia bisnis saat ini semakin ketat. Hal ini juga dirasakan para pelaku bisnis di bidang restoran/cafe seperti Gahwaji Sky Lounge Hotel Namira Syariah Pekalongan. Seiring dengan ketatnya persaingan didunia bisnis saat ini, menyebabkan tingginya tingkat persaingan yang dihadapi oleh restoran Gahwaji Sky Lounge Hotel Namira Syariah Pekalongan. Banyaknya restoran/café sejenis yang beredar dipasaran maka perusahaan dituntut untuk memenangkan persaingan dengan menciptakan kepuasan bagi konsumennya.

Penelitian ni termasuk penelitian lapangan dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan metode *convenience Sampling*. Penelitian ini menggunakan 100 sampel. Data diperoleh dari kuesioner yang disebarakan langsung kepada konsumen muslim Gahwaji Sky Lounge Hotel Namira Syariah Pekalongan. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial (uji t) kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Gahwaji Sky Lounge Hotel Namira Syariah Pekalongan dengan nilai $t_{hitung} 4,044 > t_{tabel} 1,985$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Gahwaji Sky Lounge Hotel Namira Syariah Pekalongan dengan $t_{hitung} 5,610 > t_{tabel} 1,985$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Fasilitas tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Gahwaji Sky Lounge Hotel Namira Syariah Pekalongan dengan $t_{hitung} 0,969 < 1,985$ dan nilai signifikan $0,335 > 0,05$. Dan secara simultan (uji F) kualitas pelayanan, harga dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Gahwaji Sky Lounge Hotel Namira Syariah Pekalongan dengan nilai $F_{hitung} 36,167 > F_{tabel} 2,70$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Harga, Fasilitas dan Kepuasan Konsumen

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT atas segala limpahan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen di Gahwaji Sky Lounge Hotel Namira Syariah Pekalongan” ini dengan baik. Shalawat dan salam selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang selalu dinantikan syafa'atnya di hari kiamat nanti.

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada semua pihak yang telah memberikan pengarahan, bimbingan, dan pengorbanan dalam segala hal bagi penulis. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan rasa hormat dan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Ade Dedi Rohayana, M.Ag selaku Ketua STAIN Pekalongan.
2. Bapak Drs. A. Tubagus Surur, M.Ag selaku Ketua Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam STAIN Pekalongan.
3. Ibu Dr. Hj. Susminingsih, M.Ag selaku Kepala Program Studi Ekonomi Syariah STAIN Pekalongan.
4. Bapak A.M Muh. Hafidz Ma'shum M.Ag selaku Dosen Pembimbing yang dengan sabar meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan bimbingan, arahan, dukungan dan saran dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Drs. H. Ahmad Rifa'i M.Pd selaku Dosen Wali.
6. Segenap Dosen Program Studi Ekonomi Syariah STAIN Pekalongan yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat.
7. Orang tuaku tercinta serta kakakku yang senantiasa memberikan doa, motivasi, dan dukungan yang tiada henti dan tak ternilai harganya bagi penulis.
8. Sahabat-sahabatku, Eka M., Diyas, Mazida, Eni, Deasy, Yuli, Alam, Leha, dan Dwiisti yang selalu setia memberikan doa, motivasi dan semangat bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Teman-teman EKOS A yang telah mengisi kebersamaan dan kerja samanya.

10. Teman-teman KKN 2016 Tim 40 Desa Krompeng Kecamatan Talun atas persahabatan, kebersamaan dan kenangan yang kalian berikan.
11. Teman-teman mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah STAIN Pekalongan khususnya angkatan 2012.

Penulis berharap semoga hasil penulisan skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis dan pembaca maupun pihak yang berkepentingan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 14 Desember 2016

Penulis



Rizka Tamamia Vikara Putri

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI	v
PERSEMBAHAN	viii
MOTTO	ix
ABSTRAK	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Kegunaan Penelitian	9
E. Sistematika Penulisan	10
BAB II KERANGKA TEORI	12
A. Landasan Teori.....	12
1. Kualitas Pelayanan	12
a. Definisi Kualitas Pelayanan.....	12
b. Dimensi Pelayanan Jasa	14
c. Kriteria Kualitas Jasa.....	15
d. Kualitas Pelayanan Dalam Perspektif Islam.....	16
2. Harga	19
a. Definisi Harga.....	19
b. Peranan Harga.....	21
c. Tujuan Penetapan Harga.....	21
d. Harga Dalam Perspektif Islam.....	23
3. Fasilitas.....	24
a. Definisi Fasilitas	24
b. Faktor-Faktor Fasilitas Jasa	26
c. Faktor-Faktor Keputusan Desain Fasilitas Jasa.....	28
d. Fungsi Lingkungan Jasa	30
4. Kepuasan Konsumen.....	31
a. Definisi Kepuasan Konsumen	31
b. Metode Pengukur Kepuasan Konsumen	32
c. Indikator Metode Survei Kepuasan Konsumen.....	33
d. Kepuasan Konsumen Dalam Perspektif Islam	33
B. Tinjauan Pustaka	37
C. Kerangka Berpikir.....	46

1. Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen.....	46
2. Hubungan Harga dengan Kepuasan Konsumen.....	46
3. Hubungan Fasilitas dengan Kepuasan Konsumen	46
D. Hipotesis	47
BAB III METODE PENELITIAN	49
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	49
1. Jenis Penelitian.....	49
2. Pendekatan Penelitian	49
B. Setting Penelitian	50
C. Variabel Penelitian	50
1. Variabel Independen	50
2. Variabel Dependen	52
D. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	53
1. Populasi	53
2. Sampel.....	53
3. Teknik Pengambilan Sampel.....	54
E. Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data	55
1. Instrumen Penelitian.....	55
2. Teknik Pengumpulan Data Penelitian	56
F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data	57
1. Teknik Pengolahan Data	57
2. Analisis Data	59
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	68
A. Deskripsi Data	68
B. Analisis Data	74
1. Kualitas Data.....	74
a. Uji Validitas Instrumen	74
b. Uji Reliabilitas Instrumen.....	75
2. Uji Asumsi Klasik	76
a. Uji Normalitas	76
b. Uji Linearitas	78
c. Uji Multikolonieritas	80
d. Uji Heteroskesastisitas	81
3. Analisis Regresi Linear Berganda.....	83
4. Uji Hipotesis	85
a. Uji t (parsial).....	85
b. Uji F (simultan)	87
c. Koefisien Determinasi (R^2)	88
C. Pembahasan.....	88
1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap KepuasanKonsumen.....	89
2. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.....	91
3. Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen	93
BAB V PENUTUP.....	97
A. Kesimpulan	97
B. Saran.....	98

DAFTAR PUSTAKA.....	100
LAMPIRAN.....	104

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Data Summary Revenue Gahwaji.....	7
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	37
Tabel 4.1. Deskripsi Responden Berdasarkan Alamat.....	69
Tabel 4.2. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	70
Tabel 4.3. Deskripsi Responden Berdasarkan Agama.....	71
Tabel 4.4. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	72
Tabel 4.5. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan	73
Tabel 4.6. Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan.....	74
Tabel 4.7. Hasil Uji Validitas Harga.....	74
Tabel 4.8. Hasil Uji Validitas Fasilitas	75
Table 4.9. Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen	75
Tabel 4.10. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	76
Tabel 4.11. Hasil Uji Normalitas dengan <i>I-KS</i>	78
Tabel 4.12. Hasil Uji Linearitas Kualitas Pelayanan	79
Tabel 4.13. Hasil Uji Linearitas Harga	79
Tabel 4.14. Hasil Uji Linearitas Fasilitas.....	80
Tabel 4.15. Hasil Uji Multikolinearitas	81
Tabel 4.16. Hasil Uji Glejser	83
Tabel 4.17. Hasil Uji Regresi Linear Berganda	84
Tabel 4.18. Hasil Uji <i>t</i> (parsial)	86
Tabel 4.19. Hasil Uji <i>F</i> (simultan)	87
Tabel 4.20. Hasil Koefisien Determinasi.....	88

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 4.1. Grafik Histogram.....	77
Gambar 4.2. Grafik Normal Probability Plot.....	77
Gambar 4.3. Grafik <i>Scatterplot</i>	82

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Surat Pernyataan Penelitian
- Lampiran 2. Kuesioner
- Lampiran 3. Data Mentah Kuesioner
- Lampiran 4. Hasil Uji Kualitas Data
- Lampiran 5. Hasil Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 6. Hasil Pengujian Hipotesis
- Lampiran 7. Tabel F
- Lampiran 8. Tabel t dan r



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi, persaingan bisnis menjadi sangat tajam, baik di pasar domestik maupun di pasar internasional/global. Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada para konsumennya, misalnya dengan memberikan produk yang mutunya lebih baik, harganya yang lebih murah, penyerahan produk yang lebih cepat dan pelayanan yang lebih baik daripada para pesaingnya.¹

Pelayanan dan kepuasan konsumen merupakan tujuan utama dalam perusahaan karena tanpa konsumen, perusahaan tidak akan ada. Konsumen ditarik dengan tawaran yang lebih kompetitif dan dipertahankan dengan memberikan kepuasan.² Terdapat hubungan erat antara kualitas barang dan jasa dengan kepuasan konsumen serta profitabilitas perusahaan. Kualitas yang lebih tinggi menghasilkan kepuasan konsumen yang lebih tinggi, sekaligus mendukung harga lebih tinggi dan sering juga biaya lebih rendah. Menurut Parasuraman, et al. yang dikutip oleh Lupiyoadi, kualitas jasa dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima atau peroleh.³

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

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

³Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2014), hlm.216.

