

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SE'I SAPI
PADA RUMAH MAKAN MAMTUAKU DI TAWANGMANGU
KECAMATAN LOWOKWARU KOTA MALANG
JAWA TIMUR**

TUGAS AKHIR



Oleh:

**MARIA DI YANTI JAWA
04.09.20.680**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS PETERNAKAN
POLITEKNIK PEMBANGUNAN PERTANIAN MALANG
BADAN PENYULUHAN DAN PENGEMBANGAN SDM PERTANIAN
KEMENTERIAN PERTANIAN**

2024

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SE'I SAPI
PADA RUMAH MAKAN MAMTUAKU DI TAWANGMANGU
KECAMATAN LOWOKWARU KOTA MALANG
JAWA TIMUR

Tugas akhir sebagai syarat untuk memperoleh
gelar Sarjana Terapan Peternakan (S.Tr.Pt) pada
Politeknik Pembangunan Pertanian Malang

Dipertahankan di hadapan
Dewan Penguji Program Diploma IV
Program Studi Agribisnis Peternakan
Politeknik Pembangunan Pertanian Malang

Pada tanggal 28 Maret 2024

Oleh :

Maria Di Yanti Jawa
04.09.20.680

Lahir:

Buungenda, 22 Juli 2002

HALAMAN PERUNTUKAN

Tugas akhir ini saya persembahkan kepada :

1. Tuhan Yesus dan Bunda Maria yang selalu memberikan berkat yang tiada batas serta selalu ada dalam setiap langkah hidup saya,
2. Teristimewa kepada bapak Martinus dan ibu Rosalia yang telah berjasa dan berjuang dalam hidup saya, sampai anakmu ini bisa ketahap tugas akhir dan meraih gelar sarjana, dan juga terimakasih untuk selalu mendoakan saya agar tidak mudah menyerah selama berjalannya proses penyusunan tugas akhir,
3. Untuk ketiga saudari saya tercinta, kaka Ludgar, kaka Edel serta adik Anita yang selalu memberi support serta nasehat melalui doa, perhatian serta dukungan selama penyusunan tugas akhir
4. Untuk dosen pembimbing, dosen penguji, serta kaprodi yang sudah membantu dan membimbing saya dalam menyusun tugas akhir
5. Untuk seseorang yang tidak kalah penting, Carolus Pinto terimakasih sudah menjadi bagian dalam hidup saya, sudah banyak berkontribusi dalam penulisan tugas akhir ini, baik tenaga maupun waktu yang telah mendukung, menghibur, dan tidak pernah bosan mendengarkan keluh kesah saya.
6. Untuk ke-9 teman komodo betina (perempuan timur), yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terimakasih sudah menghibur saya selama penyusunan tugas akhir dengan membawa berita – berita gosip yang hangat sehingga membuat saya semangat untuk mengerjakan tugas akhir ini.
7. Untuk semua saudara – saudara saya dari NTT yang berada di Polbangtan, serta teman - teman Agrinak yang sudah mendukung dan membantu selama pelaksanaan tugas akhir.
8. Terakhir untuk diri saya sendiri, Maria Di Yanti Jawa terimakasih sudah bertahan di era banyaknya berita miris tentang bunuh diri akibat stress karena tugas akhir dan termikasih juga sudah berjuang dalam perjalanan yang panjang dan penuh drama ini.

Semoga tugas akhir ini, bukan akhir dalam perjalanan pendidikan saya melainkan awal untuk mencapai pendidikan yang lebih tinggi lagi .

TERIMAKASIH SEMUA UNTUK CINTA DAN DOANYA

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Maria Di Yanti Jawa
NIM : 04.09. 20. 680
Tahun terdaftar : 2020
Program studi : Agribisnis Peternakan
Jurusan : Peternakan

Menyatakan bahwa sepanjang pengetahuan saya, dalam dokumen ilmiah Tugas Akhir ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/ lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini.

Dengan demikian saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi dan apabila dokumen ilmiah Tugas Akhir ini di kemudian hari terbukti merupakan plagiasi dari hasil karya penulis lain dan/atau dengan sengaja mengajukan karya atau pendapat yang merupakan hasil karya penulis lain, maka penulis bersedia menerima sanksi akademik berupa pengurangan Tugas Akhir, pembatalan gelar vokasi yang telah saya peroleh (S.Tr.Pt), dan/atau sanksi hukum yang berlaku.

Malang, 28 Maret 2024

Yang menyatakan,



Maria Di Yanti Jawa

HALAMAN PERSETUJUAN

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SE'I SAPI PADA RUMAH MAKAN MAMTUAKU DI TAWANGMANGU KECAMATAN LOWOKWARU KOTA MALANG JAWA TIMUR

Dipersiapkan dan disusun oleh:

Maria Di Yanti Jawa
04.09.20.680

Telah disetujui pembimbing

Pada tanggal 02 Mei 2024

Susunan Pembimbing

Dr. Ir. H. Bambang Priyanto, MP
Pembimbing Utama

:

Dr. Sad Likah, S.Pt.,MP
Pembimbing Pendamping

:

Mengesahkan:

Direktur



Dr. Ir. Surya Budi Udrayana, S.Pt., M.Si., IPM

Mengetahui,

Ketua Program Studi Agribisnis Peternakan

Luki Amar H., S.Pt., M.Sc

HALAMAN PENGESAHAN

TUGAS AKHIR

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SE'I SAPI
PADA RUMAH MAKAN MAMTUA KU DI TAWANGMANGU
KECAMATAN LOWOKWARU KOTA MALANG JAWA TIMUR**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

Maria Di Yanti Jawa
04.09.20.680

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Pada tanggal 28 Maret 2024

Susunan Dewan Penguji

Dr. Ir. H. Bambang Privanto, MP
Ketua

:

Dr. Sad Likah, S.Pt. MP
Anggota I

:

drh. Iman Aji Wijoyo M.Vet
Anggota II

:

drh. M. Aris Wahyudi, M.Agr
Anggota III

:

Tugas Akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan Peternakan (S.Tr.Pt)

Pada tanggal 02 Mei 2024



Dr. Idris Budhi Udrayana, S.Pt., M.Si., IPM
Direktur

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN SE'I SAPI PADA RUMAH MAKAN MAMTUAKU DI
TAWANGMANGU KECAMATAN LOWOKWARU KOTA MALANG
JAWA TIMUR
INTISARI

Maria Di Yanti Jawa
04.09.19.480

Daging sapi merupakan salah satu sumber protein hewani yang diminati oleh masyarakat Indonesia. Salah satu produk olahan daging sapi adalah sei sapi. sei sapi Mamtuaku, mengalami kendala dalam pemasaran hal tersebut disebabkan oleh adanya persaingan yang semakin meningkat, untuk itu perlu mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Terhadap Kepuasan Konsumen dengan tujuan membantu usaha Sei Sapi Mamtuaku mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen. Jenis penelitian ini yaitu penelitian sosial, dengan metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif deskriptif, yang mana penelitian ini mengarah pada survey terkait dengan pengaruh dari kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Hasil data menunjukan bahwa dari 30 orang responden yang digunakan dalam penelitian yaitu berjenis kelamin laki laki sebanyak 19 orang (63%) serta perempuan sebanyak 11 orang (37%) dengan rata – rata telah menjadi konsumen tetap selama > 2 tahun (60%). Hasil penelitian menunjukan bahwa tingkat kepuasan konsumen dari kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan sesuai dengan apa yang diharapkan dengan nilai yang diperoleh 1.317. Pada skala perhitungan skor tersebut berada pada rentang skala 1.231 – 1.471, yang termasuk dalam kategori puas dengan total persentase 92,7% (kategori sangat puas dan puas). Dengan adanya hasil analisis regresi berganda, bisa diketahui bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan secara parsial untuk kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh secara signifikan sementara itu kualitas produk berpengaruh secara signifikan.

kata Kunci :**Se'i Sapi, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen.**

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN SE'I SAPI PADA RUMAH MAKAN MAMTUAKU DI
TAWANGMANGU KECAMATAN LOWOKWARU KOTA MALANG

JAWA TIMUR

ABSTRACT

Maria Di Yanti Jawa
04.09.20.680

Beef is one of the sources of animal protein that is in demand by the people of Indonesia. One of the processed beef products is beef sei. Se'i Sapi Mamtuaku, experiencing obstacles in marketing is caused by increasing competition, for that it is necessary to know the Influence of Service and Product Quality on Consumer Satisfaction with the aim of helping the Se'i Sapi Mamtuaku business know the needs and desires of consumers. This type of research is social research, with the research method used being a descriptive quantitative method, where this research leads to a survey related to the influence of service quality and product quality on consumer satisfaction. The results of the data show that of the 30 respondents used in the study, 19 people (63%) are male and 11 people (37%) are female with an average of > 2 years (60%). The results of the study show that the level of consumer satisfaction from the quality of the product and the quality of the service provided is in accordance with what is expected with a value of 1,317. On the calculation scale, the score is in the range of 1,231 – 1,471, which is included in the satisfied category with a total percentage of 92.7% (very satisfied and satisfied category). With the results of multiple regression analysis, it can be seen that service quality and product quality have a simultaneous effect on consumer satisfaction, while partially for service quality does not have a significant influence while product quality has a significant effect.

Keywords :Se'i Sapi, Service Quality, Product Quality, Consumer Satisfaction.

RINGKASAN

Maria Di Yanti Jawa, NIM 04.09.20.680. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Se'i Sapi Pada Rumah Makan Mamtuaku Di Tawangmangu Kecamatan Lowokwaru Kota Malang. Komisi Pembimbing : Dr. Ir. H. Bambang Priyanto, MP dan Dr. Sad Likah S.Pt.,MP.

Kepuasan konsumen merupakan suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen terhadap produk maupun pelayanan yang diberikan. Kualitas pelayanan merupakan upaya dari pelaku usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, sedangkan kualitas produk merupakan kondisi atau ciri khas yang menggambarkan tentang suatu produk agar bisa memenuhi harapan konsumen. Dengan banyaknya pesaing pelaku usaha di bidang kuliner yang menyebabkan setiap pelaku usaha harus tetap menjaga kualitas pelayanan maupun produk agar mampu menciptakan kepuasan konsumen, untuk itu saya melakukan survey terkait seberapa besar pengaruh dari kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Se'i Sapi Mamtuaku.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif deskriptif dan menggunakan teknik *accidental sampling* dalam menentukan sampel penelitian. Hasil penelitian menunjukan bahwa tingkat kepuasan konsumen dari kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan sesuai dengan apa yang diharapkan dengan nilai yang diperoleh 1.307. Pada skala perhitungan skor tersebut berada pada rentang skala 1.231 – 1.471, yang termasuk dalam kategori puas dengan total persentase 92,7% (kategori sangat puas dan puas). Kemudian dilanjutkan analisis statistik dengan menggunakan analisis regresi linear berganda yang memperoleh hasil bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh secara simultan ($0.015 < 0.05$) terhadap kepuasan konsumen, sedangkan secara parsial untuk kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh secara signifikan ($0.055 > 0.05$) dan kualitas produk berpengaruh secara signifikan ($0.029 < 0.05$) terhadap kepuasan konsumen.

Hasil Implementasi *bussines plan* usaha Sa'o Se'i memperoleh nilai nilai R/C *ratio* se'i babi dan se'i sapi nilai 1,0 yang artinya layak untuk dijalankan.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadiran Tuhan yang Maha Esa karena atas rahmat, dan berkatnya, sehingga penulis dapat menyusun Laporan Tugas Akhir dengan Judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SEI SAPI PADA RUMAH MAKAN MAMTUAKU”**. Adapun tujuan dari penulisan laporan tugas ini adalah sebagai bukti fisik dari hasil penelitian tugas mahasiswa Politeknik Pembangunan Pertanian Malang.

Laporan ini dapat terselesaikan atas bantuan dan bimbingan dari semua pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr.Setya Budhi Udrayana, S.Pt,M.Si selaku Direktur Politeknik Pembangunan Pertanian Malang
2. Dr. Wahyu Windari S.Pt,M.Sc, selaku Ketua Jurusan Peternakan
3. Luki Amar H.,M.Sc, selaku Ketua Program Studi Agribisnis Peternakan
4. Dr.Ir.H. Bambang Priyanto, MP. selaku dosen pembimbing utama
5. Dr. Sad Likah S.Pt.MP, selaku dosen pembimbing pendamping
6. Kedua Orang tua yang selalu mendukung dan mendoakan dalam pelaksanaan tugas akhir
7. Teman – teman dan semua pihak yang sudah berkontribusi dalam pelaksanaan tugas akhir serta penyusunan proposal tugas akhir.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan dan penyusunan laporan ini masih banyak kekurangan. Oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk perbaikan dan kesempurnaan lapran tugas akhir ini.

Malang, 28 Maret 2024
Mahasiswa,



Maria Di Yanti Jawa

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERUNTUKAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
INTISARI	vi
ABSTRACT	vii
RINGKASAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Tujuan Penelitian	4
1.4. Manfaat Penelitian	4
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1. Penelitian Terdahulu.....	6
2.2. Tinjauan Teori	9
2.2.1. Sei Sapi	9
2.2.2. Kepuasan Konsumen.....	12
2.2.3. Kualitas Pelayanan	13
2.2.4. Kualitas Produk	14
2.2.5. Analisis Keuntungan	15
2.2.6. Analisis Usaha	15
2.3. Kerangka Alur Pikir Penelitian	19
BAB III. METODE PELAKSANAAN	20
3.1. Waktu dan Tempat Pelaksanaan	20
3.2. Jenis dan Sumber Data	20
3.3. Metode Penelitian	21
3.3.1. Populasi Dan Sampel	21

3.3.2.	Pengumpulan Data	21
3.3.3.	Variabel Penelitian	22
3.3.3.	Definisi Operasional Variabel	23
3.3.4.	Instrumen Penelitian	24
3.4.	Metode Analisis Data	27
3.4.1.	Deskriptif Kuantitatif	27
3.4.2.	Tingkat Kepuasan Konsumen	27
3.4.3.	Uji Asumsi Klasik	29
3.4.4.	Analisis Regresi Linear Berganda	32
3.4.5.	Persamaan Model Regresi	32
3.5.	Analisis Usaha	33
3.6.	Business Plan	34
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN		36
4.1.	Hasil Penelitian Terapan	36
4.1.1.	Profil Usaha Se'i Sapi Mamtuaku	36
4.1.2.	Kepuasan konsumen Se'i Sapi Pada Rumah Makan Mamtuaku ..	36
4.1.3.	Analisis Regresi Linear Berganda	41
4.1.4.	Analisis Usaha Se'i Sapi Mamtuaku	45
4.2.	Implementasi <i>Business Plan</i>	49
BAB V. PENUTUP		60
5.1.	Kesimpulan	60
5.2.	Saran	61
DAFTAR PUSTAKA		62
LAMPIRAN		66

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Penelitian Terdahulu.....	6
Tabel 2. Definisi Variabel Penelitian.....	23
Tabel 3. Kategori Jawaban Responden.....	24
Tabel 4. Hasil Uji Validitas.....	25
Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas.....	27
Tabel 6. Skala Kategori Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk.....	28
Tabel 7. Skala Kategori Variabel Kepuasan Konsumen.....	28
Tabel 8. Hasil Uji Normalitas.....	29
Tabel 9. Hasil Uji Multikolinearitas.....	30
Tabel 10. Hasil Uji Autokorelasi.....	31
Tabel 11. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	31
Tabel 12. Data Responden Penelitian.....	37
Tabel 13. Kualitas Pelayanan Se'i Sapi Pada Rumah Makan Mamtuaku.....	37
Tabel 14. Hasil Analisis Kualitas Pelayanan.....	38
Tabel 15. Kualitas Produk Se'i Sapi Pada Rumah Makan Mamtuaku.....	39
Tabel 16. Hasil Analisis Kualitas Produk.....	39
Tabel 17. Kategori Kepuasan Konsumen.....	40
Tabel 18. Hasil Analisis Kepuasan Konsumen.....	40
Tabel 19. Hasil Uji F Simultan.....	41
Tabel 20. Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	42
Tabel 21. Hasil Uji T (Parsial).....	42
Tabel 22. Biaya Tetap Usaha Sei Mamtuaku.....	46
Tabel 23. Biaya Variabel Usaha Se'i Mamtuaku.....	46
Tabel 24. Pengolahan Produk Usaha Sa'o Se'i.....	53
Tabel 25. Biaya Tetap Business Plan Usaha Se'i Babi.....	55
Tabel 26. Biaya Variabel <i>Business Plan</i> Usaha Se'i Babi.....	56
Tabel 27. Biaya Tetap <i>Business Plan</i> Usaha Se'i Sapi.....	56
Tabel 28. Biaya Variabel <i>Business Plan</i> Usaha Se'i Sapi.....	57
Tabel 29. Penerimaan Dan Keuntungan Usaha Sa'o Se'i.....	58
Tabel 31. Kelayakan Usaha Sa'o Se'i.....	59

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Bagan Kerangka Pikir Penelitian.....	19
Gambar 2. Bagan Variabel Penelitian	22
Gambar 3. Bagan Struktur Organisasi Usaha Sa'o Se'iSa'o Se'i	52
Gambar 4. . Logo Produk Usaha Sa'o Se'i.....	54
Gambar 5. Desain Kemasan Produk Usaha Sa'o Se'i.....	54

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	66
Lampiran 2. Peta Lokasi Penelitian	71
Lampiran 3. Tabulasi Data Kualitas Pelayanan	72
Lampiran 4. Tabulasi Kualitas Produk.....	74
Lampiran 5. Tabulasi Data Kepuasan Konsumen.....	76
Lampiran 6. Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas	78
Lampiran 7. Matrix Proposal.....	83
Lampiran 8, Matrix Palang Tugas Akhir	84
Lampiran 9. Dokumentasi Kegiatan Penelitian	85
Lampiran 10. Sertifikat Hak Cipta	87

BAB I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Daging sapi merupakan salah satu sumber protein hewani yang diminati oleh masyarakat Indonesia. Menurut Pusat Data Dan Sistem Informasi Pertanian Kementerian Pertanian (2020), konsumsi daging sapi di Indonesia semakin meningkat pada setiap tahun. Berdasarkan laporan Badan Pusat Statistik (BPS) konsumsi daging sapi di Indonesia pada tahun 2022 sebesar 695.390 ton/tahun, dimana semakin meningkat konsumsi daging sapi di Indonesia maka meningkat pula permintaan masyarakat akan produk olahan daging sapi. Salah satu produk olahan daging sapi yang diminati oleh masyarakat adalah produk olahan se'i sapi.

