

## DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Yunus. (2016). *Desain Sistem Pembelajaran dalam Konteks Kurikulum 2013*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Aisjah, S., and Subroto, B., 2011. "Corporate Diversification Strategy to Restore Firm Value". *Journal of Basic Applied Scientific Research*, Vol. 1: 2293-2303.
- Aryani, Dwi. Dan Rosinta, Febrina (2010). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu Admsinitrasi dan Organisasi*, Vol. 17(2), 114-126.
- Apriliya, Viona. 2013. Pengaruh Dimendi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan J.Co Cabang Padang. *Jurnal Fakultas Ekonomi: Universitas Negeri Padang*.
- Apriyani, D.A., Sunarti (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Sidoarjo. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 51. No. 2.
- A.W., Marsum (2005). *Restoran dan Segala Permasalahannya*. Edisi Empat. Yogyakarta: Andi.
- Basu Swastha dan Irawan., 2003, *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi kedua, Yogayakarta: Liberty Offez.
- Bates, R., & Khasawneh, S. (2005). Organizational learning culture, learning transfer climate and perceived innovation in Jordanian organizations. *International Journal of Training and Development*, 9(2), 96–109.
- Berry, L. L., Parasuraman, A., & Zeithaml, V. A. (1990). *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*.

- Djunaidi, M., Setiawan, E., & Hariyanto, T. (2006). Analisis kepuasan pelanggan dengan pendekatan fuzzy service quality dalam upaya peningkatan kualitas pelayanan. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, 4(3), 139-146.
- Fahrina (2012). Wordpress. Retrieved Maret 31, 2017, from Edutainment.
- Fiqhita, Elmi, Hj Ecin Kuraesin, and Leny Muniroh (2019). “Kualitas Pelayanan Dan Brand Image Terhadap Kepuasan Pelanggan.” *Ilmu Manajemen* 2 (1).
- Fandy Tjiptono (2009), Strategi Pemasaran, edisi kedua, cetakan ketujuh, Yogyakarta: Andi.
- Ghozali, Imam (2009). “Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS “. Semarang: UNDIP.
- Ghozali, Imam (2013). Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS. Edisi 7. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- Damodar N., Gujarati dan Dawn C. Porter (2009). Basic Econometric 5th Edition. New York: McGraw –Hill.
- Handi, Irawan. 2004. 10 Prinsip Kepuasan Pelanggan. Cetakan Kelima. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Hawkin dan Lonney dikutip dalam Tjiptono (2016). Indikator Kepuasan Konsumen, Jakarta: Binarupa Aksara.
- Husein Umar (2005), Metode Penelitian Untuk Tesis Dan Bisnis, Jakarta: Grafindo Persada.
- Indriyana, D.A dan Rachmi, A. (2018). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Nanisa Beauty and Dental Clinic Malang. *JAB: Jurnal Aplikasi Bisnis*, Vol. 4 (1): 25-29.

- Iswari, I. A. I. M., Wiranatha, A. S., Satriawan, I. K., & UNUD, T. P. (2015). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan dan Jasa dengan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (Studi Kasus di Restoran Warung Subak, Peguyangan Denpasar).
- Kotler Philip (2000). Prinsip – Prinsip Pemasaran Manajemen, Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong (2004), Dasar-dasar Marketing, Jilid 1, Edisi Ketujuh, terjemahan Imam Nurawan, PT. Prehallindo, Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong (2008), Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 12. Jilid 1. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller (2009). Manajemen Pemasaran. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip., Keller, Kevin L. (2013). Manajemen Pemasaran, Jilid Kedua, Jakarta: Erlangga.
- Lauw, Jessica dan Yohanes Sondang Kunto (2013). Analisa Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di The Light Cup Cafe Surabaya Town Square Dan The Square Surabaya. Jurnal Manajemen Pemasaran, 1(1): h:1-7.
- Lupiyoadi, Rambat (2001). Manajemen Pemasaran Jasa, Salemba Empat, Jakarta.
- Manullang (2008), Dasar-Dasar Manajemen, Yogyakarta: Ghalia Indonesia (GI).
- Much. Djunaidi (2006). Analisis Kepuasan Pelanggan dengan Pendekatan *Fuzzy Service Quality* dalam Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan.
- Nasution (2001). Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Managemen), AnggotaIKPI, Ghalia Indonesia: Jakarta.