Penelitian yang dilakukan oleh Resty Avita Haryanto menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan.⁴ Penelitian yang dilakukan oleh Mail Hilian Batin menunjukkan bahwa variabel pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pembeli.⁵

Selain kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen, harga merupakan faktor lainnya yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Dalam pemasaran pada umumnya berkaitan langsung dengan masalah harga suatu produk. Jika penentuan atau penetapan harga tidak sesuai dengan kondisi produk, tentu saja akan menjadi masalah bagi pemasar.

Menurut Kotler dan Armstrong harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.⁶ Sedangkan menurut Lewinson dalam Foster, Penetapan harga jual yang layak memungkinkan penjualan eceran mempunyai profit yang layak, sambil memberikan kepada konsumen suatu nilai kepuasan tertentu, baik sebelum, selama, maupun setelah penjualan.⁷

Penelitian yang dilakukan oleh Ryan Nur Haryanto menyatakan bahwa pengujian hipotesis variabel harga menunjukkan terbukti secara signifikan

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

⁵Mail Hilian Batin, "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pembeli Syar'e Mart UII Yogyakarta", <http://digilib.uin-suka.ac.id/17207/>, (Diakses tanggal 13 Oktober 2016).

⁶ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-PrinsipPemasaran*, terjemahan Damos Sihombing, (Jakarta: Erlangga, 2001), hlm.439.

⁷ Bob Foster, *Manajemen Ritel*, (Bandung: Alfabeta, 2008), hlm.57.

mempengaruhi variable dependen kepuasan pelanggan secara parsial.⁸ Penelitian yang dilakukan oleh M.S. Ransulangi, S. Mandey, dan W.A. Tumbuan menyatakan bahwa variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.⁹

Ketatnya persaingan dalam dunia usaha saat ini menyebabkan setiap perusahaan harus mampu menciptakan keunggulan bersaing dibandingkan kompetitor lainnya. Salah satu keunggulan bersaing selain kualitas pelayanan dan harga yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen terhadap produk jasa adalah dengan menciptakan dan meningkatkan pelaksanaan *servicescapes* atau fasilitas fisik. Keberadaan fasilitas seperti toilet, penempatan ruangan yang nyaman, desain interior dan eksterior, dapur, dan terutama tempat ibadah akan menambah nilai terhadap kepuasan konsumen. Menurut Tjiptono dalam Moha dan Sjendry, mendefinisikan fasilitas adalah sumber daya fisik yang baru ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas dapat pula berupa segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam memperoleh kepuasan.¹⁰

Penelitian yang dilakukan oleh M.S. Ransulangi, S. Mandey, dan W.A. Tumbuan menyatakan variabel *servicecapes* (fasilitas fisik) berpengaruh

⁸ Ryan Nur Haryanto, "Analisis Pengaruh Harga, Produk, Kebersihan, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Restoran Mamamia Cabang Mrican Semarang)", [http://eprints.undip.ac.id/26490/1/Skripsi_Ryan_Nur_Harjanto_\(C2A606098\).pdf](http://eprints.undip.ac.id/26490/1/Skripsi_Ryan_Nur_Harjanto_(C2A606098).pdf) (Diakses tanggal 23 februari 2016).

⁹ M.S. Ransulangi, S. Mandey, dan W.A. Tumbuan, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Servicescape terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Rumah Makan Ocean 27 Manado", (Manado: Jurnal Emha, Vol.3 No.3, 2015).

¹⁰ Sartika Moha dan Sjendry Loindong, "Analisis Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Yuta di Kota Manado", (Manado: Jurnal Emha, No. 1, Maret, Vol. 4, 2016), hlm.577.

signifikan terhadap kepuasan konsumen.¹¹ Penelitian yang dilakukan oleh Lonardo dan Yasintha Soelasih menunjukkan bahwa lingkungan fisik tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.¹²

Menurut Kotler bahwa “Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja (hasil) produk yang dihasilkan oleh perusahaan.¹³ Dengan kata lain, Kepuasan konsumen adalah hasil yang dirasakan pembeli dari kinerja perusahaan yang memenuhi harapan mereka. Konsumen puas bila harapan mereka dipenuhi dan senang/bahagia bila harapan mereka dilebihi. Konsumen yang puas akan setia lebih lama, membeli lebih banyak, kurang sensitive pada harga dan memberikan komentar baik tentang perusahaan.

Pada jaman yang semakin maju sekarang ini, dimana globalisasi sudah semakin meresap dalam setiap budaya di Indonesia semakin tinggi dan beragam pula kebutuhan hidup manusia. Dari beragam kebutuhan hidup manusia tersebut, yang paling menonjol sekarang ini adalah tingkat kebutuhan pemenuhan makanan. Wisata kuliner dalam negeri memiliki beragam jenis masakan Indonesia yang tersebar diseluruh penjuru tanah air dari jajanan kaki

¹¹ M.S. Ransulangi, S. Mandey, dan W.A. Tumbuan, “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Servicescape terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Rumah Makan Ocean 27 Manado”, (Manado: Jurnal Emba, Vol.3 No.3, 2015).

¹² Lonardo dan Yasintha Soelasih, “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Lingkungan Fisik Perusahaan Kue Lapis Legit XYZ Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Membangun Word of Mouth Positif”, (Jakarta: Jurnal Manajemen, Vol.11 No 1, 2014).

¹³ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, terjemahan Benyamin Molan, (Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia, 2005), hlm.70.

lima, rumah makan sederhana sampai dengan restoran mewah. Dunia kuliner tidak akan pernah berhenti, melainkan terus mengikuti perkembangan jaman.

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

Restoran yang cukup berbeda dengan restoran lainnya dan mampu bertahan di Kota Pekalongan serta bersaing di pasar hingga saat ini adalah Gahwaji Sky Lounge Hotel Namira Syariah Pekalongan. Restoran ini bisa disebut sebagai restoran syariah atau cafe syariah karena berada di dalam hotel syariah dan menggunakan peraturan sesuai syariah. Gahwaji Sky Lounge adalah nama restoran syariah ini. Gahwaji berdiri pada tahun 2014, terletak di lantai 7 serta berada di sisi depan Hotel Namira Syariah Pekalongan yang beralamatkan di Jl. Dr. Cipto Nomor. 70 Pekalongan 51122.

Gahwaji berasal dari bahasa arab yaitu Qahwa yang berarti kopi. Awal mula berdirinya Gahwaji adalah keinginan beberapa konsumen hotel yang menginginkan adanya tempat santai untuk menikmati malam dengan suasana yang berbeda atau sekedar melepas penat dengan segelas kopi. Berawal dari tempat yang sederhana sekedar lesehan, hingga sekarang menjadi tempat

menikmati kopi dan hidangan makan malam dengan suasana yang cukup menarik dan berbeda dengan yang lainnya. Menu yang ditawarkan dengan harga yang relatif rendah namun bukan murahan. Dengan harga rata-rata untuk semua menu *light meals* mulai Rp.18.000 dan semua menu *beverages* mulai Rp.13.000 saja.¹⁴ Gahwaji bukanlah restoran utama Hotel Namira Syariah Pekalongan, karena restoran utama hotel sudah tersedia pada lobi Hotel Namira Syariah Pekalongan. Gahwaji Sky Lounge bernuansa santai ini cocok dimanfaatkan untuk sekedar bersosialisasi atau bahkan sebagai tempat mendiskusikan beragam keperluan bisnis dalam suasana yang lebih ringan. Gahwaji Sky Lounge juga dilengkapi dengan sofa yang nyaman.¹⁵

Gahwaji Sky Lounge yang mulai dibuka pada tahun 2014 tersebut, cukup menyita perhatian banyak pihak pecinta kuliner. Pada tahun tersebut, Gahwaji Sky Lounge hampir setiap hari tidak pernah sepi oleh pengunjung. Kemungkinan dikarenakan Gahwaji Sky Lounge adalah restoran pertama di Kota Pekalongan yang mengusung tema Sky Lounge dengan nuansa santainya. Padahal, jika dilihat dari segi harga yang ditawarkan memang Gahwaji Sky Lounge termasuk restoran/cafe yang menawarkan harga relatif rendah dikalangannya, tetapi relatif tinggi dibanding kedai kecil yang banyak pula bermunculan di Kota Pekalongan. Akan tetapi, dengan berjalannya waktu Gahwaji Sky Lounge mengalami sedikit penurunan pengunjung. Hal tersebut

¹⁴ Awan, Manager Food & Beverage, Informasi Pribadi, Pekalongan, 23 September 2016.