Menurut Kadju *et al.*, (2021) Se'i sapi merupakan salah satu produk olahan, yang berbahan dasar daging sapi yang diolah dengan metode pengasapan, yang dimana proses pengasapan bertujuan untuk memperpanjang masa simpan daging serta dapat meningkatkan cita rasa pada olahan daging se'i sapi tersebut. Se'i sapi merupakan salah satu makanan khas Kupang Nusa Tenggara Timur yang mana, proses pengasapan di daerah NTT sendiri menggunakan kayu kusambi (*schleochera oleosa*), dan pada bagian permukaan daging di selimuti menggunakan daun kusambi, yang bertujuan untuk mempertahankan warna daging serta menambah aroma dan cita rasa yang khas dari se'i sapi itu sendiri.

Pada saat ini se'i sapi sudah menjadi bagian kuliner di Indonesia. Salah satu usaha yang bergerak di bidang pengolahan makanan khususnya se'i sapi adalah usaha se'i sapi pada rumah makan Mamtuaku yang terletak di Jl. Tawangmangu, Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang Jawa Timur. Berdasarkan hasil dari Identifikasi Potensi Wilayah (IPW) pada usaha se'i sapi rumah makan Mamtuaku, belum mengetahui dan menelusuri kebutuhan konsumennya terhadap produk maupun pelayanan yang diberikan melalui pemasaran secara *offline*, selain itu usaha tersebut mengalami kendala persaingan yang semakin meningkat antara pelaku usaha kuliner khususnya kuliner se'i sapi, kurang lebih sekitar 20 restoran se'i sapi yang ada di daerah Malang. Dalam mempertahankan dan meningkatkan usaha tersebut perlu mengetahui kebutuhan konsumennya, Konsumen sendiri menjadi tolak ukur dalam keberhasilan suatu usaha, dengan cara memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen akan produk yang dipasarkan.

Menurut Sangadji dan Sophia, (2013) dalam Setyo, (2016). Kepuasan konsumen merupakan suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen sesuai dengan apa yang dipasarkan. Kebutuhan konsumen merupakan hal yang mendasar pada setiap manusia karena setiap manusia membutuhkan sumber protein asal hewan yang memiliki kualitas bagus, bergizi, serta ketersediaan produknya banyak. Keinginan konsumen sama halnya dengan kebutuhan, namun untuk keinginan sendiri tergantung pada selera makan, kepercayaan, budaya, serta juga lingkungan sosial. Sedangkan, harapan konsumen merupakan ekspektasi dari konsumen sendiri terhadap produk ataupun jasa yang akan mereka gunakan. Tjiptono, (2012) dalam Efendi *et al.*, (2022) Menyatakan bahwa terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen diantaranya yaitu pelayanan, dan produk.

Menurut Tjiptono (2007) dalam Ibrahim & Thawil (2019). Kualitas pelayanan merupakan upaya dari pelaku usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen agar bisa terciptanya kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan bisa dilakukan dengan cara membandingkan pelayanan yang diterima oleh konsumen dengan apa yang diharapkan oleh konsumen. Kualitas pelayanan sendiri memiliki beberapa indikator yang dapat menciptakan kepuasan konsumen diantaranya yaitu *responstif* yang berarti kemampuan dalam memberikan tanggapan terhadap apa yang dibutuhkan konsumen, handal yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang konsisten baik dari segi waktu pelayanan ataupun produk yang ditawarkan, empati yaitu mampu memahami dan menghargai pendapat ataupun saran dari konsumen, komunikatif yaitu mampu berkomunikasi yang baik dengan konsumen dalam memberikan informasi, serta kompeten yang artinya memberikan pelayanan dengan keahlian yang dimiliki oleh setiap pelaku usaha.

Sementara itu, Kualitas produk merupakan kondisi atau ciri khas yang menggambarkan tentang suatu produk agar bisa memenuhi harapan konsumen akan produk yang dipasarkan. Kualitas produk sendiri terdiri dari beberapa indikator diantaranya yaitu kinerja produk, keandalan produk, keistimewaan produk, kesesuaian produk, daya simpan produk, serta keindahan dari produk itu sendiri. Setelah semua indikator tersebut dicapai maka kebutuhan konsumen akan terpenuhi dengan begitu akan tercipta pula kepuasan konsumen terhadap kualitas produk yang dipasarkan (Anggi,2020) dalam (Zaki et al., 2023).

Setelah menelusuri kebutuhan konsumen maka perlu adanya perencanaan usaha. Menurut Corbett dan Katz, (2016) dalam Nurhaida et al., (2023). *Business plan* merupakan sebuah perencanaan yang dibuat sebelum menjalankan suatu usaha, dimana *business plan* terdiri dari nama usaha, lokasi usaha, pemasaran dan masih banyak perencanaan bisnis lainnya. Salah satu manfaat dari penelitian ini yaitu memberikan gambaran bagi peneliti dalam membuat perencanaan bisnis yang nantinya akan di kembangkan setelah menyelesaikan studi.

Dari permasalahan diatas, maka perlu adanya survey untuk mengetahui kebutuhan dan permintaan konsumen baik dari segi produk maupun pelayanan. Untuk itu peneliti mempunyai ide untuk melakukan penelitian terkait **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen”**, dengan tujuan membantu usaha Se’i Sapi pada rumah makan Mamtuaku untuk mengetahui dan menelusuri kebutuhan dan keinginan konsumennya, dalam pengembangan usaha Se’i Sapi pada rumah makan Mamtuaku serta bisa menjadi bahan evaluasi untuk peningkatan kualitas produk dan kualitas pelayanan yang dapat meningkatkan pendapatan dari usaha Se’i Sapi pada rumah makan Mamtuaku.

1.2. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah pada penelitian ini yang berdasar pada latar belakang, diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana kepuasan konsumen Se’i Sapi pada Rumah Makan Mamtuaku di Kecamatan Lowokwaru KotaMalang ?
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Se’i Sapi Pada Rumah Makan Mamtuaku di Kecamatan Lowokwaru KotaMalang ?
3. Bagaimana analisis usaha Se’i Sapi Pada Rumah Makan Mamtuaku
4. Bagaimana *business plan* yang akan diterapkan ?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini antara lain :

1. Menganalisis kepuasan konsumen usaha Se'i Sapi Pada Rumah Makan Mamtuaku di Kecamatan Lowokwaru KotaMalang.
2. Menganalisis pengaruh dari kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Se'i Sapi Pada Rumah Makan Mamtuaku di Kecamatan Lowokwaru KotaMalang.
3. Menganalisis keuntungan dari usaha Se'i Sapi Pada Rumah Makan Mamtuaku dan mampu membuat *business plan* yang akan diterapkan.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dapat bermanfaat bagi beberapa pihak diantaranya yaitu :

a. Bagi Mahasiswa

1. Meningkatkan kemampuan mahasiswa dalam kegiatan agribisnis.
2. Menjadi wadah dalam peningkatan pengetahuan dan keterampilan untuk memecahkan sebuah permasalahan.
3. Sebagai syarat memperoleh gelar sarjana terapan di Polbangtan Malang

b. Bagi Instansi Polbangtan Malang

1. Hasil penelitian dapat digunakan sebagai sarana pembelajaran bagi mahasiswa.
2. Dapat membangun hubungan kerja sama dengan lokasi penelitian, agar bisa digunakan untuk kegiatan magang ataupun penelitian selanjutnya.

c. Bagi Masyarakat

Membantu memberikan solusi dari permasalahan kebutuhan, keinginan terhadap kualitas pelayanan dan kualitas produk dari usaha Se'i Sapi Pada Rumah Makan Mamtuaku.

d. Bagi Stakeholders

1. Memberikan informasi terkait apa yang dibutuhkan konsumen agar bisa terciptanya kepuasan konsumen terhadap pelayanan dan produk Se'i Sapi Pada Rumah Makan Mamtuaku
2. Dapat di manfaatkan sebagai bahan evaluasi untuk meningkatkan pelayanan dan produk Se'i Sapi Pada Rumah Makan Mamtuaku.

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan penelitian yang pernah dilakukan oleh orang lain dan digunakan kembali sebagai acuan ataupun referensi dalam penyusunan tugas akhir, selain itu penelitian terdahulu juga digunakan sebagai pembandingan antara penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan dilanjutkan. Pada penelitian ini penulis menggunakan 6 jurnal penelitian terdahulu sebagai acuan diantaranya yaitu :

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

No	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan, Dan Perbedaan
1	Maimunah <i>et al.</i> 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Presepsi Harga, Cita Rasa, Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen di Kedai Mie Liho Mie Kiro, Gresik	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh negatif terhadap kepuasan konsumen namun berpengaruh positif pada loyalitas konsumen, variabel persepsi harga berpengaruh positif pada kepuasan konsumen dan negatif pada loyalitas konsumen, variabel cita rasa berpengaruh positif terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen, serta variabel kepuasan konsumen berpengaruh positif pada loyalitas konsumen.	<ul style="list-style-type: none"> • Persamaan <ol style="list-style-type: none"> 1. Menggunakan metode kuantitatif. 2. Pengumpulan data menggunakan kuesioner sebagai alat bantu. 3. Menggunakan uji validitas dan reliabilitas untuk menguji instrumen penelitian dengan bantuan SPSS. 4. Penentuan sampel menggunakan teknik <i>accidental sampling</i> 5. Menggunakan analisis regresi linear berganda untuk menganalisis data • Perbedaan <ol style="list-style-type: none"> 1. Penelitian ini membahas tentang variabel kualitas pelayanan, cita rasa, persepsi harga, pada ruko Mie Liho Mie Kiro.

-
- 2 Reforman Bagi, Dkk. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh signifikan dan positif secara simultan terhadap kepuasan konsumen sebesar 59,80% sedangkan untuk sisanya sebesar 40.20% dipengaruhi oleh variabel lain.
- **Persamaan**
 1. Menggunakan metode kuantitatif
 2. Teknik penentuan sampel menggunakan *accidental sampling*
 3. Melakukan uji validitas dan reliabilitas untuk menguji instrumen penelitian dengan bantuan SPSS
 4. Menggunakan analisis regresi linear berganda untuk menganalisis data
 - **Perbedaan**
Perbedaan indikator penelitian pada kualitas produk.
- 3 Ryan Ibnu Wijayanto, Erni Widiastuti, 2021. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, kualitas produk, dan promosi memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.
- Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Indomartco Prismaatama Cabang Klaten
- **Persamaan**
 1. Menggunakan metode kuantitatif deskriptif
 2. Menggunakan uji validitas dan reliabilitas dengan bantuan SPSS untuk menguji instrumen penelitian
 3. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dan dokumentasi
 4. Menggunakan analisis regresi linear berganda untuk menganalisis data
 - **Perbedaan**
 1. Peneliti ini membahas variabel tambahan yaitu variabel promosi yang tidak di bahas pada penelitian terbaru ini.
-

-
- 4 Cristine 2021. Pengaruh Pendekatan Experiential Marketing Terhadap Tingkat Kepuasan Produk Kopi Juli Melalui Digital Marketing
- Hasil penelitian menunjukkan bahwa experiental marketing memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen
- **Persamaan**
 1. Menggunakan metode kuantitatif deskriptif
 2. Menggunakan uji validitas dan reliabilitas untuk menguji instrumen penelitian dengan bantuan SPSS.
 3. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner
 4. Menggunakan analisis regresi linear berganda untuk melakukan analisis data
 - **Perbedaan**
 1. Penelitian ini membahas tentang pengaruh pendekatan eksperiental marketing terhadap tingkat kepuasan konsumen Kopi Juli melalui digital marketing
 2. metode pengambilan sampel menggunakan teknik *porportional random sampling*
- 5 Alvian and Prabawani 2020. Pengaruh Sales Promotion Dan Keragaman Produk Pada Shoope Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Intervening
- Hasil penelitian menyatakan bahwa variabel promosi penjualan dan keragaman produk berpengaruh positif terhadap minat beli ulang melalui kepuasan konsumen
- **Persamaan**
 1. Menggunakan metode kuantitatif deskriptif
 2. Pengumpulan data menggunakan kuesioner
 3. Menggunakan uji validitas dan reliabilitas untuk menguji instrumen penelitian
 4. Menggunakan analisis regresi linear berganda dalam menganalisis data
 - **Perbedaan**
 1. Penelitian ini membahas terkait pengaruh sales promotion dan keragaman produk pada *shoppe*
-

		terhadap minat beli ulang melalui kepuasan konsumen
		2. Teknik pengambilan sampel menggunakan <i>purposive sampling</i> .
6	Sunayardi 2021. Karakteristik Mutu Se'i Sapi Yang Diolah Secara Tradisional Terhadap Berbagai Kombinasi Waktu Dan Suhu Pengasapan	<p>Hasil penelitian menunjukkan kombinasi dan waktu pengasapan memberikan pengaruh nyata pada mutu fisik dan organoleptik, sedangkan mutu kimia tidak berbeda nyata.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Persamaan <ol style="list-style-type: none"> 1. Menggunakan sei sapi sebagai objek penelitian • Perbedaan <ol style="list-style-type: none"> 1. Penelitian ini menggunakan metode eksperimen dengan Rancangan Acak Lengkap (RAK) 2. Penelitian ini membahas terkait dengan karakteristik mutu yang diolah secara tradisional dengan berbagai kombinasi waktu, suhu, dan pengasapan 3. Metode analisis data yang digunakan adalah ANOVA

Sumber : Data diolah, 2024

2.2. Tinjauan Teori

2.2.1. Sei Sapi

Menurut Buntu (2020) dalam Aoetpah *et al.*, (2023). Daging se'i (daging asap) merupakan salah satu produk olahan tradisional khas Nusa Tenggara Timur, daging se'i yang diolah secara langsung oleh masyarakat NTT pada umumnya menggunakan bahan bakar kayu kusambi. Kayu kusambi merupakan salah satu tumbuhan yang memiliki banyak potensi tumbuh di wilayah Timor NTT dan sering dimanfaatkan sebagai bahan bangunan, sedangkan dalam proses pembuatan se'i sapi kayu kusambi sangat berpengaruh terhadap warna daging. Menurut Anugrahi dan Mishra, (2017) dalam Hanifah & Kiptiyah, (2020) hal tersebut disebabkan karena kayu kusambi sendiri mengandung hemilulosa dan lignin serta tainin yang rendah. Kandungan dalam kayu kusambi tersebut bisa menambah aroma, warna dan rasa yang khas. Daging se'i memiliki kelebihan

pada umur simpan dan palatabilitas tinggi namun untuk tingkat kesukaan tergantung pada selera orang yang mengkonsumsi produk se'i sapi tersebut.

Kualitas daging yang dihasilkan biasanya di pengaruhi oleh faktor pemotongan dimana sebelum pemotongan dan sesudah pemotongan. Faktor sebelum pemotongan terdiri dari spesies ternak, bangsa ternak, umur ternak, pakan ternak, serta jenis kelamin ternak. Sedangkan, untuk faktor setelah pemotongan terdiri dari lama pelayuan, bahan bakar yang digunakan, lama penggantungan, lama perendaman, proses pengasapan, serta lama penyimpanan. Pengolahan se'i sapi sendiri membutuhkan bahan dan perlatan. Berikut bahan yang digunakan dalam pengolahan se'i sapi :

A. Bahan

1. Daging sapi muda, pada bagian isi yang mengandung sedikit lemak
2. Garam dapur
3. Gula putih
4. Air
5. Lada/merica
6. Pala
7. Bahan bakar

B. Alat

1. Pisau
2. Papan iris
3. Panci
4. Talenan
5. Wajan
6. Sutil
7. Kompor
8. Mesin pengasap

Pada dasarnya pengolahan se'i sapi memiliki beberapa prinsip pengolahan, yang dapat berpengaruh pada hasil akhir dari produk se'i itu sendiri. Prinsip pengolahan se'i sapi terdiri dari beberapa tahap antara lain :

a) Proses pelunakan daging

Proses pelunakan merupakan proses perendaman daging, dilakukan proses pelunakan karena daging sapi memiliki tekstur yang keras. Proses pelunakan sendiri biasanya melalui proses perendaman, dengan

campuran daun pepaya dan daging yang sudah di potong. Menurut Urgessa *et al.*, (2019) Daun pepaya sendiri mengandung enzim papain yang dapat membantu proses pelunakan daging, enzim papain merupakan enzim hidrolitik yang dapat mengurangi protein dalam daging sehingga tekstur daging lebih lunak, tanpa mengurangi ukuran daging itu sendiri. Enzim papain sendiri dihasilkan dari daun pepaya muda. Proses pelunakan biasanya ditentukan dari proses pengirisan, yang mana apabila pengirisan daging terlalu tebal maka akan membuat daging keras serta sulit untuk dikonsumsi.

b) Proses Kyuring

Menurut Sebranek (2009) dalam Saputro, (2016) Proses kyuring merupakan proses pengawetan daging menggunakan campuran garam dapur dan air serta campuran rempah – rempah dan nitrat, untuk membantu menambah cita rasa serta mengubah tekstur, dan warna. dengan waktu pengawetan selama 6 – 12 jam. Apabila proses pengawetan kurang dari 6 jam maka daging se'i yang dihasilkan memiliki tekstur ataupun rasa yang tidak sempurna karena semua bumbu belum meresap secara merata, sebaliknya jika proses perendaman tepat 12 jam maka daging se'i yang dihasilkan memiliki aroma ataupun rasa serta tekstur yang pas. Setelah dilakukan proses pengawetan daging digantung untuk penirisan air, lama penggantungan sekitar 1 – 2 jam untuk mendapatkan hasil yang baik, sebaliknya jika proses penggantungan kurang dari 1 jam maka daging se'i yang dihasilkan akan memiliki warna merah kehitaman akibat dari proses penirisan air belum dilakukan secara tuntas.

c) Pengasapan

Setelah melewati proses kyuring, maka akan dilakukan proses pengasapan, dengan bahan bakar yang digunakan ialah kayu api atau arang dari kayu kusambi. Selama proses pengasapan perlu diperhatikan pada bagian kayu dan arang yang digunakan tidak boleh ada nyala api, pada bagian atas daging ditutup menggunakan daun kusambi untuk menambah aroma dan rasa yang khas pada se'i. Proses pengasapan biasanya berlangsung selama 15 – 30 menit tergantung pada panas dan kapasitas alat yang digunakan.