- NOVRIANDA, Herry. Analisis pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen. *Performance: Jurnal Personalia, Financial, Operasional, Marketing dan Sistem Informasi*, [S.l.], v. 25, n. 2, p. 28-35, July 2018. ISSN 2615-8094.
- Paramarta, V.& Haruman, T. (2005). *Kepuasan Kerja: Konsep, Teori Pendekatan, dan Skala Pengukurannya*. *Jurnal Bisnis, Manajemen dan Ekonomi*.
- Pertiwi, N. I., dan Afridola, S. (2020). *Jurnal Ilmiah Core IT: Communiyi Research Information Technology*, 8 (1).
- Ratih,Hardiyati (2010), *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Penginapan (Villa) Agrowisata Kebun The Pagilaran*.
- Sahrul, Satrio Aji Alfi Hidayatullah dan Elvin Leander Hadisaputro (2019). *Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Layanan Aplikasi Gojek Dengan Metode PIECES Framework*.
- Setyaningrum, Endah W dan Yani, Tri E. (2012). *Analisis Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Laundry Mayang Tlogosari Semarang)*. *Jurnal Dinamika Manajemen*.
- Siswanto, Adhilla dan Purwoko (2020). *Kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan*, *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*.
- Stanton, William J, (2000). *Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1 Edisi ke 3, Alih Bahasa oleh Yohanes Lamarto, Jakarta*
- Sugiyono (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono (2010). Metode Penelitian Administratif. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono (2015). Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods), Bandung: Alfabeta
- Supranto. (2006). Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan, Jakarta.
- Sulaksana, Wildan 2017. "Pengaruh Kualitas Pelayanan pada Kepuasan Konsumen Bengkel Global Motor Center Yogyakarta". Skripsi, Yogyakarta: USD.
- Tjiptono, Fandy, (2005). Pemasaran Jasa, indikator kepuasan pelanggan. Malang: Bayumedia Publishing. 7 maret 2020.
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. (2003). Total Quality Management, Yogyakarta.
- Triswandari, Uchik. 2007. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT PLN (PERSERO) Rayin Makassar Timur. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin.
- Ni Wayan Suwithi, d. (2008). Akomodasi Perhotelan Jilid 1. Jakarta: Depdiknas.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J. and Gremler, D. D. (2009), Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm, 5th edition, New York, McGraw-Hill.

# LAMPIRAN

## LAMPIRAN 1: KUESIONER PENELITIAN

### Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran My Kopi O Makassar

#### IDENTITAS BAPAK/IBU/SDR(I)

##### 1. Umur

- Di bawah 25 tahun
- 26 – 30 tahun
- 31 – 40 tahun
- 41 – 50 tahun
- Di atas 50 tahun

##### 2. Gender

- Pria
- Wanita

##### 3. Pekerjaan

- Pegawai Negeri Sipil (PNS)
- Karyawan Swasta
- Pengusaha
- Lain-lain

Pilihan Jawaban:

- a. Sangat Tidak Setuju (STS)
- b. Sangat Setuju (SS)
- c. Cukup Setuju (CS)
- d. Setuju (S)
- e. Sangat Setuju (SS)

A. BUKTI FISIK/TANGIBLE (X1)

No	Pertanyaan	Penilaian				
		STS	TS	CS	S	SS
1	Penampilan Karyawan Rapi dan Profesional					
2	Peralatan, Perlengkapan Dan Sarana yang Modern					
3	Kondisi Lingkungan Yang Bersih dan Nyaman					
4	Tampilan Desain Interior Restaurant Yang Baik					

B. KEHANDALAN/RELIABILITY (X2)

No	Pertanyaan	Penilaian				
		STS	TS	CS	S	SS
1	Ketepatan Dan Kecepatan Pelayanan					



2	Pelayanan Ramah Serta Selalu Siap Menolong					
3	Jam Kerja Tepat Waktu					
4	Perlakuan Terhadap Pelanggan Tidak Diskriminatif					