¹⁵ www.namirasyariah.com/gahwajiskylounge.html diakses pada tanggal 24 September 2016.

dibuktikan dengan menurunnya pendapatan dalam beberapa bulan pada tahun 2015 lalu, berikut data revenue summary Gahwaji Sky Lounge Pekalongan.

Data Summary Revenue Gahwaji pada bulan Maret – Desember 2015 dan Januari – Agustus 2016 adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1
Data Summary Revenue Gahwaji

No	Bulan	Tahun	
		2015	2016
1	Januari	-	Rp. 38.686.750
2	Februari	-	Rp. 35.180.800
3	Maret	Rp. 42.409.300	Rp. 39.647.100
4	April	Rp. 28.052.000	Rp. 32.243.235
5	Mei	Rp. 26.650.500	Rp. 44.575.700
6	Juni	Rp. 27.016.500	Rp. 34.881.300
7	Juli	Rp. 59.649.000	Rp. 54.854.950
8	Agustus	Rp. 34.236.500	Rp. 66.284.600
9	September	Rp. 33.089.473	-
10	Oktober	Rp. 39.253.600	-
11	November	Rp. 34.329.600	-
12	Desember	Rp. 39.441.360	-
	Total	Rp. 364.127.883	Rp. 346.354.435

Sumber: data arsip Gahwaji Sky Lounge Pekalongan, 2015-2016

Dari data pendapatan tahun 2015 dan tahun 2016 terlihat berfluktuasi. Hal tersebut menunjukkan perubahan baik peningkatan pendapatan maupun penurunan pendapatan pada Gahwaji Sky Lounge. Berdasarkan tabel diatas, Gahwaji Sky Lounge mengalami penurunan pendapatan pada bulan-bulan tertentu dan yang terendah terjadi pada tahun 2015. Menurut keterangan dari Food and Beverage Coordinator Hotel Namira Syariah Pekalongan, Gahwaji Sky Lounge mulai tahun 2015 sampai 2016 memang mengalami penurunan

pendapatan dibanding tahun sebelumnya. Padahal dari pihak Food & Beverage department sudah memberikan harga yang terjangkau, kualitas pelayanan yang cukup baik, dan dilengkapi dengan fasilitas yang memadai. Seharusnya Gahwaji Sky Lounge tidak mengalami penurunan pendapatan. Karena terjadi penurunan pendapatan untuk tahun ini, berarti semakin berkurang pula pengunjung yang datang dan terjadi ketidakpuasan konsumen pada restoran/cafe tersebut. Seharusnya, jika faktor-faktor tersebut berjalan dengan baik, maka kepuasan konsumen juga ikut meningkat. Apakah peningkatan dan penurunan jumlah pendapatan tersebut berkaitan terhadap kepuasan konsumen dari segi kualitas pelayanan, harga dan/atau fasilitas yang tersedia pada Gahwaji Sky Lounge Hotel Namira Syariah Pekalongan.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang terjadi di atas maka peneliti tertarik untuk meneliti dan mengurai lebih lanjut mengenai **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI GAHWAJI SKY LOUNGE HOTEL NAMIRA SYARIAH PEKALONGAN”**.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Gahwaji Sky Lounge Hotel Namira Syariah Pekalongan?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Gahwaji Sky Lounge Hotel Namira Syariah Pekalongan?
3. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Gahwaji Sky Lounge Hotel Namira Syariah Pekalongan?

4. Apakah kualitas pelayanan, harga dan fasilitas secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Gahwaji Sky Lounge Hotel Namira Syariah Pekalongan?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Gahwaji Sky Lounge Hotel Namira Syariah Pekalongan.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen Gahwaji Sky Lounge Hotel Namira Syariah Pekalongan.
3. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen Gahwaji Sky Lounge Hotel Namira Syariah Pekalongan.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan fasilitas secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen Gahwaji Sky Lounge Hotel Namira Syariah Pekalongan.

D. Kegunaan Penelitian

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

1. Secara Praktis
 - a. Untuk memberikan informasi bagi mahasiswa dan masyarakat luas tentang pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen.
 - b. Untuk menambah kepustakaan dalam dunia pendidikan khususnya Prodi Ekonomi Syariah Jurusan Syariah STAIN Pekalongan.
 - c. Untuk memberikan wawasan bagi calon karyawan yang akan bekerja.

2. Secara Teoritis

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen di Gahwaji Sky Lounge Hotel Namira Syariah Pekalongan, khususnya bagi perusahaan terkait penelitian, penulis dan pembaca pada umumnya.

E. Sistematika Penulisan

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

BAB I : PENDAHULUAN

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

BAB II : KERANGKA TEORI

Bab ini berisi tentang Landasan Teori, Tinjauan Pustaka, Kerangka Berpikir, dan Hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

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

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

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

BAB V : PENUTUP

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

BAB V

PENUTUP



A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang sudah diuraikan, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Berdasarkan uji t diperoleh tingkat signifikansi variabel kualitas pelayanan lebih kecil dari 5% yaitu sebesar 0,000 dan nilai t hitung $4,044 > 1,985$. Jadi, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan di Gahwaji Sky Lounge Hotel Namira Syariah Pekalongan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
2. Berdasarkan uji t diperoleh tingkat signifikan variabel harga lebih kecil dari 5% yaitu 0,000 dan nilai t hitung $5,610 > t$ tabel 1,985. Jadi, dapat disimpulkan bahwa harga di Gahwaji Sky Lounge Hotel Namira Syariah Pekalongan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
3. Berdasarkan uji t diperoleh tingkat signifikansi variabel fasilitas lebih besar dari 5% yaitu 0,335 dan nilai t hitung $0,969 < 1,985$. Jadi, dapat disimpulkan bahwa fasilitas di Gahwaji Sky Lounge Hotel Namira Syariah Pekalongan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
4. Berdasarkan hasil uji F diketahui bahwa F hitung $36,167 > F$ tabel 2,70. Nilai signifikansi 0,000 juga lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan

(X1), harga (X2), dan fasilitas (X3) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen (Y).

5. Berdasarkan nilai koefisien determinasi atau angka adjusted R square adalah sebesar 0,516 yang berarti variabel kualitas pelayanan (X1), harga (X2), dan fasilitas (X3) dapat menjelaskan variabel kepuasan konsumen (Y) sebesar 51,6%. Sedangkan sisanya sebesar 48,4% dijelaskan oleh variabel lain diluar model penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disarankan hal-hal sebagai berikut:

1. Variabel harga memiliki pengaruh paling besar terhadap kepuasan konsumen di Gahwaji Sky Lounge Hotel Namira Syariah Pekalongan. Untuk itu, perusahaan perlu lebih memperhatikan tentang penetapan harga dalam berbagai aspek, antara lain harga yang terjangkau untuk semua kalangan, harga yang sesuai dengan cita rasa yang didapatkan oleh konsumen dan harga yang lebih murah dari kompetitornya. Berbagai aspek tersebut tentunya tidak boleh terabaikan dalam pengelolaan restoran saat ini, karena penetapan harga yang tepat juga akan mempengaruhi daya tarik restoran tersebut terhadap konsumen. Selain itu, harga juga merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi tingkat profitabilitas dan keberhasilan usaha.

2. Bagi peneliti berikutnya yang ingin meneliti dengan topik sejenis disarankan untuk dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambah variabel-variabel lain seperti promosi, kualitas produk, lokasi, label halal dan lain sebagainya karena memungkinkan variabel-variabel lain tersebut memiliki pengaruh lebih besar terhadap kepuasan konsumen.



DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: RajaGrafindoPersada.
- Cooper, R. Donal dan C. William Emory. 1996. *Metode Penelitian Bisnis*. Terjemahan Ellen Gunawan dan Imam Nurmawan. Ed.5. Cet.Ke-4. Jakarta: Erlangga.
- Foster, Bob. 2008. *Manajemen Ritel*. Bandung: Alfabeta.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Cet. Ke-5. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hakim, Lukman. 2012. *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen*. Yogyakarta: Bpfe-Yogyakarta.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Terjemahan Damos Sihombing. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Terjemahan Benyamin Molan. Edisi 12. Jilid 1. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, Philip. 1998. *Manajemen Pemasaran*. Terjemahan Hendra Teguh. Edisi 6. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- 2005. *Manajemen Pemasaran*. Terjemahan Benyamin Molan. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Latan, Hengky dan Selva Temalagi. 2013. *Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program IBM SPSS 20.0*. Bandung: Alfabeta.
- Lupiyoadi, Rambat. 2014. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Masyhuri dan M Zainudin. 2011. *Metodologi Penelitian Pendekatan Praktis dan Aplikatif*. Bandung: PT RefikaAditama.
- Rahmayanty, Nina. 2013. *Manajemen Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

- Ratnasari, Ririn Tri dan Mastuti. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Rozalinda. 2015. *Ekonomi Islam; Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*. Edisi 1. Cet.Ke-2. Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- Ruslan, Rosady. 2006. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Siregar, Syofian. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual & SPSS*. Ed. 1. Cet. Ke-2. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Stanton, William J. 1984. Terjemahan Yohanes Lamarto. *Prinsip Pemasaran*. Edisi 7. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Tjiptono, Fandy. 2006. *Pemasaran Jasa*. Cet.Ke-2 Malang: Bayumedia Publishing.
- t.th. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Wibowo, Agung Edy. 2012. *Aplikasi Praktis SPSS dalam Penelitian*. Yogyakarta: Gava Media.
- Wijaya, Tony. 2013. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis; Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Jurnal

- Haryanto, Resty Avita. 2013. “*Strategi Promosi, Kualitas Produk, Kualitas layanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Restoran McDonald’s Manado*”. (Manado: Jurnal Emba, Vol.1 No.4).
- Lonardo dan Yasintha Soelasih. 2014. “*Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Lingkungan Fisik Perusahaan Kue Lapis Legit XYZ Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Membangun Word of Mouth Positif*”. (Jakarta: Jurnal Manajemen, Vol.11 No 1).
- Moha, Sartika dan Sjendry Loindong. 2016. “*Analisis Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Yuta di Kota Manado*.” (Manado: Jurnal Emba, No. 1, Maret, Vol. 4).
- Nuraini, Alifah. 2014. “*Pengaruh Citra, Pelayanan, Aksesoris Jasa, Keragaman Produk, dan Nilai Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada*

Nasabah BPD DIY Syariah Yogyakarta”). (Yogyakarta: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, Vol. IX, Desember No.1).

Nuryadin, Muhammad Birusman. 2007. “*Harga dalam Perspektif islam*”. (Samarinda: Mazahib, Vol. IV, No.1).

Rahman, Diandaris Nurhandika. 2013. “*Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pemancingan Ngrembel Asri Gunung pati Semarang.*” *Skripsi Manajemen*, (Semarang: Universitas Negeri Semarang).

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

Salma, Fitria Solahika dan Ririn Tri Ratnasari. 2015. “*Pengaruh Kualitas Jasa Perspektif Islam Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hotel Grand Kalimas di Surabaya*”. (Surabaya: Jestt, Vol.2, April No.4).

Internet

Aji, Wahyu Kartika dan Harry Soesanto. t.th. “*Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien (Studi Pada Pasien Klinik As Syifa di Kab. Bekasi).*” <http://eprints.undip.ac.id/29543/1/Jurnal.pdf> (Diakses tanggal 27 September 2016).

Al Taufiq, Ibnu. 2016. “*Kepuasan Pengunjung terhadap Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Rumah Makan di Pantai Drini Kabupaten GunungKidul*”. dalam <http://eprints.umy.ac.id.html>. (Diakses tanggal 30 November 2016).

Batin, Mail Hilian. 2016. “*Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pembeli Syar’e Mart UII Yogyakarta*”. Dalam <http://digilib.uin-suka.ac.id/17207/> (Diakses tanggal 13 Oktober 2016).

Edyus, Camelia Nucivera. 2015. “*Hubungan Antara Kualitas Pelayanan dan Produk dengan Kepuasan Konsumen Cafe di Dusun Sagan Kabupaten Sleman Yogyakarta.*” <http://eprints.uny.ac.id/24846/1/Camelia%20Nucivera%20Edyus%20-%2009511244027.pdf> (Diakses tanggal 5 Agustus 2016).

Haryanto, Ryan Nur. 2010. “*Analisis Pengaruh Harga, Produk, Kebersihan, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Restoran Mamamia Cabang Mrican*

Semarang).”[http://eprints.undip.ac.id/26490/1/Skripsi_Ryan_Nur_Harjanto_\(C2A606098\).pdf](http://eprints.undip.ac.id/26490/1/Skripsi_Ryan_Nur_Harjanto_(C2A606098).pdf) (Diakses tanggal 23 februari 2016).

Kurniasari, Anindita. 2015. “*Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Makanan, Harga dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan pada Restoran Ralana Solo*”. <http://eprints.ums.ac.id/37082/1/NASKAH%20PUBLIKASI.pdf>. (Diakses tanggal 5 Agustus 2016).

Wibowo, Ari Susanto. 2013. “*Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan di Purwokerto*.” <http://lib.unnes.ac.id/18048/1/7350408009.pdf> (Diakses tanggal 5 Agustus 2016).

www.namirasyariah.com/gahwajiskylounge.html diakses pada tanggal 24 September 2016.

Yustiesa, Chitra. 2014. “*Pengaruh Servicescapes Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Solaria Trans Studio Mall (TSM) Bandung)*.” <http://ikomuniversity.ac.id/pustaka/65203/pengaruh-servicecapes-terhadap-kepuasan-konsumen-studi-pada-solaria-trans-studio-mall-tsm-bandung-.html> (Diakses tanggal 5 Agustus 2016).



LAMPIRAN-LAMPIRAN



KEMENTERIAN AGAMA
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM

Jl. Kusumabangsa No. 09 Telp (0285) 412575 – Faks. (0285) 423418,
Website : syariah.stain-pekalongan.ac.id, Email : syariah@stain-pekalongan.ac.id

nor : Sti.20/C-0.3/PP.00.9/ /

ip : -

: Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth,

HOTEL NAMIRA SYARIAH PEKALONGAN

di-

Tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Diberitahukan dengan hormat bahwa mahasiswa:

Nama : RIRKA TANAMIA VIFKA P.

NIM : 2013112041

adalah mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam STAIN Pekalongan. Mahasiswa sebagaimana tersebut diatas akan melakukan penelitian di lembaga/wilayah yang Bapak/Ibu Pimpin guna keperluan menyusun skripsi dengan judul:

"PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN ~~KUALITAS~~ FASILITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI CAHWAJI SKY LOUNGE HOTEL NAMIRA SYARIAH PEKALONGAN."

Sehubungan dengan hal tersebut, dimohon bantuan Bapak/Ibu mengizinkan mahasiswa yang bersangkutan mengadakan riset guna penelitian skripsi tersebut.

Demikian atas kebijaksanaan, izin dan bantuan Bapak/Ibu, kami sampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

A.n Ketua

Ketua Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam

Ub. Sekretaris Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam

Agus Fakhрина, M.S.I.

NIP. 197701232003121001

Pekalongan, 15 Desember 2016

Yang bertanda-tangan di bawah ini :

Nama : FAWWAZ MUSTAFA THALIB
Jabatan : F&B COORDINATOR

Menerangkan dengan sesungguhnya bahwa yang bersangkutan di bawah ini :

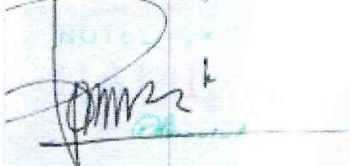
Nama : RIZKA TAMAMIA VIKARA PUTRI
NIM : 2013112041
Jurusan/Prodi : *Ekonomi Syari'ah/ Syari'ah dan Ekonomi Islam*

Telah melaksanakan penelitian di Gahwaji Sky Lounge Namira Syariah Hotel Pekalongan pada periode Oktober sampai dengan November 2016 untuk memperoleh data guna penyusunan Tugas Akhir Skripsi dengan judul **“Pengaruh kualitas Pelayanan, Harga, dan Fasilitas di Gahwaji Sky Lounge Hotel Namira Syari’ah Pekalongan”**.

Demikian surat keterangan kerja ini dibuat agar dapat dipergunakan dengan semestinya.

وَسَّلَامٌ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَةُ اللَّهِ وَبَرَكَاتُهُ

Hormat kami,



Fawwaz Mustafa Thalib
F&B Coordinator

NAMIRA SYARIAH HOTEL

LAMPIRAN 2. Kuesioner

KUESIONER PENELITIAN

Kepada

Yth. Bpk/Ibu/Sdr/i Konsumen

Gahwaji Sky Lounge Hotel Namira Syariah Pekalongan

Assalamualaikum wr, wb.