Pengolahan daging se'i sapi pada rumah makan Mamtuaku memiliki prinsip pengolahan yang sama dengan prinsip pengolahan daging se'i di NTT, namun pada proses pengasapan usaha tersebut menggunakan arang dari batok kelapa sebagai bahan bakar dalam pengasapan daging se'i. Menurut Mostapha (2011) dalam Assidiq *et al.*, (2018) Penggunaan arang batok kelapa sendiri sebagai bahan pengawet alternatif karena mengandung pentosa sebanyak 27,7%, selulosa 26,6%, lignin 29,4%, air 8%, dan abu 0,6%, yang mampu memberikan karakteristik berupa aroma dan rasa yang khas pada produk se'i sapi.

2.2.2. Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler (2001) dalam Dzirkulloh *et al.*, (2022) Kepuasan konsumen merupakan suatu perasaan senang atau tidaknya seseorang dari hasil perbandingan kinerja suatu barang atau jasa dengan harapannya. Kepuasan konsumen dapat dipengaruhi oleh faktor harapan serta kenyataan setelah menggunakan barang atau jasa, yang dimana seseorang akan merasa puas apabila barang atau jasa yang ditawarkan sesuai dengan yang diharapkan atau bahkan lebih dari harapan sebaliknya, seseorang akan merasa tidak puas apabila barang atau jasa yang ditawarkan tidak sesuai dengan yang diharapkan.

Dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen memiliki peran yang sangat besar dalam menentukan keberhasilan suatu usaha. Pada dasarnya, konsumen akan menggunakan harapan sebagai acuan dalam mengevaluasi produk dari 2 atau lebih bisnis yang sama dengan penilaian yang berbeda oleh konsumen, dengan cara membeli dan mengkonsumsi suatu produk yang dipasarkan jika, konsumen tertarik pada produk tersebut maka akan terciptanya kepuasan konsumen, sebaliknya jika produk tersebut tidak sesuai dengan harapan dan kebutuhan maka konsumen akan berpindah ke pelaku usaha lain dengan produk yang sama.

Menurut Tjiptono (2019) dalam Almira *et al.*, (2024) terdapat beberapa indikator dalam kepuasan konsumen antara lain sebagai berikut :

1. Kesesuaian dengan harapan, mengacu pada sejauh mana suatu produk ataupun pelayanan sesuai dengan harapan yang dimiliki oleh konsumen, selain itu indikator ini juga digunakan untuk menilai keberhasilan dalam memenuhi harapan konsumen dalam suatu usaha.

2. Minat untuk berkunjung kembali, merupakan salah satu indikator penting dalam mengukur kepuasan konsumen, jika konsumen memiliki minat yang tinggi untuk berkunjung kembali ke tempat usaha tersebut atau sudah memiliki kepercayaan pada usaha tersebut.
3. Merekomendasikan ke konsumen lainnya, merupakan salah satu indikator yang menjadi tanda bahwa kepuasan konsumen terpenuhi, rekomendasi seperti ini sangat mempengaruhi keputusan pembelian dari orang lain karena mereka akan lebih percaya terhadap pendapat dan saran dari teman ataupun keluarga yang pernah menggunakan barang ataupun jasa dari usaha tersebut.

Dalam menciptakan kepuasan konsumen terdapat beberapa faktor yang bisa mempengaruhi di antaranya yaitu kualitas produk, dan kualitas pelayanan yang diberikan. Setelah terpenuhi beberapa faktor di atas maka akan terciptanya kepuasan konsumen yang ditandai dengan perasaan puas terhadap produk, kembali untuk membeli produk yang ditawarkan, serta merekomendasikan produk pada orang lain.

2.2.3. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan salah satu objek penilaian yang berkaitan dengan pelayanan yang diberikan, dengan tingkat pelayanan yang diharapkan oleh konsumen. Kualitas pelayanan bagi produsen merupakan bentuk produk atau jasa yang disediakan sesuai dengan apa yang dibutuhkan konsumen, sehingga konsumen akan merasa puas terhadap produk yang ditawarkan.

Untuk bisa menilai suatu kualitas pelayanan yang diberikan, perlu adanya kriteria pelayanan yang menunjukkan suatu pelayanan agar bisa dinilai baik atau buruk pelayanan tersebut, kualitas pelayanan tidak hanya ditentukan oleh penyedia jasa ataupun pelaku usaha namun, kualitas pelayanan lebih banyak ditentukan oleh konsumen atau dalam hal ini masyarakat.

Menurut Tjiptono (2008) dalam Amrullah *et al.*, (2016) Kualitas pelayanan merupakan alat untuk mengukur sejauh mana kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen terpenuhi dari suatu produk. Terdapat beberapa elemen yang bisa mempengaruhi kualitas pelayanan dari suatu bisnis yaitu

- 1 Bukti Fisik, yaitu gambaran secara fisik wujud dan layanan yang akan diberikan pada konsumen
- 2 Reliabilitas, kemampuan dalam memberikan jasa yang akurat
- 3 Empati, yaitu kepedulian dan perhatian secara pribadi kepada konsumen
- 4 Daya tanggap, yaitu tanggap dalam memberikan pelayanan terhadap konsumen
- 5 Jaminan, kemampuan dalam memberikan kemampuan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen.

2.2.4. Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Amstrong (2014) dalam Nurfitriana & Iriani, (2018) Produk merupakan suatu barang yang ditawarkan kepada orang lain untuk mendapatkan perhatian agar bisa memberikan nilai yang sesuai dan bisa memenuhi kebutuhan dan keinginan dari orang tersebut. Konsumen akan melihat produk sebagai barang yang bisa memberikan manfaat bagi kepuasan konsumen, hal itu menyebabkan perusahaan sebelum melakukan pengembangan produk mereka perlu mengetahui kebutuhan konsumen, kemudian merancang dengan inovasi baru yang memberikan nilai tambah pada produk tersebut.

Kualitas produk merupakan suatu hal penting dalam menentukan pemilihan produk oleh konsumen. Produk yang ditawarkan harus sudah diuji kualitasnya, karena dalam membeli produk, konsumen sangat memperhatikan kualitas dari produk itu sendiri. Kualitas produk dapat ditentukan melalui beberapa aspek diantaranya yaitu :

1. Penampilan produk, yaitu penampilan dari produk yang dipasarkan baik dari segi kemasan, bentuk irisan, warna dan keragaman produk
2. Rasa, yaitu berkaitan dengan rasa dari produk yang dipasarkan dimana terdapat rasa, asin, gurih, ataupun pedas yang memberikan rasa khas dari produk itu sendiri dan memberikan kualitas yang baik.
3. Tekstur, yaitu tingkat ketebalan, kekenyalan, kekerasan, basah atau keringnya suatu produk yang bisa mempengaruhi kepuasan konsumen dalam mengonsumsi produk tersebut.

2.2.5. Analisis Keuntungan

Menurut Sumarsono (2000) dalam (Rawis *et al.*, 2016) Analisis keuntungan merupakan suatu metode yang digunakan untuk mengetahui untung dan tidaknya suatu usaha dalam satu periode produksi usaha. Keuntungan merupakan selisih antara biaya penerimaan (*total revenue*) dengan biaya pengeluaran (*total cost*).

1 Total Biaya

Total biaya merupakan semua pengeluaran untuk menghasilkan barang atau jasa. Total biaya mencakup biaya tetap dan biaya tidak tetap.

2 Total penerimaan

Total penerimaan merupakan jumlah pendapatan yang diterima dari hasil penjualan produk atau jasa.

Dalam analisis keuntungan perbedaan antara total biaya dan total penerimaan akan menghasilkan laba. Adapun rumus yang digunakan dalam menentukan keuntungan suatu usaha ialah :

$$\pi = TR - TC$$

Ket :

π : Keuntungan (Rp/bulan)

TR : Total Penerimaan (Rp/bulan)

TC : Total Biaya (Rp/bulan)

2.2.6. Analisis Usaha

Analisis usaha merupakan sebuah analisa yang berupa kegiatan dalam melakukan perencanaan, riset, memprediksi serta mengevaluasi sebuah usaha atau bisnis. Analisis usaha bertujuan untuk mengidentifikasi kebutuhan dan masalah dalam suatu usaha, kemudian memberikan solusi yang dibutuhkan

Dalam melakukan analisis usaha terdapat beberapa perhitungan diantaranya yaitu :

1. **BEP (Break Event Point)**

Menurut Muhamad n.d. *Break Even Point (BEP)* merupakan titik impas dimana pendapatan sama dengan biaya yang dikeluarkan, dalam titik ini perusahaan tidak mendapat kerugian ataupun keuntungan. BEP

memiliki tujuan untuk meminimalisir kerugian pada suatu usaha dan meningkatkan keuntungan.

Adapun kelebihan dan kelemahan dalam penggunaan *Break Even Point* (BEP). Kelebihan dari BEP itu sendiri adalah untuk mempermudah suatu usaha untuk mengetahui hubungan antara penjualan, produksi, harga jual, biaya, dan laba rugi, sedangkan kelemahan dari penggunaan BEP itu sendiri adalah suatu usaha akan mengalami kesulitan dalam mengklasifikasikan biaya, dan memiliki jangka waktu penerapan yang terbatas.

Adapun rumus yang digunakan dalam menentukan BEP yaitu :

- **BEP Produksi** = $\frac{\text{Total biaya produksi}}{\text{Harga jual}}$
- **BEP Harga** = $\frac{\text{Total biaya produksi}}{\text{Total jumlah produksi}}$

2. **R/C (Revenue Cost)**

Revenue Cost Ratio (R/C) merupakan perbandingan antara total biaya yang di dapatkan dengan biaya yang dikeluarkan, penggunaan R/C *ratio* sendiri bertujuan untuk mengetahui hasil yang diperoleh suatu usaha yang menguntungkan dalam periode tertentu. Adapun Rumus dalam menghitung R/C ratio yaitu :

$$\text{R/C} = \frac{\text{Total penerimaan}}{\text{Total biaya}}$$

Semakin besar nilai R/C maka akan semakin besar keuntungan yang di dapatkan, atau bisa dikatakan jika nilai R/C ratio yang diperoleh lebih dari 1 maka usaha tersebut dikatakan layak karena semakin tinggi nilai R/C *ratio* maka akan semakin tinggi keuntungan yang diperoleh.

3. **ROI (Revenue On Investemnt)**

Return On Investemnt (ROI) merupakan persentase kenaikan dan penurunan modal atau investasi dalam satu periode usaha, dengan tujuan untuk menghitung biaya yang diperlukan dalam melakukan investasi serta menghitung potensi keuangan untuk bisa mengetahui pembagian jumlah pendapatan dengan jumlah investasi yang diperoleh. Rumus yang digunakan dalam menghitung ROI yaitu :

$$\text{ROI} = \frac{\text{Total pendapatan}}{\text{Baya investasi}} \times 100\%$$

2.2.7. Business Plan

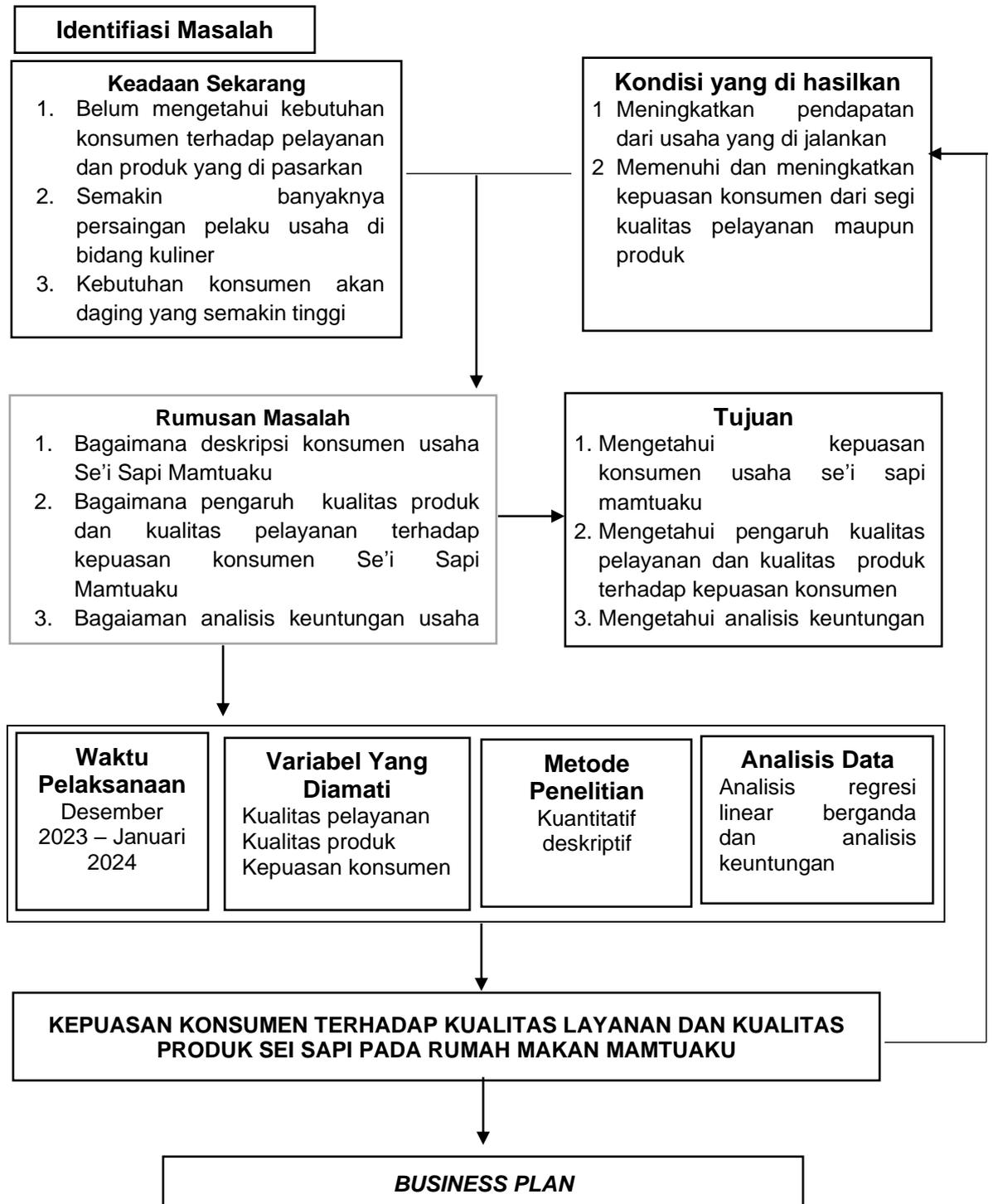
Menurut Solihin (2007) dalam Susilo & Mahendri, (2021) *Business plan* atau perencanaan bisnis merupakan salah satu alat yang digunakan sebelum menjalankan sebuah usaha, perencanaan bisnis bertujuan untuk mengontrol bisnis yang akan dijalankan agar tetap sesuai dengan yang sudah direncanakan sejak awal. *Business plan* juga merupakan pedoman untuk memperjelas rencana usaha yang dijalankan, karena dalam *business plan* kita dapat mengetahui tujuan perusahaan, cara mencapai sasaran serta mengetahui kondisi usaha kita. Terdapat banyak hal yang perlu diperhatikan dalam membuat *business plan* diantaranya yaitu :

1. Pemilihan bidang usaha, yaitu penentuan usaha yang sesuai dengan kondisi pasar, usaha yang diminati masyarakat, serta SDM pada bidang tersebut.
2. Kemampuan melakukan estimasi, yaitu kemampuan dalam memprediksi suatu kemungkinan yang akan terjadi pada usaha yang akan dijalankan.
3. Studi kelayakan, yaitu konsep yang diperlukan dalam menentukan layak dan tidaknya suatu usaha yang dapat digunakan sebagai pembanding antara perencanaan yang dibuat dengan pelaksanaan usaha.
4. Kondisi lokal, yaitu memahami kondisi yang berkaitan dengan SDM, bahan baku yang tersedia, keadaan lokal yang spesifikasi seperti agama, adat, kepercayaan dan budaya.
5. Waktu memulai usaha, yaitu menentukan waktu untuk membuka usaha dengan memperhatikan kembali aspek pasar.
6. Membuat kebijakan, yaitu membuat perencanaan terkait dengan jenis usaha yang akan dijalankan, modal, orang/lembaga yang akan melakukan kerja sama, asuransi serta kapasitas usaha.
7. Rencana pemasaran, yaitu memperkirakan penjualan, melihat kondisi pasar, menentukan teknik penjualan, menyusun rencana penjualan, menentukan harga, dan rencana promosi.
8. Rencana produksi, yaitu memanfaatkan bahan baku yang ada sebagai bahan untuk membuka usaha, dimana rencana produksi berdasarkan

pada pesanan dan produksi berdasarkan perkiraan, selain itu juga perlu memperhatikan pembelian peralatan yang mendukung proses produksi.

9. Rencana keuangan dan anggaran, yaitu membuat perencanaan penggunaan modal, program keuangan, anggaran yang dikeluarkan serta keuntungan dan laba yang diharapkan.

2.3. Kerangka Alur Pikir Penelitian



Gambar 1. Bagan Kerangka Pikir Penelitian

BAB III. METODE PELAKSANAAN

3.1. Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Penelitian ini dilaksanakan pada rumah maan Mamtuaku yang terletak di Jl, Tawangmangu Kecamatan Lowokwaru Kota Malang Provinsi Jawa Timur. Penelitian ini dilaksanakan pada tanggal 02 Desember 2023 sampai 27 Januari 2024, dengan waktu penelitian dimulai dari pukul 18 : 00 – 20 : 00 WIB, pada setiap hari sabtu.