C. KETANGGAPAN/RESPONSIVENESS (X3)

No	Pertanyaan	Penilaian				
		STS	TS	CS	S	SS
1	Kemampuan Karyawan untuk Selalu Tanggap Terhadap Masalah yang Timbul					
2	Respon Cepat Karyawan Terhadap Pelanggan yang Datang					
3	Karyawan Memberi Informasi yang Jelas dan Mudah Mengerti Oleh Pelanggan					
4	Kesiapan Karyawan dalam Melayani Karyawan Sangat Baik					

D. JAMINAN/ASSURANCE (X4)

No	Pertanyaan	Penilaian				
		STS	TS	CS	S	SS
1	Karyawan Mampu Menanamkan Kepercayaan Kepada Pelanggan					

2	Karyawan Mampu Menjawab Setiap Pertanyaan Pelanggan					
3	Pengetahuan Dan Kecakapan Karyawan					
4	Bertanggung Jawab Atas Keamanan Dan Mengutamakan Pelanggan					

E. EMPATI/EMPHATY (X5)

No	Pertanyaan	Penilaian				
		STS	TS	CS	S	SS
1	Karyawan Dapat Memahami Kebutuhan Spesifik Pelanggan					
2	Karyawan Memperlukan Pelanggan Dengan Penuh Perhatian					
3	Pelanggan Mudah Berhubungan Dengan Karyawan Untuk Kepentingan Pelanggan					

F. KEPUASAN PELANGGAN (Y)

No	Pertanyaan	Penilaian				
		STS	TS	CS	S	SS
1	Memberikan Pelayanan Jasa Yang Memuaskan Dan Sesuai Dengan Yang Diharapkan					

2	Keramahan Karyawan Dalam Memberikan Pelayanan					
3	Menanggapi Keluhan Dengan Cepat Dan Tepat					
4	Memiliki Citra Yang Positif Dan Baik Dimata Masyarakat					

### LAMPIRAN 3: DATA UJI VALIDITAS

		Correlations				
		X.1	X.2	X.3	X.4	X.TOTAL
X.1	Pearson	1	.090	-.026	.088	.603**
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)		.374	.796	.383	.000
	N	100	100	100	100	100
X.2	Pearson	.090	1	-.128	.223*	.514**
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)	.374		.205	.026	.000
	N	100	100	100	100	100
X.3	Pearson	-.026	-.128	1	.062	.415**
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)	.796	.205		.539	.000
	N	100	100	100	100	100
X.4	Pearson	.088	.223*	.062	1	.609**
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)	.383	.026	.539		.000
	N	100	100	100	100	100
X.TOTAL	Pearson	.603**	.514**	.415**	.609**	1
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

#### Uji Validitas X1

#### Correlations

		X.1	X.2	X.3	X.4	X.TOTAL
X.1	Pearson	1	.090	-.026	.088	.603**
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)		.374	.796	.383	.000
X.2	N	100	100	100	100	100
	Pearson	.090	1	-.128	.223*	.514**
	Correlation					
X.3	Sig. (2-tailed)	.374		.205	.026	.000
	N	100	100	100	100	100
	Pearson	-.026	-.128	1	.062	.415**
X.4	Correlation					
	Sig. (2-tailed)	.796	.205		.539	.000
	N	100	100	100	100	100
X.TOTAL	Pearson	.088	.223*	.062	1	.609**
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)	.383	.026	.539		.000
X.1	N	100	100	100	100	100
	Pearson	.603**	.514**	.415**	.609**	1
	Correlation					
X.2	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
	Pearson	.603**	.514**	.415**	.609**	1
X.3	Correlation					
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100

**Uji Validitas X2**

**Correlations**

		X.1	X.2	X.3	X.4	X.TOTAL
X.1	Pearson	1	.197*	-.077	-.004	.512**
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)		.050	.444	.966	.000
X.2	N	100	100	100	100	100
	Pearson	.197*	1	.129	.018	.650**
	Correlation					
X.1	Sig. (2-tailed)	.050		.201	.855	.000
	N	100	100	100	100	100
	Pearson	.603**	.514**	.415**	.609**	1
X.2	Correlation					
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100