Sehubungan dengan penyelesaian tugas akhir atau skripsi sebagai mahasiswi Strata Satu (S1) Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Pekalongan, saya sebagai peneliti:

Nama : Rizka Tamamia Vikara Putri

Nim : 2013112041

Program Studi : Ekonomi Syariah

Bermaksud melakukan penelitian ilmiah untuk penyusunan skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen di Gahwaji Sky Lounge Hotel Namira Syariah Pekalongan”

Untuk itu peneliti sangat mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk menjadi responden dengan mengisi lembar kuesioner ini secara lengkap. Informasi yang diperoleh atas partisipasi dari Bapak/Ibu/Saudara/i sebagai konsumen Gahwaji Sky Lounge Hotel Namira Syariah Pekalongan merupakan faktor kunci untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini hanya untuk kepentingan akademik, tidak untuk kepentingan komersil. Informasi yang diperoleh atas partisipasi dari Bapak/Ibu/Saudara/i sangat dijamin kerahasiaannya.

Atas bantuan dan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi kuesioner ini peneliti ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum wr, wb.

Peneliti



Rizka Tamamia Vikara Putri

A. Identitas Responden

Untuk keperluan keabsahan data penelitian ini, saya mengharapkan kepada Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi data-data berikut ini:

Nama : (boleh tidak diisi)

Alamat :

Jenis kelamin : () Pria () Wanita

Agama : () Islam () Hindu () Budha
() Konghucu () Kristen/Katholik

Pekerjaan : () Pelajar/Mahasiswa () Pegawai Negeri
() Ibu Rumah Tangga () Pegawai Swasta
() Wiraswasta () Lainnya,

Pendapatan Perbulan : () < Rp. 1.500.000
() Rp. 1.500.050 – Rp. 3.000.000
() Rp.3.000.050 – Rp. 5.000.000
() > Rp. 5.000.000

B. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Pilihlah jawaban dengan memberi tanda checklist (√) pada salah satu jawaban yang paling sesuai. Adapun makna tanda tersebut adalah sebagai berikut:

STS	TS	N	S	SS
Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju

Contoh:

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1	Gahwaji Sky Lounge memiliki gedung yang menarik seperti adanya sky lounge.				√	

1. Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
	Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)					
1	Gahwaji Sky Lounge memiliki gedung yang menarik seperti adanya sky lounge.					
2	Kebersihan dan kerapian ruangan selalu terjaga.					
	Kehandalan (<i>Reliability</i>)					
3	Pelayan Restoran Gahwaji Sky Lounge selalu murah senyum dan memberikan pelayanan yang cepat.					
	Ketanggapan (<i>Responsiveness</i>)					
4	Pengunjung tidak perlu menunggu terlalu lama dari memesan makanan sampai makanan disajikan.					
5	Pelayan segera membersihkan tempat setelah selesai digunakan tanpa dipanggil pengunjung yang menggunakan setelahnya untuk membersihkan tempat yang akan digunakan.					
	Jaminan dan Kepastian (<i>Assurance</i>)					
6	Pelayan Gahwaji Sky Lounge berpakaian rapi dan sopan.					
7	Gahwaji Sky Lounge memberikan tempat parkir pengunjung yang aman.					
8	Makanan yang disediakan selalu higienis dan halal.					
	Empati (<i>Emphaty</i>)					
9	Jika pengunjung ingin menambah pesanan, pelayan selalu cepat menanggapi.					

2. Variabel Harga (X2)

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
	Kesesuaian manfaat dengan produk					
1	Harga yang ditetapkan sesuai dengan cita rasa dan porsi yang didapatkan.					

	Persaingan harga					
2	Gahwaji Sky Lounge memberikan harga yang lebih murah daripada restoran yang lain.					
	Kesesuaian harga dengan daya beli masyarakat					
3	Harga yang ditawarkan terjangkau oleh semua kalangan konsumen.					

3. Variabel Fasilitas (X3)

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
	Kenyamanan ruangan, fasilitas, dan kelengkapan					
1	Peralatan makan seperti sendok, garpu, piring, beserta tisu makan tersedia dengan bersih.					
2	Meja, sofa, dan ruangan yang tersedia sangat nyaman ditambah dengan suasana sky lounge atau atap terbuka yang terlihat semakin membuat suasana santai.					
3	Musik yang digunakan adalah alunan musik yang lembut dan nada-nada yang islami (bukan musik yang rock dan dangdut).					
4	Terdapat wifi gratis yang dapat digunakan konsumen.					
	Desain tata cahaya					
5	Penggunaan lampu untuk penerangan sangat pas dan nyaman (tidak gelap) untuk bersantai dan menikmati hidangan.					
	Pemilihan warna					
6	Perpaduan warna dinding, sofa, meja, lantai dan lampu yang tersedia sangat menarik bagi konsumen untuk mengabadikan momen seperti berfoto-foto.					
	Lambang atau tanda					
7	Terdapat simbol/lambang tanda dimana kasir, kamar mandi, mushola, dan dapur terlihat jelas.					
8	Fasilitas seperti mushola, dapur dan toilet selalu terjaga kebersihannya.					

4. Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
	Kesesuaian antara harapan dengan kenyataan					
1	Makanan dan minuman yang disediakan enak sesuai harapan.					
2	Pelayanannya sangat memuaskan.					
	Minat berkunjung kembali					
3	Saya berminat untuk berkunjung kembali karena makanan, minuman, fasilitas, dan pelayanan yang disediakan memuaskan.					
	Merekomendasikan kepada orang lain					
4	Saya akan mengajak teman, kerabat, dan keluarga untuk menikmati hidangan lainnya lagi di gahwaji.					
5	Saya akan memposting foto ke sosial media agar teman-teman sosial media saya yang melihat ingin mencoba hidangan dan menikmati suasana santai di gahwaji.					

LAMPIRAN 3. Data Mentah Kuesioner

Data Mentah Kuesioner

No Resp.	Kualitas Pelayanan (X1)										Harga (X2)			Fasilitas (X3)								Kepuasan Konsumen (Y)							
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Total X1	1	2	3	Total X2	1	2	3	4	5	6	7	8	Total X3	1	2	3	4	5	Total Y
	1	3	4	4	3	4	4	4	4	4	34	3	2	1	6	4	4	2	4	4	2	3	3	26	3	4	3	3	3
2	5	5	4	4	5	5	5	5	43	4	4	3	11	4	4	2	4	4	4	4	5	5	32	5	5	5	4	4	23
3	4	4	3	3	3	4	4	4	33	3	3	3	9	4	4	3	3	3	3	3	4	4	28	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	3	4	4	4	4	35	3	3	3	9	4	3	3	3	3	3	3	3	3	25	3	3	4	4	4	18
5	5	4	5	3	3	5	5	3	36	3	3	3	9	3	3	3	3	4	4	4	5	3	28	3	3	4	4	5	19
6	4	4	5	4	4	5	4	3	37	4	2	4	10	4	4	3	4	4	4	4	4	4	31	3	3	4	4	4	18
7	4	4	3	4	4	4	4	4	35	4	4	4	12	4	4	5	5	4	5	4	4	4	35	4	4	4	4	5	21
8	4	4	5	4	4	4	4	4	37	4	4	4	12	4	4	2	4	4	4	4	4	4	30	4	4	4	4	4	20
9	5	4	5	4	4	4	4	4	38	4	4	4	12	4	4	4	5	5	5	4	4	5	36	5	5	5	4	4	23
10	5	4	3	3	3	5	4	5	37	5	3	3	11	5	4	2	3	5	5	4	4	4	32	4	4	4	4	5	21
11	4	4	5	2	5	4	4	5	37	2	2	3	7	5	4	4	4	5	5	4	4	4	35	4	2	3	3	4	16
12	4	4	4	3	3	4	4	4	34	2	3	3	8	4	4	4	3	4	4	4	4	4	31	3	3	4	4	3	17
13	4	5	5	5	4	5	5	4	42	5	3	3	11	5	5	3	5	5	3	5	5	5	36	4	5	4	4	5	22
14	4	4	3	4	4	3	4	4	34	3	2	3	8	2	4	3	3	3	3	4	4	4	26	4	3	3	3	3	16
15	4	4	3	2	4	4	4	4	31	2	2	3	7	4	4	2	3	4	4	4	4	4	29	4	4	3	3	3	17
16	3	3	4	2	4	4	4	4	32	3	2	2	7	4	4	3	4	3	4	5	5	5	32	2	3	2	2	2	11
17	5	5	4	3	3	4	5	5	38	4	4	3	11	5	5	3	4	5	4	4	5	4	35	3	3	3	3	4	16
18	4	4	2	2	3	5	5	5	34	4	2	2	8	5	2	3	5	5	3	5	5	5	33	5	4	3	4	5	21
19	4	4	4	3	3	4	5	3	34	4	4	3	11	4	5	4	4	4	4	5	4	4	34	4	4	4	4	4	20
20	4	4	5	5	4	4	4	4	38	4	4	4	12	4	3	3	3	3	4	4	4	3	27	3	5	4	3	4	19
21	4	4	3	4	4	4	4	4	35	4	2	4	10	4	4	4	4	3	4	5	4	4	32	4	4	3	3	3	17
22	4	4	5	4	4	4	4	4	37	3	2	2	7	3	3	3	3	4	4	4	4	4	28	3	4	4	3	4	18