3.2. Jenis dan Sumber Data

Jenis penelitian ini yaitu penelitian sosial, dengan metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif deskriptif, yang mana penelitian ini mengarah pada survey terkait dengan pengaruh dari kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Metode Kuantitatif merupakan metode pengumpulan data, penyajian data dan analisis data berupa angka, dengan teknik pengumpulan data secara langsung oleh peneliti. Terdapat dua jenis data yang digunakan pada penelitian ini antara lain :

1 Data Primer

Menurut Sugiyono (2017) dalam Raymond *et al.*, (2023) Data primer merupakan sekumpulan data yang diperoleh langsung di lapangan dan data yang di dapatkan perlu diolah kembali oleh peneliti.

Pada penelitian ini data primer diperoleh dari survey dengan membagikan kuesioner pada konsumen. Data primer yang diambil pada penelitian ini berupa data dari konsumen sedangkan untuk variabelnya berupa kualitas pelayanan dan kualitas produk Se'i Sapi Mamtuaku.

2 Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2009) dalam Abrori, (2018) Data sekunder merupakan teknik pengumpulan data yang diambil dari data primer yang sudah dikumpulkan sejak awal dan dilengkapi kembali sebagai bahan penelitian, data ini bisa dikumpulkan dari berbagai sumber seperti buku, situs, dan dokumen pemerintah.

3.3. Metode Penelitian

3.3.1. Populasi Dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli atau mengkonsumsi produk Se'i Sapi Mamtuaku, dengan teknik penentuan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling*. Menurut Sugiyono (2016) dalam Ismunandar *et al.*, (2021) *Accidental sampling* merupakan teknik penentuan sampel secara kebetulan sehingga peneliti bisa mengambil sampel siapa saja yang ditemui pada waktu peneliti melakukan penelitian, dengan jumlah sampel yang digunakan sebanyak 30 orang. Alasan menggunakan 30 orang sebagai responden adalah karena persyaratan penggunaan teknik *accidental sampling* adalah 30 orang selain itu juga dibatasi waktu untuk penelitian yang hanya dilaksanakan pada hari sabtu.

3.3.2. Pengumpulan Data

Pada penelitian ini peneliti mengumpulkan data dengan beberapa cara diantaranya yaitu :

1) Wawancara

Peneliti menggunakan kuesioner sebagai media atau alat dalam bentuk pertanyaan dan pernyataan yang nantinya berisikan kolom – kolom yang menunjukkan tingkatan kategori kepuasan dari setiap indikator, yang nantinya akan diberi skor pada setiap pernyataan.

2) Dokumentasi

Pada penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa dokumentasi untuk memperkuat hasil penelitian.

3) Observasi

Pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan secara langsung ke lokasi penelitian, biasanya terdiri dari karakter konsumen, proses tawar menawar, dan sistem pembayaran.

3.3.3. Variabel Penelitian

Dalam penelitian terdapat 2 variabel yang terdiri dari variabel independen (bebas) dan variabel dependen (terikat) :

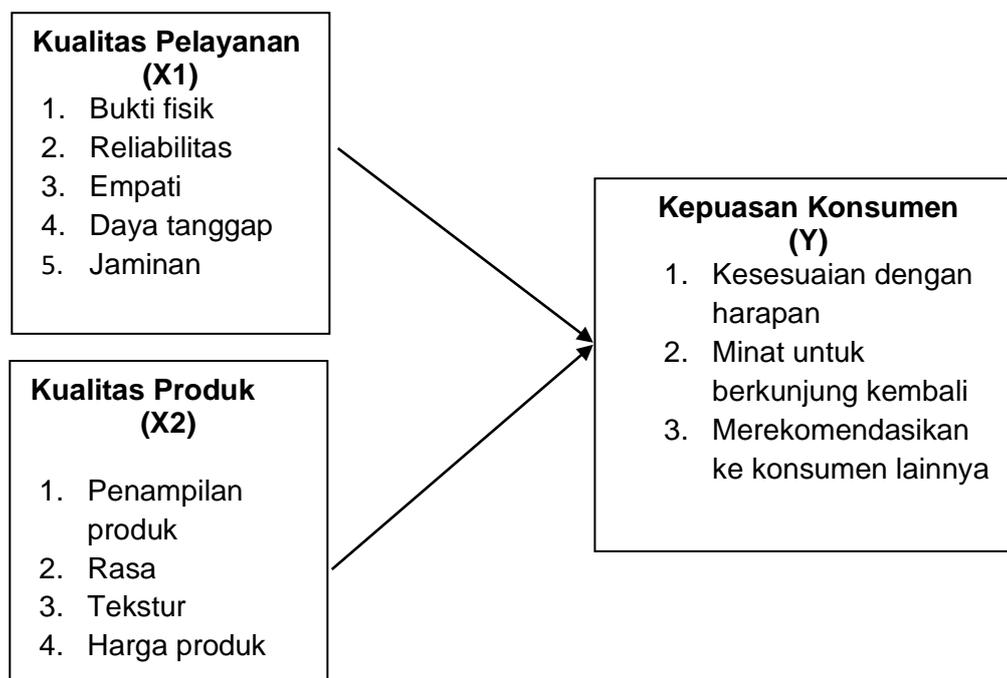
1) Variabel independen

Menurut Nikmatur Ridha (2017) variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab bagi variabel dependen.

2) Variabel dependen

Menurut Nikmatur Ridha (2017) variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat dengan adanya variabel independen.

Jadi kesimpulannya dalam penelitian ini, terdapat 2 variabel bebas yaitu (X1 kualitas pelayanan dan X2 kualitas produk) serta 1 variabel terikat yaitu (Y kepuasan konsumen).



Gambar 2. Bagan Variabel Penelitian

3.3.3. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel merupakan salah satu bentuk pernyataan untuk mengetahui pengertian dari setiap variabel penelitian. Berikut definisi dari variabel operasional Se'i Sapi Mamtuaku :

Tabel 2. Definisi Variabel Penelitian

No	Variabel	Indikator	Sub indikator	Butir
1	Kualitas Pelayanan Menurut Tjiptono dalam Johannes Gerardo Runtuuwu (2014)	Bukti fisik	<ul style="list-style-type: none"> • Kenyamanan dan kebersihan ruang saat melakukan proses pembelian • Fasilitas yang tersedia 	1,2,3,4
		Empati	<ul style="list-style-type: none"> • Komunikasi yang baik • Kepedulian • Pemahaman individu 	5,6,7,8,9
		Daya tanggap	<ul style="list-style-type: none"> • Ketersediaan untuk membantu 	10,11
		Reliabilitas	<ul style="list-style-type: none"> • Membantu dalam menyelesaikan permasalahan • Memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan 	12,13,14
		Jaminan	<ul style="list-style-type: none"> • Sifat dapat di percaya 	15,16,17
2	Kualitas produk menurut Kotler dan Armstrong dalam Johannes Gerardo Runtuuwu (2014)	Penampilan	<ul style="list-style-type: none"> • Penampilan menarik dari segi kemasan dan hidangan • Bentuk irisan • Warna 	1,2,3,4
		Rasa	<ul style="list-style-type: none"> • Menggambarkan sejauh mana produk memiliki rasa, asin, asam, pedas, dan gurih 	5,6,7
		Tekstur	<ul style="list-style-type: none"> • Makanan keras atau lunak • Ketahanan produk • Lembut • Kekeringan untuk mengukur lembab dan tidaknya • Kekenyalan dalam mengunyah sebelum menelan makanan tersebut 	8,9,10,11,12
		Harga	<ul style="list-style-type: none"> • Murah 	13,14,15,16,17
3	Kepuasan konsumen menurut Kotler dan Keller (2009)	Kesesuaian dengan harapan konsumen	<ul style="list-style-type: none"> • Puas dengan produk dan pelayanan yang diberikan • Harapan sesuai dengan kenyataan yang di alami 	1,2,3,4,5

No	Variabel	Indikator	Sub indikator	Butir
		Keinginan untuk membeli kembali produk	• Kembali untuk membeli produk	6,7,8
		Merekomendasikan ke orang lain	• Memberikan rekomendasi terhadap orang lain	9,10

Sumber : Data diolah, 2024

3.3.4. Instrumen Penelitian

Untuk instrumen penelitian ini yaitu menggunakan *direct reportd satisfaction* yaitu instrumen berupa kuesioner yang terdiri dari pernyataan konsumen yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan kualitas produk, untuk kuesionernya menggunakan skala likert. Menurut Sugiyono (2018) dalam (Wahyuddin *et al.*, 2022) Skala likert merupakan skala pengukuran data kuantitatif yang diperoleh pada kuesioner setelah melakukan survey.

Kuesioner dalam penelitian ini berbentuk *rating scale*, berupa butir – butir pernyataan yang menunjukkan tingkatan Sangat Puas (SS), Puas (P),Cukup Puas (CP) Kurang Puas (KP) Dan Tidak Puas (TP). Pada setiap pernyataan responden memiliki rating nilai sebagai berikut :

Tabel 3. Kategori Jawaban Responden

Kategori	Skor
Sangat puas	5
Puas	4
Cukup puas	3
Kurang puas	2
Tidak puas	1

Sumber : Data diolah, 2024

Kuesioner yang dibagikan dan yang sudah diisi oleh konsumen akan dilakukan uji instrumen dengan menggunakan beberapa uji diantaranya yaitu:

a) **Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid dan tidaknya suatu instrumen dalam mengukur. Menurut (Sugiyono, 2014) dalam (Yusup, 2018) Untuk pengambilan keputusan dalam uji validitas yaitu berdasarkan:

- 1 Berdasarkan signifikan : Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka instrumen dinyatakan tidak valid, sebaliknya Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka instrumen tersebut dinyatakan valid.
- 2 Berdasarkan nilai korelasi : Jika r hitung $< r$ tabel maka instrumen dinyatakan tidak valid sebaliknya, Jika r hitung $> r$ tabel maka instrumen dinyatakan valid. Berikut hasil uji validitas data penelitian :

Tabel 4. Hasil Uji Validitas

Indikator Pertanyaan	Tabel Sig	R Hitung	R Tabel	Kriteria
X1.1	0,05	0,583	0,361	Valid
X1.2	0,05	0,460	0,361	Valid
X1.3	0,05	0,554	0,361	Valid
X1.4	0,05	0,701	0,361	Valid
X1.5	0,05	0,363	0,361	Valid
X1.6	0,05	0,635	0,361	Valid
X1.7	0,05	0,425	0,361	Valid
X1.8	0,05	0,438	0,361	Valid
X1.9	0,05	0,400	0,361	Valid
X1.10	0,05	0,379	0,361	Valid
X1.11	0,05	0,414	0,361	Valid
X1.12	0,05	0,455	0,361	Valid
X1.13	0,05	0,763	0,361	Valid
X1.14	0,05	0,405	0,361	Valid
X1.15	0,05	0,564	0,361	Valid
X1.16	0,05	0,395	0,361	Valid
X1.17	0,05	0,389	0,361	Valid
X2.1	0,05	0,599	0,361	Valid
X2.2	0,05	0,597	0,361	Valid
X2.3	0,05	0,573	0,361	Valid
X2.4	0,05	0,577	0,361	Valid
X2.5	0,05	0,587	0,361	Valid
X2.6	0,05	0,551	0,361	Valid
X2.7	0,05	0,383	0,361	Valid
X2.8	0,05	0,499	0,361	Valid
X2.9	0,05	0,505	0,361	Valid

Indikator Pertanyaan	Tabel Sig	R Hitung	R Tabel	Kriteria
X2.10	0,05	0,564	0,361	Valid
X2.11	0,05	0,521	0,361	Valid
X2.12	0,05	0,557	0,361	Valid
X2.13	0,05	0,378	0,361	Valid
X2.14	0,05	0,373	0,361	Valid
X2.15	0,05	0,396	0,361	Valid
X2.16	0,05	0,568	0,361	Valid
X2.17	0,05	0,569	0,361	Valid
Y1	0,05	0,520	0,361	Valid
Y2	0,05	0,386	0,361	Valid
Y3	0,05	0,639	0,361	Valid
Y4	0,05	0,380	0,361	Valid
Y5	0,05	0,484	0,361	Valid
Y6	0,05	0,479	0,361	Valid
Y7	0,05	0,589	0,361	Valid
Y8	0,05	0,393	0,361	Valid
Y9	0,05	0,446	0,361	Valid
Y10	0,05	0,362	0,361	Valid

Sumber :Data diolah, 2024

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel 3, keseluruhan indikator pernyataan memiliki nilai r hitung > r tabel (0,361) dengan taraf signifikan 5% sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap indikator dinyatakan valid.

b) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menguji kesesuaian instrumen yang diukur, apabila dilakukan pengukuran ulang, uji reliabilitas menggunakan metode *Cronbach Alpha*. Menurut (Priyatno, 2013) dalam (Setyo, 2016), dasar pengambilan keputusan dalam uji realibilitas adalah dengan melihat nilai *cronbach alpha* (> 0,06) atau dari nilai taraf signifikan 60%. Berikut hasil uji realibilitas data penelitian sebagai berikut :

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,654	0,60	Reliabel
Kualitas Produk (X2)	0,703	0,60	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,601	0,60	Reliabel

Sumber : Data diolah, 2024

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel dinyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan, kualitas produk, serta variabel kepuasan konsumen dikategorikan reliabel, karena dilihat dari nilai *crobach alpha* ($> 0,06$) sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian layak digunakan untuk mengukur variabel dalam penelitian dalam waktu yang berbeda.

3.4. Metode Analisis Data

3.4.1. Deskriptif Kuantitatif

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif. Menurut Sugiyono (2012) dalam Purwono *et al.*, (2019) penelitian deskriptif kuantitatif merupakan penelitian yang mendeskripsikan dan meneliti serta menjelaskan sesuatu fenomena kemudian menarik kesimpulan dari data yang diamati dengan menggunakan angka- angka. Pendekatan kuantitatif deskriptif digunakan untuk melibatkan penggunaan angka dari tahap pengumpulan data, interpretasi data hingga pada presentasi hasil.

3.4.2. Tingkat Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen dapat diketahui melalui tanggapan responden pada kuesioner yang berisi pernyataan yang diberikan. Pernyataan tersebut meliputi 3 variabel yaitu kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kepuasan konsumen dengan menggunakan skala likert dengan 5 kriteria. Hasil dari rekapitulasi data di gabungkan, dijumlahkan, dan interpretasi.

Analisis tingkat kepuasan konsumen digunakan untuk mengetahui tanggapan konsumen terhadap kualitas pelayanan dan kualitas produk se'i sapi pada rumah makan Mamtuaku. Rumus perhitungan yang digunakan untuk menginterpretasikan skor dan mendapatkan interval adalah sebagai berikut :

1. Variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk

Range =

$$\frac{(\text{jumlah item} \times \text{skor tertinggi} \times \text{jumlah responden}) - (\text{jumlah item} \times \text{skor terendah} \times \text{jumlah responden})}{\text{jumlah kriteria}}$$

$$\text{Range} : \frac{(17 \times 5 \times 30) - (17 \times 1 \times 30)}{5} = \frac{(2.550) - (510)}{5}$$

$$\text{Range} : \frac{(2.040)}{5} = 408$$

Skala kriteria variabel kualitas pelayanan dapat dilihat pada tabel dibawah :

Tabel 6. Skala Kategori Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk

Kategori	Skala interval
Tidak puas	510 – 918
Kurang puas	918 – 1.326
Cukup puas	1. 326 – 1.734
Puas	1.734 – 2.142
Sangat puas	2.142 – 2.550

Sumber : Data diolah, 2024

2. Variabel kepuasan konsumen

Range =

$$\frac{(\text{jumlah item} \times \text{skor tertinggi} \times \text{jumlah responden}) - (\text{jumlah item} \times \text{skor terendah} \times \text{jumlah responden})}{\text{jumlah kriteria}}$$

$$\text{Range} : \frac{(10 \times 5 \times 30) - (10 \times 1 \times 30)}{5} = \frac{(1.500) - (300)}{5}$$

$$\text{Range} : \frac{(1.200)}{5} = 240$$

Tabel 7. Skala Kategori Variabel Kepuasan Konsumen

Kategori	Skala interval
Tidak puas	300 – 540
Kurang puas	540 – 780
Cukup puas	780 – 1.020
Puas	1.020 – 1.260
Sangat puas	1.260 – 1.500

Sumber : Data diolah, 2024

3.4.3. Uji Asumsi Klasik

Menurut Mardiatmoko (2020). Uji asumsi klasik merupakan uji yang digunakan untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan, dengan tujuan untuk menghasilkan model regresi. Terdapat beberapa uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini antara lain :

a) Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan salah satu syarat dalam model regresi. Asumsi yang baik apabila nilai residual pada variabel berdistribusi secara normal, dengan metode uji normalitas yang digunakan adalah *kolmogorov smirnov*. Dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas adalah dengan melihat nilai signifikan, apabila nilai sig > 0,05 maka data tersebut dinyatakan berdistribusi secara normal, sebaliknya jika nilai sig < 0,05 maka data tersebut tidak berdistribusi normal. Berikut adalah hasil uji normalitas dari variabel kualitas pelayanan, variabel kualitas produk, dan variabel kepuasan konsumen :

Tabel 8. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.62336125
Most Extreme Differences	Absolute	.113
	Positive	.103
	Negative	-.113
Test Statistic		.113
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber : Data diolah, 2024

Berdasarkan tabel di atas menyatakan bahwa hasil uji normalitas memiliki nilai signifikan (2-tailed) sebesar (0,200 > 0,05) sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel pada penelitian berdistribusi secara normal dan layak untuk dilakukan model regresi linear berganda.

b) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah terjadi korelasi (hubungan yang kuat) antara variabel independen. Model regresi yang baik ditandai dengan tidak adanya hubungan yang kuat antara variabel

independen, salah satu cara adalah dengan menggunakan metode *tolerance* dan *Varian Inflation Vector (VIF)*. Dasar pengambilan keputusan dalam uji multikolinearitas yaitu :

- a. Dengan melihat nilai *tolerance*, jika nilai *tolerance* $> 0,10$ maka artinya tidak terjadi multikolinearitas antara variabel independen.
- b. Dengan melihat nilai *VIF*, jika nilai *VIF* < 10.000 maka artinya tidak terjadi multikolinearitas antara variabel independen.
- c. Jika nilai yang dihasilkan lebih kecil dari nilai *tolerance* dan lebih besar dari nilai *VIF* maka terjadi multikolinearitas antara variabel independen. Berikut hasil uji multikolinearitas pada data penelitian :

Tabel 9. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	
1 (Constant)		
KUALITAS PELAYANAN	.996	1.004
KUALITAS PRODUK	.996	1.004

Sumber : Data diolah, 2024

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas diatas bahwa nilai *tolerance* untuk variabel kualitas pelayanan dan variabel kualitas produk sebesar $0,996 > 0,01$ sedangkan jika dilihat dari nilai *VIF* pada kedua variabel sebesar $1.004 < 10$ sehingga disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas pada variabel bebas dan dinyatakan layak untuk dilakukan uji model regresi linear berganda.

c) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan salah satu uji asumsi yang digunakan untuk melihat ada dan tidaknya gejala korelasi pada variabel yang akan diuji dengan metode yang digunakan dalam uji autokorelasi ini adalah metode *run test*. Menurut (Sunjoyo, 2013) dalam (Saputri, 2021) dasar pengambilan keputusan dalam uji autokorelasi dengan metode *run test* yaitu jika nilai signifikan $> 0,05$ maka tidak terjadi gejala autokorelasi. Berikut hasil uji autokorelasi :

Tabel 10. Hasil Uji Autokorelasi

Runs Test	
Unstandardized Residual	
Test Value ^a	.14842
Cases < Test Value	15
Cases >= Test Value	15
Total Cases	30
Number of Runs	21
Z	1.672
Asymp. Sig. (2-tailed)	.094

Sumber : Data diolah, 2024

Berdasarkan tabel diatas menyatakan bahwa nilai signifikan yang dihasilkan sebesar $0,094 > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa pada data tersebut tidak terjadi gejala autokorelasi dan dinyatakan layak untuk dilakukan uji regresi linear berganda.

d) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan salah satu uji yang digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan residual pada setiap variabel. Asumsi yang baik apabila terdapat hubungan yang linear antara variabel bebas dengan variabel terikat. Menurut (Ghozali, 2009) dalam (Kodu, 2013). Uji heteroskedastisitas dilihat dari nilai signifikan ($>0,05$) dengan metode uji heteroskedastisitas yang digunakan yaitu uji *glejser*. Berikut hasil uji heteroskedastisitas data penelitian :

Tabel 11. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model		B		Std. Error		Sig.
		(Constant)	-0.849	Beta	t	
1	KUALITAS PELAYANAN (X1)	-.012	8.661	-.098	.923	
	KUALITAS PRODUK (X2)	.044	.092	-.131	.897	
	KUALITAS PRODUK (X2)			.505	.617	

Sumber : Data diolah, 2024

Berdasarkan tabel diatas, dinyatakan bahwa nilai signifikansi pada variabel kualitas pelayanan dan variabel kualitas produk ($>0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa data penelitian tersebut tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dan memenuhi syarat uji regresi linear berganda.