X.3	Pearson	-.077	.129	1	.017	.480**
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)	.444	.201		.866	.000
	N	100	100	100	100	100
X.4	Pearson	-.004	.018	.017	1	.491**
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)	.966	.855	.866		.000
	N	100	100	100	100	100
X.TOTAL	Pearson	.512**	.650**	.480**	.491**	1
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

### Uji Validitas X3

#### Correlations

		X.1	X.2	X.3	X.4	X.TOTAL
X.1	Pearson	1	.242*	.108	.090	.592**
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)		.015	.285	.374	.000
	N	100	100	100	100	100
X.2	Pearson	.242*	1	.229*	.263**	.631**
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)	.015		.022	.008	.000
	N	100	100	100	100	100
X.3	Pearson	.108	.229*	1	.281**	.677**
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)	.285	.022		.005	.000
	N	100	100	100	100	100
X.4	Pearson	.090	.263**	.281**	1	.626**
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)	.374	.008	.005		.000
	N	100	100	100	100	100

X.TOTAL	Pearson Correlation	.592**	.631**	.677**	.626**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

**Uji Validitas X4**

**Correlations**

		X.1	X.2	X.3	X.TOTAL
X.1	Pearson Correlation	1	-.067	-.266**	.569**
	Sig. (2-tailed)		.505	.008	.000
	N	100	100	100	100
X.2	Pearson Correlation	-.067	1	.037	.532**
	Sig. (2-tailed)	.505		.716	.000
	N	100	100	100	100
X.3	Pearson Correlation	-.266**	.037	1	.429**
	Sig. (2-tailed)	.008	.716		.000
	N	100	100	100	100
X.TOTAL	Pearson Correlation	.569**	.532**	.429**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

**Uji Validitas X5**

**Correlations**

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.TOTAL
Y.1	Pearson Correlation	1	.327**	.294**	-.020	.678**
	Sig. (2-tailed)		.001	.003	.841	.000
	N	100	100	100	100	100
Y.2	Pearson Correlation	.327**	1	.211*	-.030	.645**
	Sig. (2-tailed)	.001		.035	.770	.000
	N	100	100	100	100	100

Y.3	Pearson Correlation	.294**	.211*	1	.029	.620**
	Sig. (2-tailed)	.003	.035		.773	.000
	N	100	100	100	100	100
Y.4	Pearson Correlation	-.020	-.030	.029	1	.427**
	Sig. (2-tailed)	.841	.770	.773		.000
	N	100	100	100	100	100
Y.TOTAL	Pearson Correlation	.678**	.645**	.620**	.427**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

### Uji Validitas Y

### LAMPIRAN 3: DATA UJI RELIABILITY

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.886	4

### Uji Reliability X1

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	100	100.0

	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.710	4

**Uji Reliability X2**

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.943	4

**Uji Reliability X3**

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.774	4

**Uji Reliability X4**



**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.681	4

**Uji Reliability X5**

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.874	4

**Uji Reliability Y**

**LAMPIRAN 4: DATA SPSS VERSI 25**

**Descriptive Statistics**

	N	Mean	Std. Deviation
X1	100	17.8100	1.48864
X2	100	17.7500	1.55294
X3	100	17.7600	1.57711
X4	100	17.8700	1.87301

X5	100	13.6300	1.07923
Y	100	18.0600	1.56876
Valid N (listwise)	100		

## Regression

Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X5, X1, X3, X2, X4 <sup>b</sup>	.	Enter

a. Dependent Variable: Y

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.662 <sup>a</sup>	.439	.409	1.20634

a. Predictors: (Constant), X5, X1, X3, X2, X4

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	106.845	5	21.369	14.684	.000 <sup>b</sup>
	Residual	136.795	94	1.455		
	Total	243.640	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X5, X1, X3, X2, X4

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.494	2.472		2.627	.010
	X1	-.093	.085	-.088	-1.095	.276
	X2	.466	.089	.462	5.222	.000
	X3	.193	.083	.194	2.321	.022

	X4	.238	.070	.284	3.403	.001
	X5	-.200	.117	-.138	-1.706	.091

a. Dependent Variable: Y