52	4	4	4	4	3	3	5	5	4	4	4	36	4	3	4	11	5	5	3	4	4	4	5	4	4	4	35	4	4	4	4	5	21
53	4	4	4	5	3	4	5	4	3	4	4	36	3	3	3	9	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	34	4	5	4	4	5	22
54	4	4	4	3	2	4	4	5	4	4	4	34	3	4	3	10	4	4	3	4	4	4	5	4	4	32	3	3	4	3	4	17	
55	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	35	4	3	3	10	4	4	4	4	4	4	3	4	30	3	3	2	3	3	14		
56	3	3	4	2	4	4	4	5	4	4	5	34	3	4	4	11	4	4	3	5	3	5	4	4	32	3	4	3	3	3	17		
57	4	3	2	2	3	4	4	4	4	4	3	29	3	4	4	11	4	4	3	4	4	4	4	4	31	4	3	3	3	3	16		
58	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	32	4	3	2	9	4	4	3	4	4	4	4	4	31	4	3	3	3	3	17		
59	4	4	5	4	2	4	4	4	4	4	4	35	4	2	2	8	4	4	4	4	4	4	5	5	34	4	5	5	5	4	23		
60	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	34	4	2	2	8	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	3	3	3	4	17		
61	4	4	4	4	3	5	5	4	4	4	4	36	4	3	3	10	5	5	3	4	4	5	5	5	36	4	4	4	4	5	21		
62	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	2	31	1	1	1	3	4	4	4	5	4	4	4	4	32	2	3	3	2	3	13		
63	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	31	2	1	2	5	4	4	3	3	4	4	3	4	29	2	4	2	2	2	14		
64	2	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	30	2	4	2	8	4	4	4	3	3	4	4	4	30	3	4	3	3	3	16		
65	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	33	3	3	3	9	4	4	3	3	3	4	4	4	28	4	4	4	4	4	20		
66	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	35	3	3	3	9	4	3	3	3	3	3	3	3	25	3	3	3	4	4	18		
67	5	4	5	3	3	5	5	3	3	5	3	36	3	3	3	9	3	3	3	3	4	4	5	3	28	3	3	3	4	4	19		
68	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	37	4	2	4	10	4	4	3	4	4	4	4	4	31	3	3	4	4	4	18		
69	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	35	4	4	4	12	4	4	5	5	4	5	4	4	35	4	4	4	4	4	21		
70	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	37	4	2	4	10	4	4	3	4	4	4	4	4	31	3	3	4	4	4	18		
71	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	35	4	4	4	12	4	4	5	5	4	5	4	4	35	4	4	4	4	5	21		
72	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37	4	4	4	12	4	4	2	4	4	4	4	4	30	4	4	4	4	4	20		
73	5	4	3	3	3	5	4	5	5	4	5	37	5	3	3	11	5	4	2	2	5	5	4	4	31	4	4	4	4	5	21		
74	3	4	3	1	3	3	4	4	3	4	4	28	3	3	2	8	3	3	4	5	3	4	4	3	29	4	4	3	2	4	17		
75	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	33	3	4	3	10	4	3	4	3	3	4	4	3	28	4	3	4	3	4	18		
76	4	4	3	2	3	4	4	4	4	4	4	32	4	4	3	11	4	3	4	4	3	3	5	5	31	3	4	3	3	4	17		
77	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	31	4	4	4	12	3	3	4	5	3	4	4	3	29	4	4	3	3	4	18		
78	4	4	3	2	2	4	4	4	3	2	2	28	2	2	2	6	4	4	2	3	2	4	4	3	26	3	3	4	4	4	18		
79	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	31	2	1	2	5	4	4	3	3	4	4	3	4	29	2	4	2	2	4	14		
80	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	33	3	2	3	8	4	4	2	3	2	3	4	3	25	3	3	4	4	4	18		

X1.6	Pearson Correlation	.360**	.326**	.394**	.231*	.055	1	.385**	.045	.302**	.601**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.021	.589		.000	.657	.002	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.7	Pearson Correlation	.488**	.121	.093	.016	-.030	.385**	1	.005	.238*	.438**
	Sig. (2-tailed)	.000	.231	.357	.876	.768	.000		.961	.017	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.8	Pearson Correlation	.158	.263**	-.105	-.024	.124	.045	.005	1	.414**	.340**
	Sig. (2-tailed)	.117	.008	.298	.816	.218	.657	.961		.000	.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.9	Pearson Correlation	.048	.277**	.248*	.324**	.405**	.302**	.238*	.414**	1	.675**
	Sig. (2-tailed)	.636	.005	.013	.001	.000	.002	.017	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KUALITAS PELAYANAN	Pearson Correlation	.536**	.592**	.608**	.648**	.419**	.601**	.438**	.340**	.675**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	
	N	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).

Hasil Uji Validitas Variabel Harga
Correlations

	X2.1	X2.2	X2.3	HARGA
X2.1	1	.557**	.539**	.835**
Pearson Correlation				
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
N	100	100	100	100
X2.2	.557**	1	.591**	.853**
Pearson Correlation				
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
N	100	100	100	100
X2.3	.539**	.591**	1	.836**
Pearson Correlation				
Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
N	100	100	100	100
HARGA	.835**	.853**	.836**	1
Pearson Correlation				
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
N	100	100	100	100

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

Hasil Uji Validitas Variabel Fasilitas

Correlations

	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	FASILITAS
X3.1	1	.470**	-.053	.075	.204*	.121	.079	.114	.445**
Pearson Correlation									
Sig. (2-tailed)		.000	.600	.459	.042	.230	.436	.257	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.2	.470**	1	.062	-.017	.025	-.050	-.022	.160	.366**
Pearson Correlation									
Sig. (2-tailed)	.000		.540	.869	.803	.619	.824	.112	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.3	-.053	.062	1	.341**	-.027	.131	-.063	.086	.375**
Pearson Correlation									
Sig. (2-tailed)	.600	.540		.001	.787	.193	.535	.397	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.4	.075	-.017	.341**	1	.251*	.128	.189	.378**	.573**
Pearson Correlation									
Sig. (2-tailed)	.459	.869	.001		.012	.204	.059	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.5	.204*	.025	-.027	.251*	1	.492**	.234*	.387**	.621**
Pearson Correlation									
Sig. (2-tailed)	.042	.803	.787	.012		.000	.019	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.6	.121	-.050	.131	.128	.492**	1	.407**	.250*	.612**
Pearson Correlation									
Sig. (2-tailed)	.230	.619	.193	.204	.000		.000	.012	.000

	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.008	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y1.3	Pearson Correlation	.551**	.334**	1	.796**	.506**	.843**	.843**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y1.4	Pearson Correlation	.562**	.264**	.796**	1	.590**	.859**	.859**
	Sig. (2-tailed)	.000	.008	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y1.5	Pearson Correlation	.372**	.374**	.506**	.590**	1	.748**	.748**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
KEPUASAN KONSUMEN	Pearson Correlation	.759**	.586**	.843**	.859**	.748**	1	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.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

**Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan
Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.691	9

Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Item-Total Statistics Kualitas Pelayanan

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	30.15	7.866	.382	.662
X1.2	30.09	8.002	.485	.652
X1.3	30.26	7.023	.392	.662
X1.4	30.92	6.761	.437	.651
X1.5	30.53	8.272	.246	.686
X1.6	29.88	7.884	.486	.649
X1.7	30.01	8.192	.265	.683
X1.8	30.11	8.564	.165	.700
X1.9	30.29	7.036	.521	.630

Sumber: Data primer yang diolah, 2016

**Hasil Uji Reliabilitas Harga
Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.794	3

Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Item-Total Statistics Harga

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	5.52	2.575	.615	.742

X2.2	5.91	2.507	.654	.700
X2.3	5.95	2.694	.640	.716

Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Hasil Uji Reliabilitas Fasilitas Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.620	8

Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Item-Total Statistics Fasilitas

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	26.55	6.997	.261	.602
X3.2	26.66	7.176	.138	.636
X3.3	27.36	7.101	.130	.642
X3.4	26.64	6.293	.364	.574
X3.5	26.84	6.116	.428	.554
X3.6	26.71	6.087	.405	.560
X3.7	26.56	6.532	.338	.582
X3.8	26.60	6.182	.509	.537

Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.820	5

Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1.1	14.23	5.310	.592	.791
Y1.2	13.99	6.394	.405	.836