3.4.4. Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Sugiyono (2010) dalam Handojo (2015) analisis regresi linear berganda merupakan salah satu alat analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat serta untuk menjelaskan hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Dalam analisis regresi linear berganda perlu memperhatikan 3 uji yang terdiri dari :

- a. Uji F (Simultan) merupakan langkah awal dalam uji regresi linear berganda, uji F ini digunakan untuk melihat pengaruh dari variabel bebas (*independent*) secara bersama terhadap variabel terikat (*dependent*). (Ghozali, 2016)
- b. Uji koefisien determinasi (R^2) Merupakan uji yang digunakan untuk menjelaskan besaran pengaruh variasi variabel terikat dapat dijelaskan oleh variabel bebas.
- c. Uji T (Parsial) merupakan salah satu uji dalam analisis regresi berganda yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari variabel bebas (X) terhadap variabel terikat. (Ghozali, 2018 dalam Louis *et al.*, 2023)

3.4.5. Persamaan Model Regresi

Analisis persamaan model regresi linear berganda yang digunakan adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Kepuasan konsumen

a = Konstanta

b_1, b_2 = koefisien regresi

X_1 = Kualitas pelayanan

X_2 = Kualitas produk

e = Error

Menurut Ghozali (2018) dalam (Rahmawan & Hidayat, 2020) dari persamaan regresi linear berganda di atas bisa ditentukan dan diperhatikan beberapa hal dalam pengambilan keputusan antara lain yaitu

- a. Nilai konstan (a) bernilai positif artinya menunjukkan pengaruh yang searah dari variabel independen terhadap variabel dependen, hal ini menunjukkan bahwa jika nilai konstan bernilai 0 maka tidak mengalami perubahan.
- b. Nilai koefisien bernilai positif maka artinya variabel independen mempunyai pengaruh yang positif (searah) terhadap variabel dependen, hal tersebut menunjukkan bahwa jika variabel independen mengalami kenaikan 1% maka variabel dependen akan naik, dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan. Hasil ini signifikan dilihat pada nilai α dari hasil uji t 5%.
- c. Jika nilai koefisien regresi memiliki nilai negatif menunjukkan pengaruh negatif (berlawanan arah) antara variabel independen dan variabel dependen, maka disimpulkan bahwa jika variabel independen mengalami kenaikan sebesar 1% maka variabel dependen akan mengalami penurunan dengan asumsi bahwa variabel independen lainnya tetap konstan. Hasil ini menunjukkan bahwa tidak signifikan dengan melihat nilai α 5%.

3.5. Analisis Usaha

Menurut Sumarsono (2000) dalam Rawis *et al.*, (2016) Analisis usaha merupakan suatu metode yang digunakan untuk mengetahui dan memprediksi sebuah usaha maupun bisnis yang dijalankan. Rumus yang digunakan dalam menentukan analisis suatu usaha ialah :

a. Keuntungan : $\pi = TR - TC$

Ket :

π : Keuntungan (Rp/bulan)

TR : Total Penerimaan (Rp/bulan)

TC : Total Biaya (Rp/bulan)

- b. BEP : - BEP produksi : $\frac{\text{Total biaya produksi}}{\text{Harga jual}}$
 - BEP harga : $\frac{\text{Total biaya produksi}}{\text{Total jumlah produksi}}$
- c. R/C : $\frac{\text{Total penerimaan}}{\text{Total biaya produksi}}$
- d. ROI : $\frac{\text{Total pendapatan}}{\text{Biaya investasi}} \times 100 \%$

Dalam penelitian ini peneliti akan melakukan analisis usaha dari usaha Se'i Sapi Mamtuaku dengan beberapa cara diantaranya yaitu :

1. Mengidentifikasi biaya produksi, dimana peneliti melakukan wawancara terkait biaya produksi yang meliputi biaya tetap dan biaya tidak tetap.
2. Laporan laba rugi, peneliti melakukan wawancara terkait dengan pendapatan dan beban selama satu periode produksi
3. Menghitung Harga Pokok Penjualan (HPP), yaitu peneliti melakukan wawancara yang berkaitan dengan harga pokok, dan biaya produksi dari usaha Se'i Sapi Mamtuaku
4. Menghitung penjualan bersih, yaitu peneliti melakukan wawancara dan melakukan perhitungan penjualan bersih dari usaha Se'i Sapi Mamtuaku untuk menentukan keuntungan dari usaha tersebut.

3.6. Business Plan

Adapun langkah – langkah dalam penyusunan *business plan* diantaranya yaitu :

1. Pemilihan bidang usaha, yaitu setelah melaksanakan studi di kampus Polbangtan Malang penulis akan memilih bidang usaha yang sesuai dengan kemampuan dari penulis sendiri dengan melihat kondisi pasar, dan usaha yang diminati masyarakat.
2. Kemampuan melakukan estimasi, yaitu penulis harus bisa memprediksi suatu kemungkinan yang terjadi selama usaha berjalan, baik itu kemungkinan yang bagus ataupun yang buruk dan cara menanggulangi hal tersebut.

3. Studi kelayakan, yaitu penulis menentukan layak dan tidaknya suatu usaha dengan melihat hasil atau kondisi usaha setelah berjalannya usaha minimal satu periode yang dapat digunakan sebagai pembandingan antara perencanaan yang dibuat dengan pelaksanaan usaha.
4. Kondisi lokal, yaitu penulis mampu memahami kondisi yang berkaitan dengan SDM, bahan baku yang tersedia, keadaan lokal yang spesifikasi seperti agama, adat, kepercayaan dan budaya di sekitar tempat usaha.
5. Waktu memulai usaha, setelah semua hal dipikirkan dan direncanakan maka penulis harus menentukan waktu yang tepat untuk menjalankan usaha tersebut.
6. Penulis membuat sebuah kebijakan, yaitu perencanaan terkait dengan jenis usaha yang akan dijalankan, modal, orang / lembaga yang akan melakukan kerja sama, asuransi serta kapasitas usaha.
7. Rencana pemasaran, yaitu penulis mampu dalam memperkirakan penjualan, melihat kondisi pasar, menentukan teknik penjualan, menyusun rencana penjualan, menentukan harga, dan rencana promosi.
8. Menentukan rencana produksi, yaitu memanfaatkan bahan baku yang ada sebagai bahan untuk membuka usaha, dimana memproduksi produk sesuai dengan pesanan serta perkiraan pada yang sesuai dengan permintaan pasar.
9. Setelah berjalannya usaha peneliti membuat rencana keuangan dan anggaran, yang memuat perencanaan penggunaan modal, program keuangan, anggaran yang dikeluarkan serta keuntungan dan laba yang diharapkan.

BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian Terapan

4.1.1. Profil Usaha Se'i Sapi Mamtuaku

Se'i Sapi Mamtuaku merupakan usaha kuliner yang menyajikan varian menu se'i sebagai sajian utamanya. Se'i Sapi Mamtuaku yang terletak di JL. Tawangmangu, Malang didirikan pada tahun 2018 oleh bapak Andre Ibrahim Malik dengan Ibu Intan Riski. Nama mamtuaku di ambil dari bahasa kupang yang artinya mamatua karena resep yang digunakan dari daerah Kupang.

Proses pengasapan daging Se'i Mamtuaku menggunakan arang sedangkan untuk aromanya menggunakan batok kelapa sebagai pengganti aroma khas dari kayu kusambi. Usaha Se'i Mamtuaku menyediakan dua jenis pilihan daging se'i, yaitu daging sapi dan daging ayam. Daging se'i mamtuaku disajikan dengan tiga pilihan sambal yaitu sambal lu'at, sambal matah, dan sambal pete. Sambal lu'at sendiri merupakan sambal khas kuliner Nusa Tenggara Timur.

Pada tahun 2021 sampai 2023 munculnya pesaing di bidang usaha yang sama namun usaha Se'i Mamtuaku mampu bertahan dengan mempertahankan konsumen tetap dan kembali meningkatkan faktor pelayanan, produk ataupun faktor lain yang dapat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

4.1.2. Kepuasan konsumen Se'i Sapi Pada Rumah Makan Mamtuaku

Menurut Kotler dan Armstrong (2001) dalam Nurahaju & Widanti (2022) Kepuasan konsumen merupakan sejauh mana kualitas suatu produk memenuhi harapan dari pembeli atau pelanggan, kepuasan konsumen juga merupakan perasaan senang dari seseorang terhadap produk yang berhubungan dengan harapan konsumen.

Kepuasan konsumen Se'i Mamtuaku merupakan perasaan senang maupun puas setiap konsumen yang pernah mengkonsumsi produk se'i ataupun pelayanan yang diberikan oleh karyawan dari usaha tersebut. Berikut kepuasan konsumen pada usaha Sei Mamtuaku:

1. Data Responden

Tabel 12 . Data Responden Penelitian

Data Responden	Jumlah	Presentase
Jenis kelamin		
Laki – laki	19	63 %
Perempuan	11	37 %
Total	30	100 %
Lama menjadi konsumen		
>2 Tahun	18	60 %
< 1 Tahun	5	17 %
1- 2 Tahun	7	23 %
Total	30	100 %

Sumber : Data diolah, 2024

Berdasarkan data di atas menyatakan bahwa responden yang digunakan dalam penelitian yaitu laki – laki sebanyak 19 orang atau 63% dan perempuan sebanyak 11 orang atau 37% sedangkan untuk lama pembelian paling banyak berkisar > 2 tahun dengan persentase sebanyak 60%. Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden yang digunakan dalam penelitian adalah laki – laki, hal tersebut dilihat dari jumlah responden terbanyak berjenis kelamin laki- laki.

2. Kualitas Pelayanan Se'i Sapi Pada Rumah Makan Mamtuaku

Kualitas pelayanan diukur untuk mengetahui tanggapan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan oleh usaha Se'i Sapi Pada Rumah Makan Mamtuaku.

Tabel 13. Kualitas Pelayanan Se'i Sapi Pada Rumah Makan Mamtuaku

Indikator	Sangat puas (Skor 5)	Puas (Skor 4)	Cukup puas (Skor 3)	Kurang puas (Skor 2)	Tidak puas (Skor 1)	Jumlah skor
Bukti fisik	32	71	17	0	0	495
Empati	48	87	15	0	0	633
Daya tanggap	17	36	7	0	0	250

Indikator	Sangat puas (Skor 5)	Puas (Skor 4)	Cukup puas (Skor 3)	Kurang puas (Skor 2)	Tidak puas (Skor 1)	Jumlah skor
Reliabilitas	29	48	13	0	0	376
Jaminan	18	58	14	0	0	364
Presentase (100%)	28,2 %	59,1%	12,7%	0	0	
Total						2.118

Sumber : Data diolah, 2024

Tabel 14. Hasil Analisis Kualitas Pelayanan

Kategori	Skala interval
Tidak puas	510 – 918
Kurang puas	918 – 1.326
Cukup puas	1. 326 – 1.734
Puas	1.734 – 2.142
Sangat puas	2.142 – 2.550

Sumber : Data diolah, 2024

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui hasil analisis kualitas pelayanan menunjukkan bahwa konsumen merasa puas pada pelayanan yang diberikan dengan nilai yang diperoleh 2.118. Pada skala perhitungan skor tersebut berada pada rentang skala 1734 – 2.118 yang termasuk dalam kategori puas dengan total persentase 59,1% (kategori puas). Hal ini karena konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh usaha se'i sapi Mamtuaku baik dari segi empati, daya tanggap dalam melakukan pelayanan, reliabilitas serta dapat memberikan jaminan terhadap konsumen sehingga konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan serta sesuai dengan yang dibutuhkan konsumen.

Pada data diatas juga masih ada beberapa konsumen yang menjawab cukup puas dengan persentase 12,7% dengan jumlah konsumen terbanyak menjawab pada indikator bukti fisik, Hal ini karena ketersediaan kipas angin yang terbatas sehingga menyebabkan panas yang dapat mengganggu kenyamanan konsumen.

3. Kualitas produk Se'i Sapi Pada Rumah Makan Mamtuaku

Kualitas produk diukur untuk mengetahui tanggapan konsumen terhadap produk se'i yang dipasarkan

Tabel 15. Kualitas Produk Se'i Sapi Pada Rumah Makan Mamtuaku

Indikator	Sangat puas (Skor 5)	Puas (Skor 4)	Cukup puas (Skor 3)	Kurang puas (Skor 2)	Tidak puas (Skor 1)	Jumlah skor
Penampilan	36	70	14	0	0	502
Rasa	26	53	11	0	0	375
Tekstur	49	83	18	0	0	631
Harga	44	92	14	0	0	630
Presentase (100%)	30,3%	58,5%	11,2%	0	0	
Total						2.138

Sumber : Data diolah, 2024

Tabel 16. Hasil Analisis Kualitas Produk

Kategori	Skala interval
Tidak puas	377 – 785
Kurang puas	785 – 1.193
Cukup puas	1.193 – 1.601
Puas	1.601 – 2.009
Sangat puas	2.009 – 2.417

Sumber : Data diolah, 2024

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui hasil analisis kualitas produk menunjukkan bahwa konsumen merasa sangat puas pada produk se'i sapi yang dipasarkan dengan nilai yang diperoleh 2.138. Pada skala perhitungan skor tersebut berada pada rentang skala 2.009 – 2.417, yang termasuk dalam kategori puas dengan total persentase 88,8% (kategori sangat puas dan puas). Hal ini karena konsumen merasa sangat puas dengan produk yang dipasarkan oleh usaha se'i sapi Mamtuaku baik dari segi penampilan, rasa, dan harga yang sesuai serta harga jual yang mampu dijangkau oleh setiap kalangan.

Namun masih ada beberapa konsumen yang menjawab cukup puas dengan persentase 11,2%, dengan jumlah konsumen terbanyak pada indikator tekstur, Hal ini karena masih terdapat beberapa produk se'i yang memiliki tekstur yang belum sesuai seperti, tekstur yang kurang lunak dan sulit untuk dimakan, daging se'i tidak memiliki kematangan yang merata, serta kekenyalan daging masih memiliki banyak serat, sehingga konsumen merasa cukup puas dengan tekstur daging se'i.

4. Kepuasan konsumen Se'i Sapi Pada Rumah Makan Mamtuaku

Kepuasan konsumen Se'i Sapi Pada Rumah Makan Mamtuaku terdiri dari:

Tabel 17. Kategori Kepuasan Konsumen

Indikator	Sangat puas (Skor 5)	Puas (Skor 4)	Cukup puas (Skor 3)	Kurang puas (Skor 2)	Tidak puas (Skor 1)	Jumlah skor
Kesesuaian dengan harapan	70	75	5	0	0	665
Keinginan untuk kembali	38	35	17	0	0	381
Merekomendasikan pada orang lain	31	29	0	0	0	271
Presentase (100%)	46,3%	46,4	7,3%			
Total						1.317

Sumber : Data diolah, 2024

Tabel 18. Hasil Analisis Kepuasan Konsumen

Kategori	Skala interval
Tidak puas	271 - 511
Kurang puas	511 – 751
Cukup puas	751 – 991
Puas	991 – 1.231
Sangat puas	1.231 – 1.471

Sumber : Data diolah, 2024

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui hasil analisis kepuasan konsumen menunjukkan bahwa konsumen merasa bahwa produk dan pelayanan yang diberikan sesuai dengan apa yang diharapkan dengan nilai

yang diperoleh 1.317. Pada skala perhitungan skor tersebut berada pada rentang skala 1.231 – 1.471, yang termasuk dalam kategori sangat puas dengan total persentase 92,7% (kategori sangat puas dan puas). Hal ini karena konsumen merasa puas dengan pelayanan dan produk yang diberikan oleh usaha se'i sapi Mamtuaku, namun masih ada beberapa konsumen yang menjawab cukup puas dengan persentase 7,3%. dengan jumlah konsumen terbanyak (17 orang) pada indikator keinginan untuk membeli kembali. Hal ini karena dari beberapa konsumen tidak bersedia untuk kembali membeli produk dengan melihat pelayanan dan produk yang diberikan, yang mana kurangnya kenyamanan serta masih terdapat produk dengan tekstur yang kurang baik maka konsumen memilih untuk mencoba produk lain di tempat usaha yang lain, hal ini didukung oleh pernyataan dari konsumen sendiri .

4.1.3. Analisis Regresi Linear Berganda

1. Uji F (simultan)

Tingkatan yang digunakan dalam uji F simultan adalah jika nilai F hitung lebih besar dari F tabel dan nilai sig ($<0,05$) maka dapat diartikan bahwa variabel bebas berpengaruh secara simultan (bersama) terhadap variabel terikat. Berikut hasil uji F simultan pada variabel bebas :

Tabel 19. Hasil Uji F Simultan

Model		<i>Sum of Squares</i>	<i>df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
1	Regression	30.801	2	15.400	4.956	.015 ^b
	Residual	83.899	27	3.107		
	Total	114.700	29			

Sumber : Data diolah, 2024

Berdasarkan tabel hasil uji F simultan di atas dapat diartikan bahwa nilai f hitung yang dihasilkan sebesar $4.956 > 3,316$ serta nilai signifikan sebesar $0,015 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa 2 variabel *independen* (kualitas pelayanan dan kualitas produk) berpengaruh secara simultan atau bersama – sama terhadap variabel *dependen* (kepuasan konsumen).

2. Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi merupakan salah satu uji yang digunakan untuk mengetahui besarnya kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat. Pengambilan keputusan dalam uji koefisien determinasi adalah dengan melihat nilai *r square* untuk 2 variabel bebas, dimana semakin besar nilai *r square* maka akan semakin besar variabel bebas menjelaskan variabel terikat. Berikut hasil uji koefisien determinasi pada data penelitian :

Tabel 20. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.518 ^a	.269	.214	1.763

Sumber : Data diolah,2024

Berdasarkan hasil uji determinasi pada tabel di atas, dinyatakan bahwa nilai *R square* 0,269 atau sebesar 27%. Maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh variabel bebas (kualitas pelayanan dan kualitas produk) terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen) sebesar 27%, dan untuk sisanya dipengaruhi oleh faktor yang lain di luar penelitian.

3. Uji T (Parsial)

Dasar pengambilan keputusan untuk mengetahui hipotesis dalam variabel diterima atau ditolak dilakukan dengan cara melihat nilai signifikansi dari setiap variabel (<0,05). Berikut hasil uji T parsial dari data penelitian :

Tabel 21. Hasil Uji T (Parsial)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.748	16.160		.418	.680
	KUALITAS PELAYANAN	-.343	.171	-.331	2.005	.055
	KUALITAS PRODUK	.370	.161	.379	2.299	.029

Sumber : Data diolah, 2024

Berdasarkan hasil pada tabel diatas dinyatakan bahwa sebagai berikut :

1. Variabel kualitas pelayanan memiliki t hitung sebesar (2005) > t tabel (1697) dengan nilai sig yang diperoleh adalah sebesar 0,055 > 0,05. Dari hasil tersebut disimpulkan bahwa, berdasarkan hasil uji statistik menggunakan SPSS menunjukan, bahwa kualitas pelayanan memperoleh nilai yang tidak signifikan yang artinya tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Namun pada dasarnya, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap konsumen, yang mana pelayanan sendiri saling berkaitan dengan kepuasan konsumen.
2. Variabel kualitas produk memiliki t hitung (2.299) > t tabel (1697) dengan nilai sig yang diperoleh adalah 0,029 < 0,05. Hal tersebut di peroleh dari hasil uji statistik menggunakan SPSS, yang menunjukan bahwa kualitas produk memperoleh nilai yang signifikan, artinya kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

4. Analisis Persamaan Regresi Linear Berganda

Menurut Yuliara, 2016 Analisis persamaan regresi merupakan model persamaan yang menjelaskan hubungan antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Tujuan dari uji regresi linear berganda adalah untuk memprediksi nilai dari setiap variabel bebas terhadap variabel terikat. Berdasarkan tabel 15, dapat diuraikan persamaan regresi linear berganda yaitu sebagai berikut :

$$Y = 6.748 - 0,343X_1 + 0,370X_2$$

Dari persamaan regresi linear berganda diatas menunjukan bahwa :

1. $\alpha = 6.748$. artinya apabila kualitas pelayanan dan kualitas produk sebesar 0 maka, kepuasan konsumen sebesar 6.748. hasil ini signifikan pada tabel 21.
2. $\beta_1 = - 0,343$. Artinya dengan asumsi bahwa kualitas pelayanan bernilai tidak tetap (berubah) maka setiap peningkatan kualitas pelayanan sebesar 0,343. Hasil ini tidak signifikan
3. Nilai koefisien regresi untuk variabel kualitas produk (X₂) memiliki nilai positif sebesar 0,370, hal ini menunjukan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif (searah) pada kepuasan konsumen..

Variabel bebas (kualitas pelayanan dan kualitas produk) berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen, namun secara parsial variabel bebas tidak semuanya berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berikut penjelasan lebih lanjut terkait dengan variabel yang berpengaruh dan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen:

1. Kualitas pelayanan

Menurut Parasuraman *et, al.* dalam Normasari *et al.*, (2013) kualitas pelayanan merupakan perbandingan antara pelayanan yang diterima oleh konsumen dengan kualitas pelayanan yang diharapkan oleh setiap konsumen, dalam hal ini kualitas pelayanan dapat memberikan ketepatan untuk tercapainya keinginan ataupun harapan setiap konsumen.

Berdasarkan hasil pengujian analisis regresi berganda menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen, dapat dilihat pada tabel 21 untuk nilai signifikan sebesar $0,55 > (0,05)$. Hal tersebut sesuai dengan pendapat (Maimunah, 2019) bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, dikarenakan terdapat beberapa konsumen yang merasa kurang puas terhadap pelayanan, baik dari kecepatan maupun ketanggapan karyawan dalam memberikan pelayanan. Sedangkan pada penelitian ini kualitas pelayanan berpengaruh nyata terhadap kepuasan konsumen namun secara statistik tidak berpengaruh secara signifikan, hal tersebut berdasarkan pernyataan konsumen pada tabel 13, yang mana masih terdapat konsumen yang merasa cukup puas dengan kenyamanan yang diberikan, serta masih terdapat karyawan yang berpenampilan kurang menarik yang dapat menyebabkan kurangnya kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan.

Untuk menciptakan kualitas pelayanan sesuai dengan yang diharapkan konsumen, maka perlu adanya penambahan kipas angin dan juga lebih sering memperhatikan kenyamanan konsumen serta dapat memberikan pelatihan ataupun *training* terhadap setiap karyawan Se'i Mamtuaku agar karyawan memiliki keterampilan lebih terlatih dalam melayani konsumen. Hal tersebut selaras dengan pendapat dari Maimunah (2019) pada penelitian terdahulu bahwa kualitas pelayanan saling berhubungan dengan kinerja

karyawan dimana kinerja karyawan yang berkualitas dapat menciptakan kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan.

2. Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Amstrong (2012) dalam Wahyudi *et al.*, (2022) kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk memenuhi harapan konsumen baik dari segi fungsi produk, daya tahan, keandalan, dan ketepatan produk. Selain itu kualitas produk juga merupakan kemampuan produk untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan setiap konsumen.

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda pada tabel 21, menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen, bisa dilihat dari nilai signifikansi sebesar $0,029 > 0,05$. Hal tersebut sesuai dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Wijayanto & Widiastuti, 2021) menyatakan bahwa terdapat pengaruh dari kualitas produk terhadap kepuasan konsumen, dimana kualitas produk menjadi salah satu faktor yang perlu di pertimbangkan oleh setiap konsumen sebelum melakukan pembelian produk. Sedangkan dalam penelitian ini kualitas produk memilih pengaruh terhadap kepuasan konsumen dikarenakan produk yang di jual sesuai dengan yang diharapkan baik dari segi kualitasnya maupun kuantitas, serta harga jual produknya sesuai dengan target konsumen itu sendiri.

Produk dengan kualitas yang baik akan menciptakan kepuasan pada konsumen sebaliknya apabila kualitas tidak baik maka tidak terciptanya kepuasan konsumen. Hal tersebut dapat memberikan pernyataan bahwa kualitas produk yang sudah baik perlu di pertahanan dan dilakukan peningkatan agar keinginan dan kebutuhan konsumen terpenuhi dengan begitu akan terciptanya kepuasan konsumen terhadap produk Se'i Mamtuaku.

4.1.4. Analisis Usaha Se'i Sapi Mamtuaku

Analisis usaha merupakan sebuah analisa yang dilakukan dalam satu usaha untuk memprediksi serta mengevaluasi usaha atau bisnis yang dijalankan. Tujuan dari melakukan analisis yaitu untuk mengidentifikasi permasalahan yang akan terjadi di periode produksi selanjutnya.

3. Total Biaya

a. Biaya Tetap

Tabel 22. Biaya Tetap Usaha Sei Mamtuaku

No	Komponen	Volume	Satuan	Harga Satuan (Rp)	Total/ Harga Awal (Rp)	presentase nilai residu alat	Harga Akhir	Umur Ekonomis (Bulan)	Penyusutan
1	sewa lahan Panggang	12	Bulan	4,166,667	50,000,000	10%	5,000,000	12	3,750,000
2	Manual	1	pcs	1,000,000	1,000,000	10%	100,000	60	15,000
3	Kompore Gas	2	pcs	500,000	1,000,000	10%	100,000	60	15,000
4	Tabung gas	5	pcs	450,000	2,250,000	10%	225,000	60	33,750
5	Chopper	5	pcs	150,000	750,000	10%	75,000	36	18,750
6	Panci	5	pcs	100,000	500,000	10%	50,000	24	18,750
7	Wajan	5	pcs	120,000	600,000	10%	60,000	24	22,500
8	Sutel	8	pcs	20,000	160,000	10%	16,000	24	6,000
9	Tirisan	3	Pcs	20,000	60,000	10%	6,000	24	2,250
10	Dispenser	1	Pcs	100,000	100,000	10%	10,000	60	1,500
11	Kulkas	1	pcs	1,500,000	1,500,000	10%	150,000	72	18,750
12	Frezeer	1	pcs	3,000,000	3,000,000	10%	300,000	60	45,000
13	Penanak nasi	1	pcs	1,000,000	1,000,000	10%	100,000	60	15,000
14	Talenan	5	pcs	25,000	125,000	10%	12,500	24	4,688
15	Pisau	1	lusin	25,000	25,000	10%	2,500	24	938
16	Sendok makan	3	lusin	8,000	24,000	10%	2,400	36	600
17	Sendok Nasi	5	pcs	5,000	25,000	10%	2,500	24	938
18	Piring makan	3	lusin	30,000	90,000	10%	9,000	12	6,750
19	Nampan	5	pcs	7,000	35,000	10%	3,500	24	1,313
20	Galon	3	Pcs	50,000	150,000	10%	15,000	36	3,750
21	Gelas	3	lusin	30,000	90,000	10%	9,000	12	6,750
22	Total Investasi				62,484,000				3,987,975

Sumber : Data diolah, 2024

b. Biaya Variabel

Tabel 23. Biaya Variabel Usaha Sei Mamtuaku

No	Komponen	Volume	Satuan	Harga satuan	Total
1	Daging sapi	240	Kg	125,000.00	30,000,000.00
2	Listrik	1	Kwh	250,000.00	250,000.00
3	Biaya tenaga kerja	10	Orang	1,300,000.00	13,000,000.00
4	Batok kelapa	5	Karung	5,000.00	25,000.00
5	Arang	5	Karung	4,000.00	20,000.00
6	Isi ulang gas	4	Pcs	18,000.00	72,000.00

No	Komponen	Volume	Satuan	Harga satuan	Total
7	Beras	50	Kg	17,500.00	875,000.00
8	Bumbu - bumbu	5	Paket	2,000,000.00	10,000,000.00
9	Isi ulang galon	5	Pcs	5,000.00	25,000.00
10	Biaya lain - lain	1	Bulan	1,000,000.00	1,000,000.00
11	Styrofoam	1000	pcs	250.00	250,000.00
12	Sendok plastik	10	pack	5,000.00	50,000.00
13	Air	4		100,000.00	400,000.00
Total biaya variabel					55,967,000.00

Sumber : Data diolah, 2024

Berdasarkan tabel diatas, menyatakan bahwa total biaya untuk biaya tetap dan biaya variabel dari usaha Se'i Mamtuaku yaitu sebesar Rp. 59.954.975.00.

4. Total Penerimaan

Penerimaan merupakan total biaya yang didapatkan dari hasil penjualan. Berikut penerimaan yang didapatkan usaha Se'i Mamtuaku dalam 1 bulan :

Produksi dalam 1 bulan

Produksi / hari : 8 Kg X 30 hari = 240 Kg/bulan

Terjual : 8 Kg atau 8,000 gram/ hari

1 Kg : 25 porsi dengan berat 40 gram/porsi

1 hari : 8 Kg : 40 gram = 200 porsi X 30 hari = 6.000 porsi /bulan

Penjualan

1 porsi : Rp. 25.000,00

1 hari : 200 porsi X Rp.25. 000,00 = Rp. 5.000.000,00

1 bulan : 6000 porsi X Rp. 25.000,00 = Rp. 150.000.000,00

Total penerimaan dari hasil penjualan sei sapi dalam satu bulan yaitu sebesar Rp. 150.000.000,00.

5. Keuntungan

Berikut keuntungan yang didapatkan usaha Se'i Mamtuaku dalam 1 bulan :

$$\text{keuntungan } n = \text{TR} - \text{Tc}$$

Keterangan : n : keuntungan

TR : Total Penerimaan

TC : Total biaya

$$\text{Hasil : } n = \text{Rp. } 150.000.000 - \text{Rp. } 59.954.975.00$$

$$n = \text{Rp. } 90.045.025$$

Jadi keuntungan yang didapatkan oleh usaha Se'i mamtuaku dalam melakukan penjualan produk se'i selama 1 bulan yaitu sebesar Rp. 90.045.025.

6. BEP (*Break Even Point*)

Berikut perhitungan BEP dalam usaha Se'i Mamtuaku.

- $$\begin{aligned} \text{BEP produksi} &= \frac{\text{Total biaya produksi}}{\text{Harga Jual}} \\ &= \frac{\text{Rp. } 59.954.975}{\text{Rp. } 25.000} \\ &= 3.838 \text{ porsi} \end{aligned}$$

Dapat disimpulkan bahwa untuk mencapai total biaya produksi maka harus memproduksi sebanyak 3.838 porsi dalam waktu 1 bulan. Sehingga bisa dikatakan usaha se'i Mamtuaku berada pada posisi menguntungkan dikarenakan total BEP produksi < total produksi dalam 1 bulan.

- $$\begin{aligned} \text{BEP harga} &= \frac{\text{Total biaya produksi}}{\text{Total jumlah produksi}} \\ &= \frac{\text{Rp. } 59.954.975}{6.000} \\ &= \text{Rp. } 9.992 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan BEP harga seharusnya usaha tersebut menjual se'i dengan harga Rp.9.992/porsi namun pada usaha tersebut memasarkan se'i dengan harga Rp.25.000/porsi. Dapat disimpulkan bahwa usaha tersebut mendapatkan keuntungan sebesar Rp.15.007/porsi maka usaha tersebut menguntungkan karena BEP harga < Harga jual.

7. R/ C (*Revenue Cost Ratio*)

R/ C *ratio* merupakan perbandingan antara total biaya yang dikeluarkan dengan jumlah biaya yang diperoleh dalam sekali produksi.

$$\begin{aligned} R/C &= \frac{\text{Total Penerimaan}}{\text{Total Biaya}} \\ &= \frac{\text{Rp. 150,000,00}}{\text{Rp. 59.954.975}} \\ &= 2.50 \end{aligned}$$

Dari perhitungan diatas nilai R/C *ratio* yang diperoleh adalah 2.50 maka dapat disimpulkan bahwa usaha Se'i Mamtuaku layak untuk dijalankan karena nilai R/C yang dihasilkan >1.

8. ROI (*Return On Investment*)

ROI merupakan persentase kenaikan maupun penurunan modal atau investasi pada satu periode usaha, Roi digunakan untuk menghitung biaya investasi usaha. Berikut perhitungan biaya ROI usaha Se'i Mamtuaku :

$$\begin{aligned} ROI &= \frac{\text{Total Pendapatan}}{\text{Biaya Investasi}} \times 100 \% \\ &= \frac{\text{Rp. 90.045.025}}{\text{Rp. 3,987,975}} \\ &= 22.58\% \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan diatas nilai ROI yang didapatkan adalah 22.58%, maka dapat disimpulkan bahwa usaha Sei' Mamtuaku bisa mengembalikan biaya investasi dalam waktu 4 bulan .

4.2. Implementasi *Business Plan*

1. Ringkasan Eksekutif

Sa'o Se'i merupakan sebuah usaha yang bergerak dibidang kuliner. Produk utama dari usaha ini adalah se'i babi dan se'i sapi, yang berbahan dasar daging babi dan daging sapi segar yang diolah dengan cara pengasapan menggunakan bahan bakar kayu kusambi sehingga menghasilkan aroma dan rasa yang khas dari olahan se'i itu sendiri. Sa'o Se'i terletak di sekitar tempat wisata Danau Kelimutu yang berlokasi di Desa Pemo, Kecamatan Kelimutu, Kabupaten Ende, Nusa Tenggara Timur. Penjualan daging se'i bisa melalui secara *offline* dan online (*facebook*, dan *whatsapp*).

2. Latar Belakang

Se'i merupakan produk olahan khas Kupang Nusa Tenggara Timur yang berbahan dasar daging babi dan daging sapi. Se'i sapi maupun se'i babi juga merupakan olahan daging yang banyak disukai oleh penikmat kuliner nusantara dikarenakan memiliki rasa dan aroma yang khas dengan dilengkapi sambal lu'at asli Nusa Tenggara Timur.