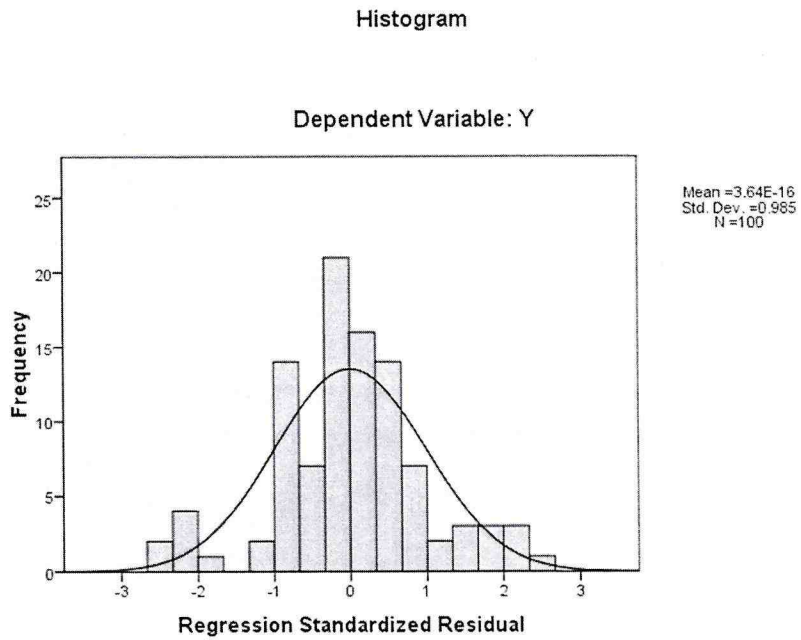
Y1.3	14.23	5.189	.739	.747
Y1.4	14.30	4.818	.746	.741
Y1.5	13.69	5.509	.590	.790

Sumber: Data primer yang diolah, 2016

LAMPIRAN 5. HASIL UJI ASUMSI KLASIK

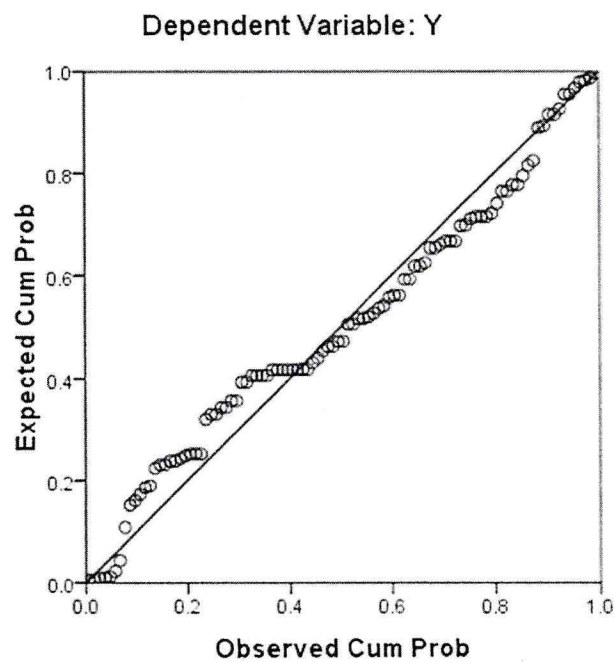
a. Uji Normalitas

Grafik Histogram



Grafik Normal Probability Plot

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



**Uji Normalitas 1-KS
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.95470366
Most Extreme Differences	Absolute	.092
	Positive	.077
	Negative	-.092
Kolmogorov-Smirnov Z		.916
Asymp. Sig. (2-tailed)		.372
a. Test distribution is Normal.		

b. Uji Linearitas

**Hasil Uji Linearitas Kualitas Pelayanan
ANOVA Table**

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Konsumen * Kualitas Pelayanan	Between	(Combined)	429.140	14	30.653	6.918	.000
	Groups	Linearity	287.809	1	287.809	64.951	.000
		Deviation from Linearity	141.331	13	10.872	2.453	.007
	Within Groups		376.650	85	4.431		
	Total		805.790	99			

Hasil Uji Linearitas Harga

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Konsumen* Harga	Between	(Combined)	416.724	9	46.303	10.711	.000
	Groups	Linearity	353.126	1	353.126	81.686	.000
		Deviation from Linearity	63.598	8	7.950	1.839	.080
	Within	Groups	389.066	90	4.323		
	Total		805.790	99			

Hasil Uji Linearitas Fasilitas

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Konsumen * Fasilitas	Between	(Combined)	261.591	11	23.781	3.846	.000
	Groups	Linearity	70.894	1	70.894	11.464	.001
		Deviation from Linearity	190.697	10	19.070	3.084	.002
	Within	Groups	544.199	88	6.184		
	Total		805.790	99			

c. Uji Multikolonieritas

Hasil Uji Multikolonieritas

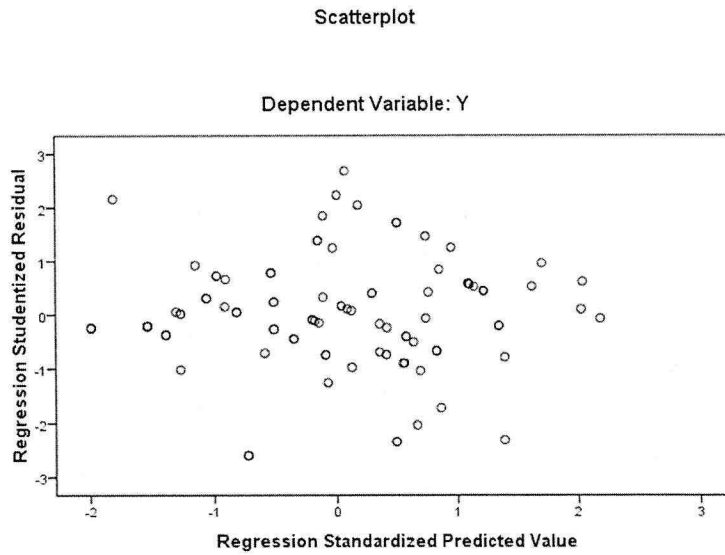
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-.208	2.840		-.073	.942		
X1	.311	.077	.335	4.044	.000	.713	1.403
X2	.579	.103	.467	5.610	.000	.706	1.417
X3	.072	.074	.072	.969	.335	.897	1.115

a. Dependent Variable: Y

d. Uji Heteroskedastisitas

Grafik Scatterplot



Hasil Uji Glejser
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-2.089	1.911		-1.093	.277		
X1	.040	.052	.092	.780	.437	.713	1.403
X2	.002	.069	.003	.024	.981	.706	1.417
X3	.069	.050	.147	1.392	.167	.897	1.115

a. Dependent Variable: Glejser

LAMPIRAN 6. HASIL PENGUJIAN HIPOTESIS

a. Hasil Uji t (Parsial)

Hasil Uji t (Parsial)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.208	2.840		-.073	.942
	X1	.311	.077	.335	4.044	.000
	X2	.579	.103	.467	5.610	.000
	X3	.072	.074	.072	.969	.335

a. Dependent Variable: Y

b. Hasil Uji F (Simultan)

Hasil Uji F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	427.524	3	142.508	36.167	.000 ^a
	Residual	378.266	96	3.940		
	Total	805.790	99			

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

c. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.728 ^a	.531	.516	1.985

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
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	1.83	1.80	1.78
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	1.83	1.80	1.78
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	1.83	1.80	1.78
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	1.83	1.80	1.77
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	1.82	1.80	1.77
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	1.82	1.80	1.77
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	1.82	1.80	1.77
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	1.82	1.79	1.77
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	1.82	1.79	1.77
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	1.82	1.79	1.77
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	1.82	1.79	1.77
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	1.82	1.79	1.77
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	1.82	1.79	1.76
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	1.82	1.79	1.76
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	1.81	1.79	1.76
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	1.81	1.79	1.76
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	1.81	1.79	1.76
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	1.81	1.78	1.76
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	1.81	1.78	1.76
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	1.81	1.78	1.76
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	1.81	1.78	1.76
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	1.81	1.78	1.76
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	1.81	1.78	1.76
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	1.81	1.78	1.75
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	1.81	1.78	1.75
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	1.81	1.78	1.75
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	1.80	1.78	1.75
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	1.80	1.78	1.75
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	1.80	1.78	1.75
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	1.80	1.78	1.75
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
128	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
129	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
130	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
131	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
132	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
133	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
134	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
135	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74