Sa'o Se'i memiliki produk unggulan yakni se'i babi yang diolah dari daging babi dengan melewati proses pengasapan selama 15 – 30 menit menggunakan kayu kusambi sebagai bahan bakar sehingga menghasilkan aroma dan cita rasa yang khas nusantara dan tentunya sesuai dengan lidah konsumen.

3. Visi dan Misi

a. Visi

Menjadikan usaha sa'o se'i dengan mengedepankan makanan khas Nusa Tenggara Timur

b. Misi

1. Menyediakan produk olahan se'i yang berkualitas dan berkuantitas.
2. Menghasilkan produk se'i babi dan se'i sapi yang memiliki ciri khas yang berbeda dari usaha se'i lain.
3. Menciptakan lapangan pekerjaan bagi orang lain.

4. Gambaran Usaha

Nama	:	Sa'o Se'i
Jenis usaha	:	Rumah Makan
Jenis produk	:	Se'i babi dan se'i sapi
Alamat	:	Desa Pemo, Kec. Kelimutu, Kab. Ende, Nusa Tenggara Timur
Telepon	:	082146247143

Nama Sa'o berasal dari bahasa daerah Ende Lio yang artinya rumah, sehingga jika digabungkan menjadi rumah se'i. Alasan pengambilan nama usaha tersebut dikarenakan pemilik usaha sendiri berasal dari daerah Ende Lio.

5. Kehalalan Produk

Produk halal merupakan produk yang diolah tanpa campuran bahan – bahan haram dan diproduksi sesuai dengan prinsip islam. Pada usaha Sa'o Se'i untuk produknya terdiri dari dua yaitu produk halal dan non halal, maka dari itu perlu adanya pemisahan bangunan maupun peralatan yang digunakan agar tetap

menjaga kehalalan produk tersebut, hal ini selaras dengan peraturan undang – undang nomor 33 tahun 2014 tentang jaminan produk halal.

6. Aspek Pemasaran

a. Segmen Pasar

Segmen pasar dalam usaha Sa'o Se'i yakni konsumen dari semua kalangan, hal ini dipertimbangkan bahwa mayoritas masyarakat di Desa Pemo rata – rata mengonsumsi daging babi dan daging sapi.

b. Target Pasar

Target pasar dari usaha Sa'o Se'i yakni meliputi warga Desa Pemo, wisatawan Danau Kelimutu, serta masyarakat di seluruh Kabupaten Ende.

c. Positioning

- *Challenger* : menghasilkan produk se'i yang memiliki rasa dan aroma yang khas dengan harga jual yang terjangkau dan sesuai dengan kualitas se'i.
- *Kompetitor* : usaha Sa'o Se'i tidak memiliki kompetitor di sekitar tempat usaha, di karenakan usaha Sa'o Se'i merupakan usaha pertama yang memasarkan produk se'i babi dan se'i sapi di daerah tersebut. Oleh karena itu usaha Sa'o Se'i bisa menguasai pasar di sekitar daerah Pemo.
- *Customer* : usaha Sa'o Se'i memiliki konsumen dari semua kalangan baik masyarakat lokal maupun wisatawan yang berkunjung ke Danau Kelimutu.

7. Strategi pemasaran

Strategi pemasaran yang dilakukan usaha Sa'o Se'i yaitu dilakukan secara langsung serta bisa melalui sosial media seperti *facebook* dan *whatsapp*.

8. Aspek organisasi dan manajemen

Aspek organisasi merupakan struktur organisasi yang digunakan dalam usaha Sa'o Sei yang terdiri dari :



Gambar 3. Bagan Struktur Organisasi Usaha Sa'o Se'i

9. Aspek Produk

1. Pemilihan lokasi

Pemilihan lokasi untuk usaha Sa'o Se'i berada di Desa Pemo, Kec. Kelimutu, Kab. Ende, Nusa Tenggara Timur, alasan pemilihan lokasi di Desa Pemo karena Desa tersebut merupakan salah satu Desa wisata di Kabupaten Ende serta belum adanya usaha yang memasarkan produk yang sama di daerah tersebut, serta jumlah pengunjung yang mengunjungi ke wisata tersebut bukan hanya warga lokal melainkan banyak orang asing juga yang mengunjungi wisata tersebut, untuk jumlah pengunjung dalam satu bulan sekitar 2.000 orang /bulan.

2. Tenaga Kerja

Sa'o Se'i memiliki tenaga kerja sebanyak 6 orang yakni pada se'i babi 3 orang yang terdiri 1 orang pada bagian keuangan, 1 orang pada bagan pemasaran, serta 1 orang lagi pada bagian produksi.

3. Pembuatan produk

Tabel 24. Pengolahan Produk Usaha Sa'o Se'i

Keterangan	Daging Se'i Babi	Daging Se'i Sapi
Alat	<ol style="list-style-type: none"> 1. alat panggang 2. Pisau 3. Telenan 4. wadah 	<ol style="list-style-type: none"> 1. alat panggang 2. Pisau 3. Telenan 4. wadah
Bahan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Daging babi 2. 1 sdt garam 3. ½ sdt lada bubuk 4. Penyedap rasa 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Daging sapi segar 2. 1 sdt garam 3. ½ sdt lada bubuk 4. Penyedap rasa
Pengolahan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Cuci bersih daging dari sisa darah 2. Siapkan alat dan bahan yang akan digunakan 3. Marinasi daging dengan bumbu yang sudah disediakan selama 30 menit 4. Siapkan alat pengasap 5. Setelah di rasa kering daging sapi siap untuk di lakukan pengasapan degan waktu pengasapan sekitar 1 jam 6. Daging se'i diangkat dan siap untuk disajikan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. cuci bersih daging dari sisa darah 2. Siapkan alat dan bahan yang akan digunakan 3. Marinasi daging dengan bumbu yang sudah disediakan selama 30 menit 4. Perendaman daging menggunakan daun pepaya untuk melunakan daging 5. Siapkan alat pengasap 6. Gantung daging untuk meniriskan air perendaman 7. Setelah di rasa kering daging sapi siap untuk di lakukan pengasapan degan waktu pengasapan sekitar 1 jam 8. Daging se'i diangkat dan siap untuk disajikan

Sumber : Data diolah, 2024

4. Desain kemasan dan logo produk

a. logo kemasan



Gambar 4. . Logo Produk Usaha Sa'o Se'i

b. Desain kemasan produk



Gambar 5. Desain Kemasan Produk Usaha Sa'o Se'i

10. Aspek Keuangan

1. Sumber pendanaan

Dana yang digunakan untuk usaha Sa'o Se'i bersumber dari keuangan pribadi, dengan modal usaha sebesar Rp. 13.000.000 setelah usaha ini dijalankan maka sumber keuangan dapat diperoleh dari hasil penjualan.

2. Rencana produksi

a. Biaya tetap se'i Babi

Tabel 25. Biaya Tetap Business Plan Usaha Se'i Babi

No	Komponen	Volume	Satuan	Harga Satuan (Rp)	Total/ Harga Awal (Rp)	presentase nilai residu alat	Harga Akhir	Umur Ekonomis (Bulan)	Penyusutan
1	Sewa bangunan	12	Bulan	2,083,333	25,000,000	10%	2,500,000	12	1,875,000
2	Kursi	20	Buah	20,000	400,000	10%	40,000	24	15,000
3	Meja	5	Buah	250,000	1,250,000	10%	125,000	24	46,875
4	Panggang Manual	1	pcs	1,000,000	1,000,000	10%	100,000	60	15,000
5	Kompur	2	pcs	250,000	500,000	10%	50,000	60	7,500
6	Blender	2	pcs	150,000	300,000	10%	30,000	36	7,500
7	Panci	2	pcs	100,000	200,000	10%	20,000	24	7,500
8	Wajan	2	pcs	125,000	250,000	10%	25,000	24	9,375
9	Sutel	2	pcs	20,000	40,000	10%	4,000	24	1,500
10	Tirisan	2	Pcs	15,000	30,000	10%	3,000	24	1,125
11	Teko	3	Pcs	10,000	30,000	10%	3,000	60	450
12	Kulkas	1	pcs	1,000,000	1,000,000	10%	100,000	72	12,500
13	Frezeer	1	pcs	1,000,000	1,000,000	10%	100,000	60	15,000
14	Penanak nasi	1	pcs	500,000	500,000	10%	50,000	60	7,500
15	Talenan	2	pcs	10,000	20,000	10%	2,000	24	750
16	Pisau	1	set	40,000	40,000	10%	4,000	24	1,500
17	Sendok makan	2	lusin	8,000	16,000	10%	1,600	36	400
18	Sendok Nasi	2	pcs	5,000	10,000	10%	1,000	24	375
19	Piring makan	2	lusin	30,000	60,000	10%	6,000	12	4,500
20	Nampan	2	pcs	10,000	20,000	10%	2,000	24	750
21	Gelas	3	lusin	30,000	90,000	10%	9,000	12	6,750
Total Investasi					5,106,000				2,036,850

Sumber : Data diolah, 2024

b. Biaya variabel usaha se'i babi

Tabel 26. Biaya Variabel *Business Plan* Usaha Se'i Babi

No	Komponen	Volume	Satuan	Harga satuan	Total
1	Daging babi	60	kg	120,000	7,200,000
2	Listrik	1	Kwh	250,000	250,000
3	Biaya tenaga kerja	3	Orang	1,500,000	4,500,000
4	Minyak tanah	5	liter	15,000	75,000
5	Beras	50	Kg	15,000	750,000
6	Bumbu - bumbu	1	Paket	1,000,000	1,000,000
7	minyak goreng	8	liter	10,000	80,000
8	Biaya lain - lain	1	Bulan	1,000,000	1,000,000
9	box makan	30	pcs	750	22,500
10	Sendok plastik	2	pack	7,000	14,000
Total biaya variabel					14,891,500

Sumber : Data diolah, 2024

Jadi total biaya yang dikeluarkan untuk 1 bulan produksi se'i babi sebesar **Rp. 16.928,350**

c. Biaya tetap usaha se'i sapi

Tabel 27. Biaya Tetap *Business Plan* Usaha Se'i Sapi

No	Komponen	Volume	Satuan	Harga Satuan (Rp)	Total/ Harga Awal (Rp)	presentase nilai residu alat	Harga Akhir	Umur Ekonomis (Bulan)	Penyusutan
1	Sewa bangunan	12	Bulan	2,083,333	25,000,000	10%	2,500,000	12	1,875,000
2	Kursi	10	Buah	20,000	200,000	10%	20,000	24	7,500
3	Meja	5	Buah	250,000	1,250,000	10%	125,000	24	46,875
4	Panggang Manual	1	pcs	1,000,000	1,000,000	10%	100,000	60	15,000
5	Kompor	1	pcs	250,000	250,000	10%	25,000	60	3,750
6	Blender	2	pcs	150,000	300,000	10%	30,000	36	7,500
7	Panci	1	pcs	100,000	100,000	10%	10,000	24	3,750
8	Wajan	2	pcs	125,000	250,000	10%	25,000	24	9,375
9	Sutel	2	pcs	20,000	40,000	10%	4,000	24	1,500
10	Tirisan	2	Pcs	15,000	30,000	10%	3,000	24	1,125
11	Teko	2	Pcs	10,000	20,000	10%	2,000	60	300
12	Kulkas	1	pcs	1,000,000	1,000,000	10%	100,000	72	12,500
13	Frezeer	1	pcs	1,000,000	1,000,000	10%	100,000	60	15,000

No	Komponen	Volume	Satuan	Harga Satuan (Rp)	Total/ Harga Awal (Rp)	presentase nilai residu alat	Harga Akhir	Umur Ekonomis (Bulan)	Penyusutan
14	Penanak nasi	1	pcs	250,000	250,000	10%	25,000	60	3,750
15	Talenan	2	pcs	10,000	20,000	10%	2,000	24	750
16	Pisau	1	set	40,000	40,000	10%	4,000	24	1,500
17	Sendok makan	2	lusin	8,000	16,000	10%	1,600	36	400
18	Sendok Nasi	2	pcs	5,000	10,000	10%	1,000	24	375
19	Piring makan	2	lusin	30,000	60,000	10%	6,000	12	4,500
20	Nampan	3	pcs	10,000	30,000	10%	3,000	24	1,125
21	Gelas	2	lusin	30,000	60,000	10%	6,000	12	4,500
Total Investasi					4,476,000				2,016,075

Sumber : Data diolah, 2024

d. Biaya variabel usaha se'i sapi

Tabel 28. Biaya Variabel *Business Plan* Usaha Se'i Sapi

No	Komponen	Volume	Satuan	Harga satuan	Total
1	Daging sapi	60	kg	100,000	6,000,000
2	Listrik	1	Kwh	250,000	250,000
3	Biaya tenaga kerja	3	Orang	1,500,000	4,500,000
4	Minyak tanah	5	liter	15,000	75,000
5	Beras	50	Kg	15,000	750,000
6	Bumbu - bumbu	1	Paket	1,000,000	1,000,000
7	minyak goreng	5	liter	10,000	50,000
8	Biaya lain - lain	1	Bulan	1,000,000	1,000,000
9	box makan	30	pcs	750	22,500
10	Sendok plastik	2	pack	7,000	14,000
Total biaya variabel					13,661,500

Sumber : Data diolah, 2024

Jadi total biaya yang dikeluarkan untuk 1 bulan produksi se'i sapi sebesar **Rp. 15.677.575**

3. Produksi

- a. Produksi daging babi / hari : $2 \text{ Kg} \times 30 \text{ hari} = 60 \text{ Kg/bulan}$
- b. Produksi daging sapi / hari : $2 \text{ Kg} \times 30 \text{ hari} = 60 \text{ Kg/bulan}$
 - 1 Kg daging sapi = 1.000 gram menghasilkan 17 porsi dengan berat 60 gram/porsi
 - 1 kg daging babi = 1.000 gram menghasilkan 15 porsi dengan berat 65 gram/porsi
 - 1 hari = 2.000g babi : 65 gram = 30 porsi X 30 hari = 900 porsi /bulan
 - 1 hari = 2.000g sapi : 60 gram = 34 porsi X 30 = 1020 porsi/bulan

4. Penerimaan 1 bulan produksi

Tabel 29. Penerimaan Dan Keuntungan Usaha Sa'o Se'i

Keterangan	Daging Babi	Daging Sapi
A. Penjualan		
1 porsi	Rp. 20.000	Rp. 17.000
1 hari	Rp. 600.000	Rp. 578.000
1 bulan	Rp. 18.000.000	Rp. 17.340.000
Total penerimaan		Rp. 35.340.000
B. Keuntungan		
1 porsi	Rp. 1.191	Rp. 1.630
1 bulan	Rp. 1.071.650	Rp. 1.662. 425
Total keuntungan		Rp. 2.734.075

Sumber : Data diolah, 2024

Pada tabel di atas menyatakan bahwa total penerimaan usaha sa'o sei untuk produk se'i babi dan se'i sapi memperoleh penerimaan sebesar RP.35.340.000, sementara itu untuk keuntungan yang diperoleh usaha sa'o sei dari penjualan dua produk memperoleh keuntungan sebesar Rp.2.734.075. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa usaha sa'o sei mendapatkan keuntungan dengan melihat penerimaan yang lebih besar dari pada biaya pengeluaran sama halnya dengan keuntungan.

5. Kelayakan Usaha

Tabel 30. Kelayakan Usaha Sa'o Se'i

Keterangan	Daging Babi	Daging Sapi
BEP Produksi	846	922
BEP Harga	Rp. 18.809	Rp. 15.370
R/C	1,0	1,0
ROI	1%	1%

Sumber : Data diolah, 2024

Dari tabel diatas dapat dilihat nilai BEP produksi dari se'i babi (846) dan se'i sapi (922), BEP harga se'i babi (Rp. 18.809), dan se'i sapi (Rp. 15.370) sementara itu untuk R/C dari masing – masing produk sebesar 1 .0 dan nilai B/C *ratio* dari produk se'i babi dan se'i sapi sebesar 1%. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa usaha Sa'o Se'i layak untuk dijalankan dengan melihat potensi keuntungan yang ada.

BAB V. PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Se'i Sapi Mamtuaku” dapat disimpulkan bahwa :

1. Hasil data menunjukkan bahwa dari 30 orang responden yang digunakan dalam penelitian yaitu berjenis kelamin laki laki sebanyak 19 orang (63%) serta perempuan sebanyak 11 orang (37%) dengan rata – rata telah menjadi konsumen tetap selama > 2 tahun (60%). Sementara itu hasil analisis kepuasan konsumen menunjukkan bahwa konsumen merasa bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan sesuai dengan apa yang diharapkan dengan nilai yang diperoleh 1.307. Pada skala perhitungan skor tersebut berada pada rentang skala 1.231 – 1.471, yang termasuk dalam kategori puas dengan total persentase 92,7% (kategori sangat puas dan puas). Hal ini karena konsumen merasa puas dengan pelayanan dan produk yang diberikan oleh usaha se'i sapi Mamtuaku dari segi empati, daya tanggap, reliabilitas, jaminan, penampilan produk, rasa, serta harga. namun masih ada beberapa konsumen yang merasa kurang puas dari segi kenyamanan pada indikator bukti fisik serta juga merasa kurang puas dengan tekstru produk se'i yang dipasarkan.
2. Dengan adanya hasil analisis regresi berganda, bisa diketahui bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan secara parsial untuk kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh secara signifikan. Hal tersebut berdasarkan hasil persamaan regresi dan hasil uji statistik menggunakan SPSS yang menunjukkan nilai koefisien regresi untuk variabel kualitas pelayanan (X1) sebesar -0,343 yang tidak berpengaruh signifikan antara variabel kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen,. Sementara itu untuk nilai koefisien regresi variabel kualitas produk (X2) memiliki nilai positif sebesar 0,370, hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh signifikan pada kepuasan konsumen.
3. Hasil perhitungan analisis usaha dari Se'i Mamtuaku memperoleh nilai BEP produksi (3.838) porsi dan nilai BEP harga (Rp. 9.992), sedangkan untuk

nilai *R/C ratio* sebesar (2.50), *B/C ratio* 1.50 serta nilai ROI sebesar (22,58%). maka dapat disimpulkan bahwa usaha Se'i Mamtuaku sangat layak untuk di kembangkan dengan melihat potensi keuntungan yang ada.