TABEL 15 : TABEL t dan r product moment dengan signifikansi 5%

df	Tabel t one tail	Tabel t two tail	Tabel r one tail	Tabel r two tail
1	6.3138	12.7062	0.9877	0.9969
2	2.9200	4.3027	0.9000	0.9500
3	2.3534	3.1824	0.8054	0.8783
4	2.1318	2.7764	0.7293	0.8114
5	2.0150	2.5706	0.6694	0.7545
6	1.9432	2.4469	0.6215	0.7067
7	1.8946	2.3646	0.5822	0.6664
8	1.8595	2.3060	0.5494	0.6319
9	1.8331	2.2622	0.5214	0.6021
10	1.8125	2.2281	0.4973	0.5760
11	1.7959	2.2010	0.4762	0.5529
12	1.7823	2.1788	0.4575	0.5324
13	1.7709	2.1604	0.4409	0.5140
14	1.7613	2.1448	0.4259	0.4973
15	1.7531	2.1314	0.4124	0.4821
16	1.7459	2.1199	0.4000	0.4683
17	1.7396	2.1098	0.3887	0.4555
18	1.7341	2.1009	0.3783	0.4438
19	1.7291	2.0930	0.3687	0.4329
20	1.7247	2.0860	0.3598	0.4227
21	1.7207	2.0796	0.3515	0.4132
22	1.7171	2.0739	0.3438	0.4044
23	1.7139	2.0687	0.3365	0.3961
24	1.7109	2.0639	0.3297	0.3882
25	1.7081	2.0595	0.3233	0.3809
26	1.7056	2.0555	0.3172	0.3739
27	1.7033	2.0518	0.3115	0.3673
28	1.7011	2.0484	0.3061	0.3610
29	1.6991	2.0452	0.3009	0.3550
30	1.6973	2.0423	0.2960	0.3494
31	1.6955	2.0395	0.2913	0.3440
32	1.6939	2.0369	0.2869	0.3388
33	1.6924	2.0345	0.2826	0.3338
34	1.6909	2.0322	0.2785	0.3291
35	1.6896	2.0301	0.2746	0.3246
36	1.6883	2.0281	0.2709	0.3202
37	1.6871	2.0262	0.2673	0.3160
38	1.6860	2.0244	0.2638	0.3120
39	1.6849	2.0227	0.2605	0.3081
40	1.6839	2.0211	0.2573	0.3044
41	1.6829	2.0195	0.2542	0.3008
42	1.6820	2.0181	0.2512	0.2973
43	1.6811	2.0167	0.2483	0.2940
44	1.6802	2.0154	0.2455	0.2907
45	1.6794	2.0141	0.2429	0.2876
46	1.6787	2.0129	0.2403	0.2845
47	1.6779	2.0117	0.2377	0.2816
48	1.6772	2.0106	0.2353	0.2787
49	1.6766	2.0096	0.2329	0.2759
50	1.6759	2.0086	0.2306	0.2732
51	1.6753	2.0076	0.2284	0.2706
52	1.6747	2.0066	0.2262	0.2681
53	1.6741	2.0057	0.2241	0.2656
54	1.6736	2.0049	0.2221	0.2632
55	1.6730	2.0040	0.2201	0.2609
56	1.6725	2.0032	0.2181	0.2586
57	1.6720	2.0025	0.2162	0.2564
58	1.6716	2.0017	0.2144	0.2542
59	1.6711	2.0010	0.2126	0.2521
60	1.6706	2.0003	0.2108	0.2500
61	1.6702	1.9996	0.2091	0.2480
62	1.6698	1.9990	0.2075	0.2461
63	1.6694	1.9983	0.2058	0.2441
64	1.6690	1.9977	0.2042	0.2423
65	1.6686	1.9971	0.2027	0.2404
66	1.6683	1.9966	0.2012	0.2387
67	1.6679	1.9960	0.1997	0.2369
68	1.6676	1.9955	0.1982	0.2352
69	1.6672	1.9949	0.1968	0.2335
70	1.6669	1.9944	0.1954	0.2319
71	1.6666	1.9939	0.1940	0.2303
72	1.6663	1.9935	0.1927	0.2287
73	1.6660	1.9930	0.1914	0.2272

74	1.6657	1.9925	0.1901	0.2257
75	1.6654	1.9921	0.1888	0.2242
76	1.6652	1.9917	0.1876	0.2227
77	1.6649	1.9913	0.1864	0.2213
78	1.6646	1.9908	0.1852	0.2199
79	1.6644	1.9905	0.1841	0.2185
80	1.6641	1.9901	0.1829	0.2172
81	1.6639	1.9897	0.1818	0.2159
82	1.6636	1.9893	0.1807	0.2146
83	1.6634	1.9890	0.1796	0.2133
84	1.6632	1.9886	0.1786	0.2120
85	1.6630	1.9883	0.1775	0.2108
86	1.6628	1.9879	0.1765	0.2096
87	1.6626	1.9876	0.1755	0.2084
88	1.6624	1.9873	0.1745	0.2072
89	1.6622	1.9870	0.1735	0.2061
90	1.6620	1.9867	0.1726	0.2050
91	1.6618	1.9864	0.1716	0.2039
92	1.6616	1.9861	0.1707	0.2028
93	1.6614	1.9858	0.1698	0.2017
94	1.6612	1.9855	0.1689	0.2006
95	1.6611	1.9853	0.1680	0.1996
96	1.6609	1.9850	0.1671	0.1986
97	1.6607	1.9847	0.1663	0.1975
98	1.6606	1.9845	0.1654	0.1966
99	1.6604	1.9842	0.1646	0.1956
100	1.6602	1.9840	0.1638	0.1946
101	1.6601	1.9837	0.1630	0.1937
102	1.6599	1.9835	0.1622	0.1927
103	1.6598	1.9833	0.1614	0.1918
104	1.6596	1.9830	0.1606	0.1909
105	1.6595	1.9828	0.1599	0.1900
106	1.6594	1.9826	0.1591	0.1891
107	1.6592	1.9824	0.1584	0.1882
108	1.6591	1.9822	0.1576	0.1874
109	1.6590	1.9820	0.1569	0.1865
110	1.6588	1.9818	0.1562	0.1857
111	1.6587	1.9816	0.1555	0.1848
112	1.6586	1.9814	0.1548	0.1840
113	1.6585	1.9812	0.1541	0.1832
114	1.6583	1.9810	0.1535	0.1824
115	1.6582	1.9808	0.1528	0.1816
116	1.6581	1.9806	0.1522	0.1809
117	1.6580	1.9804	0.1515	0.1801
118	1.6579	1.9803	0.1509	0.1793
119	1.6578	1.9801	0.1502	0.1786
120	1.6577	1.9799	0.1496	0.1779
121	1.6575	1.9798	0.1490	0.1771
122	1.6574	1.9796	0.1484	0.1764
123	1.6573	1.9794	0.1478	0.1757
124	1.6572	1.9793	0.1472	0.1750
125	1.6571	1.9791	0.1466	0.1743
126	1.6570	1.9790	0.1460	0.1736
127	1.6569	1.9788	0.1455	0.1729
128	1.6568	1.9787	0.1449	0.1723
129	1.6568	1.9785	0.1443	0.1716
130	1.6567	1.9784	0.1438	0.1710
131	1.6566	1.9782	0.1432	0.1703
132	1.6565	1.9781	0.1427	0.1697
133	1.6564	1.9780	0.1422	0.1690
134	1.6563	1.9778	0.1416	0.1684
135	1.6562	1.9777	0.1411	0.1678
136	1.6561	1.9776	0.1406	0.1672
137	1.6561	1.9774	0.1401	0.1666
138	1.6560	1.9773	0.1396	0.1660
139	1.6559	1.9772	0.1391	0.1654
140	1.6558	1.9771	0.1386	0.1648
141	1.6557	1.9769	0.1381	0.1642
142	1.6557	1.9768	0.1376	0.1637
143	1.6556	1.9767	0.1371	0.1631
144	1.6555	1.9766	0.1367	0.1625
145	1.6554	1.9765	0.1362	0.1620
146	1.6554	1.9763	0.1357	0.1614
147	1.6553	1.9762	0.1353	0.1609
148	1.6552	1.9761	0.1348	0.1603
149	1.6551	1.9760	0.1344	0.1598

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Identitas Diri

Nama Lengkap : Rizka Tamamia Vikara Putri
Nim : 2013112041
Tempat/ Tanggal Lahir : Pekalongan, 07 Agustus 1994
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Alamat : Jl. Jlamprang Krapyak Lor Gang 8 No. 2 RT 06 RW 01
Pekalongan

Identitas Orang Tua

Nama Ayah : Moh. Abu Bakar
Pekerjaan : Karyawan Swasta
Agama : Islam
Nama Ibu : Devida
Pekerjaan : Wiraswasta
Agama : Islam
Alamat : Jl. Jlamprang Krapyak Lor Gang 8 No. 2 RT 06 RW 01
Pekalongan

Riwayat Pendidikan

1. SD	: SD Islam 03 Pekalongan	Lulus Tahun 2006
2. SMP	: SMP Islam Pekalongan	Lulus Tahun 2009
3. SMA	: SMK N 2 Pekalongan	Lulus Tahun 2012
4. Perguruan Tinggi	: IAIN Pekalongan	Angkatan Tahun 2012