4. Implementasi *business plan* usaha di bidang kuliner dengan nama usaha Sa'o Se'i dengan memiliki 2 produk olahan yaitu olahan se'i sapi dan olahan se'i babi dengan memperoleh nilai BEP produksi dari usaha se'i babi (846) se'i sapi (922) porsi, BEP harga se'i babi (Rp. 18.809) se'i sapi (Rp. 15. 370) sementara itu untuk nilai *R/C ratio* se'i babi dan se'i sapi yang masing – masing memiliki nilai 1,0 serta nilai ROI dari masing – masing produk sebesar 1% sehingga dapat disimpulkan bahwa usaha Sa'o Se'i layak untuk diusahakan karena memiliki potensi keuntungan yang besar.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil pelaksanaan Tugas Akhir (TA), maka peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan dan kualitas produk perlu ditingkatkan lagi agar bisa memenuhi kepuasan konsumen baik secara parsial maupun simultan.
2. Melakukan peningkatan kualitas dan kuantitas dari produk maupun pelayanan sehingga dapat menambah daya tarik beli konsumen dan mampu mempertahankan konsumen lama.
3. Mengadakan pelatihan maupun training bagi karyawan usaha Se'i Mamtuaku dalam hal ini untuk memenuhi kualitas pelayanan, agar kualitas pelayanan yang diberikan bisa memenuhi kepuasan konsumen itu sendiri.
4. Melakukan penelitian lanjutan terkait dengan variabel lain diluar variabel penelitian ini untuk meningkatkan kepuasan konsumen seperti, persepsi harga, promosi, lokasi, serta *experiential marketing* untuk menambah besaran pengaruh kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Almira, R. K., Meilya, I. R., & Syahid, A. (2024). PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PESERTA DIDIK DI LKP PRISMA COMPUTER KARAWANG. *Community Education Journal*, 7(1), 90–97.
- Amrullah, A., Siburian, P. S., & Zainurossalamia, S. (2016). Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 13(2), 99–118. <https://doi.org/http://journal.feb.unmul.ac.id/>
- Aoetpah, Y., Malelak, G. E. M., & Sulmiyati, S. (2023). Kualitas Kimia dan Organoleptik Se'i Sapi dengan Metode Pengasapan Berbeda. *Journal of Animal Science*, 8(1), 6–11. <https://doi.org/10.32938/ja.v8i1.3591>
- Assidiq, F., Rosahdi, T. D., & El Viera, B. V. (2018). Pemanfaatan asap cair tempurung kelapa dalam pengawetan daging sapi. *Jurnal Ilmu Kimia Dan Terapan*, 5(1), 34–41.
- Dzikrulloh, A., Muhtarom, A., Sulaeman, M. M., & Santoso, M. H. B. (2022). Pengaruh Marketing Mix (4P) Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Kepuasan Konsumen Pada Usaha UMKM. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 833–840. <https://doi.org/https://doi.org/10.37676/ekombis.v10i2.2648>
- Efendi, B., Krismono, A., & Nurhayati, E. C. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Lokasi dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Di Soto Bening Pororojo Mudal, Mojotengah, Wonosobo. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Perbankan Syariah*, 3(2), 64–68. <https://doi.org/https://doi.org/10.32699/jamasy.v3i2.4949>
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23. *Jurnal Pendidikan*.
- Handojo, S. M. (2015). Analisis pengaruh kualitas makanan dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen Di D'cost Surabaya. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 3(2), 643–654.
- Hanifah, L., & Kiptiyah, K. (2020). Potensi kesambi (Scheichera oleosa) sebagai kandidat imunomodulator. *Jurnal Biologi Dan Teknologi*, 6(1), 119–126. <https://doi.org/http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/psb/>
- Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 175–182.
- Ismunandar, I., Muhajirin, M., & Haryanti, I. (2021). Pengaruh Labelisasi Halal Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Umkm Di Kota Bima. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(1), 161–166.
- Kadju, F. Y. D., Hartono, B., & Nugroho, B. A. (2021). Analisis Nilai Tambah pada Usaha Se'i Sapi di Kota Kupang Provinsi Nusa Tenggara Timur. *Jurnal Agribisnis*, 6(3), 108–113. <https://doi.org/https://doi.org/10.32938/ag.v6i3.1360>
- Kodu, S. (2013). Harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian mobil Toyota avanza. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3).
- Louis, A., Chandra, D., Romauli, R., Situmeang, & Situngkir, S. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Panca Asri Sentosa. *Jurnal Ekonomi Bisnis*,

- Manajemen Dan Akuntansi (JEBMA)*, 3(3), 817–824.
<https://doi.org/doi.org/jebma.v3n3.3114>
- Maimunah, S. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, cita rasa terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen. *JURNAL MANAJEMEN*, 1(2).
- Maimunah, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Konsumen. *IQTISHADequity Jurnal MANAJEMEN*, 1(2), 57–68. <https://doi.org/10.51804/iej.v1i2.542>
- Mardiatmoko, G. (2020). Pentingnya uji asumsi klasik pada analisis regresi linier berganda (studi kasus penyusunan persamaan allometrik kenari muda [canarium indicum l.]). *Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333–342.
- Normasari, S., Kumadji, S., & Kusumawati, A. (2013). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, citra perusahaan dan loyalitas pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 6(2).
- Nurahaju, R., & Widanti, N. S. (2022). DESKRIPSI KEPUASAN MAHASISWA SEBAGAI KONSUMEN TERHADAP LAYANAN PENDIDIKAN PADA UNIVERSITAS “X” DI SURABAYA. *Jurnal Visionary: Penelitian Dan Pengembangan Dibidang Administrasi Pendidikan*, 10(1), 1–9.
- Nurfitriana, S., & Iriani, F. (2018). Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Dan Pengaruhnya Pada Minat Beli Ulang Produk Kecantikan Wardah. *Jurnal Manajemen*, 22(2), 56–63.
- Nurhaida, D., Arsiyanti, F., & Munawar, M. A. (2023). Anatomi Bisnis Plan. *Jurnal Wahana Abdimas Sejahtera*, 4(2), 200–211.
<https://doi.org/https://doi.org/10.25105/juara.v4i2.16744>
- Purwono, F. H., Ulya, A. U., Purnasari, N., & Juniarmoko, R. (2019). *Metodologi Penelitian (Kuantitatif, Kualitatif dan Mix Method)*. Guepedia.
- Rahmawan, G., & Hidayat, R. (2020). Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada pengguna tokopedia. *Jurnal Manajemen*, 12(2), 227–232.
- Rawis, J. E. O., Panelewen, V. V. J., & Mirah, A. D. (2016a). Analisis keuntungan usaha kecil kuliner dalam upaya pengembangan UMKM di Kota Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 4(2), 001–120.
<https://doi.org/https://doi.org/10.35794/emba.4.2.2016.12527>
- Rawis, J. E. O., Panelewen, V. V. J., & Mirah, A. D. (2016b). Analisis keuntungan usaha kecil kuliner dalam upaya pengembangan UMKM di Kota Manado. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 4(2).
- Saputro, E. (2016). Pemanfaatan Kyuring Alami pada Produk Daging Sapi. *WARTAZOA*, 26(4), 183–190.
- Setyo, P. E. (2016). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen “best autoworks.” *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(6), 755–764.
- Susilo, D. E., & Mahendri, W. (2021). Sosialisasi Business Plan Meningkatkan Kapasitas Bumdes Sari Artha Bareng Jombang. *Jurnal Abdimas Ilmiah Citra Bakti*, 2(1), 90–97.
- Urgessa, O. E., Itana, D. D., & Raga, T. O. (2019). Extraction of papain from papaya (*Carica papaya L.*) fruit latex and its application in transforming tannery raw trimming. *Ethiopian Journal of Science and Sustainable Development*, 6(2), 22–32.

- Wahyudi, D., Krisnis, C., Hasanah, E. U., & Tsulist, A. M. (2022). Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Seminar Nasional Hasil Riset (SNHR)*.
- Wicaksana, A., & Rachman, T. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Pada Makanan Ayam Geprek Bang Ndut Di Pekan Baru. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 3(1), 10–27.
- Wijayanto, R. I., & Widiastuti, E. (2021a). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT. INDOMARTCO PRISMATAMA (INDOMARET) CABANG KLATEN. *Jurnal Manajemen*, 3(2).
- Wijayanto, R. I., & Widiastuti, E. (2021b). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT. INDOMARTCO PRISMATAMA (INDOMARET) CABANG KLATEN. *Management Journal*, 3(2), 102–119.
- Yuliara, I. M. (2016). *Regresi linier berganda*.
- Yusuf Muhamad. (n.d.). *Analisa Break Event Point (BEP) Terhadap Laba Perusahaan*.
- Yusup, F. (2018). Uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian kuantitatif. *Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 7(1).
- Zaki, A. N., Fauzi, A., Wahab, D., Novitasari, E., Armanda, F., Anjelika, D., & Darmansyah, F. (2023). PENGARUH BIAYA KUALITAS DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP PROFITABILITAS PERUSAHAAN. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Bisnis*, 3(3), 137–146. <https://doi.org/https://doi.org/10.56127/jaman.v3i3.1029>

LAMPIRAN

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

**KUESIONER
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN SEI SAPI MAMTUAKU DI TAWANGMANGU
KECAMATAN LOWOKWARU KOTA MALANG
JAWA TIMUR**

Kepada Yth

Konsumen Sei Sapi

Dari Ruko Mamtuaku Jalan

Tawangmangu

Kota Malang

Dengan Hormat,

Bersama Saya

Nama : Maria Di Yanti Jawa

Pekerjaan : Mahasiswa Program Studi Agribisnis
Peternakan Politeknik Pembangunan
Pertanian Malang

Sedang mengadakan penelitian dengan judul "**Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Sei Sapi Mamtuaku**".

Untuk itu demi kelancaran penelitian, saya memohon dengan hormat bantuan dari Bapak/Ibu/Saudara/I untuk memberikan penilaian melalui kuesioner ini berdasarkan dengan apa yang dirasakan baik dari segi produk maupun pelayanan Sei Sapi Mamtuaku.

Dengan demikian, atas kerjasama yang di berikan saya ucapkan limpah terima kasih.

Hormat saya



Maria Di Yanti Jawa

PETUNJUK PENGISIAN

Pada pernyataan yang tersedia pada kuesioner Bapak/Ibu/Saudara/I di mohon untuk mengisi pertanyaan tersebut dengan memberikan tanda centang (√) pada kolom jawaban yang tersedia.

IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama Responden :
2. Jenis Kelamin :
 - Laki – laki Perempuan
3. Sudah berapa lama melakukan pembelian produk sei sapi mamtuaku
 - <1 tahun
 - 1 – 2 tahun
 - > 2 tahun

Petunjuk Pengisian

Keterangan :

STP = Sangat Tidak Puas

TP = Tidak Puas

C = Cukup

P = Puas

SP = Sangat Puas

Nilai Skor :

STP = 1

TP = 2

C = 3

P = 4

SP = 5

Variabel Kualitas Pelayanan

No	Pernyataan	Jawaban				
		STP	TP	C	STP	SP
1	(Bukti Fisik)					
	1. Kebersihan dan kenyamanan ruang makan					
	2. Kebersihan meja makan					
	3. Karyawan berpenampilan menarik dan rapi					
2	(Empati)					
	1. Memberikan perhatian secara individual kepada para konsumen					
	2. Memiliki jam operasional yang nyaman dan efektif					
	3. Kemudahan dalam berkomunikasi dengan konsumen					
	4. Memahami kebutuhan spesifikasi setiap konsumen					
3	(Daya Tanggap)					
	1. Menyelesaikan permasalahan yang dihadapi konsumen					
4	(Reliabilitas)					
	1. Membantu dalam memecahkan masalah yang dihadapi konsumen					
	2. Memberikan layanan sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh konsumen					
5	(Jaminan)					
	1. Merasa aman dalam melakukan transaksi					
	2. Konsisten dalam bersikap sopan kepada konsumen					
	3. Memiliki pengetahuan dan keterampilan yang memadai dalam menjawab pertanyaan konsumen					

Variabel Kualitas Produk

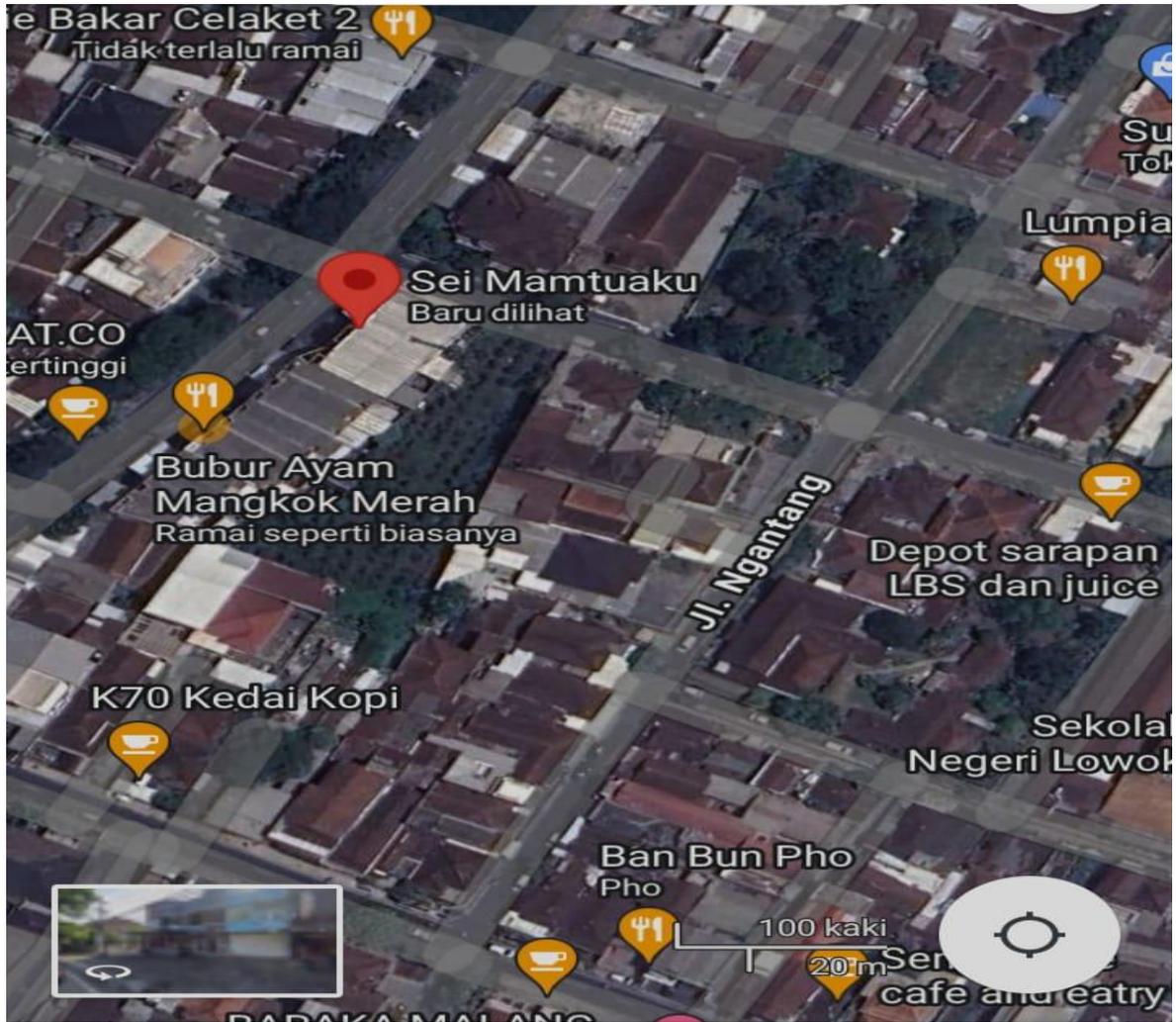
No	Pernyataan	Jawaban				
		STP	TP	C	P	SP
1	(Penampilan)					
	1. Menghidangkan sei yang dilengkapi dengan sambal luwat khas NTT					
	2. Memiliki tampilan warna yang sesuai yaitu warna merah cerah tanpa adanya tambahan atau campuran pewarna buatan					
	3. Ukuran daging sei sapi sudah sesuai dengan harga yang dipasarkan					
2	(Rasa)					
	1. Daging sei sapi memiliki rasa gurih, sesuai dengan harapan konsumen					
	2. Daging sei sapi mamtuaku memiliki aroma khas daging sapi yang melalui proses pengasapan menggunakan arang kayu kusambi.					
	3. Memiliki rasa khas daging sapi tanpa ada campuran daging lainnya					
3	(Tekstur)					
	1. Daging sei sapi yang dihasilkan memiliki tekstur yang lunak dan mudah untuk dikunyah					
	2. Daging sei sapi memiliki ketahanan terhadap kerusakan dalam waktu yang dekat					
	3. Daging sei sapi memiliki kematangan yang baik					
	4. Daging sei sapi yang di jual memiliki tingkat kekeringan yang merata sehingga daging tersebut tidak mudah rusak					
5. Daging sei sapi memiliki kekenyalan dan tidak memiliki banyak serat						

No	Pernyataan	Jawaban				
		STP	TP	C	P	SP
4	(Harga)					
	1. Harga produk sei sapi bisa dijangkau					
	2. Harga sei sapi sesuai dengan yang diinginkan					
	3. Harga sesuai dengan produk sei yang ditawarkan					
	4. Harga sei sapi mamtuaku bisa bersaing dengan harga sei di tempat lain					
	5. Harga sesuai dengan fasilitas yang saya nikmati					

Kepuasan Konsumen

No	Pernyataan	Jawaban				
		STP	TP	C	P	SP
1	(Kesesuaian dengan harapan konsumen)					
	1. Pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan					
	2. Puas dengan fasilitas yang tersedia di ruko					
	3. Puas dengan harga yang ditawarkan					
	4. Puas dengan produk yang dipasarkan					
	5. Kebutuhan akan sei sapi bisa terpenuhi					
2	(Keinginan untuk kembali membeli produk)					
	1. Kembali untuk mengunjungi ruko Sei Sapi Mamtuaku					
	2. Membeli produk sei dengan harga yang lebih mahal					
	3. Tetap mengkonsumsi produk dari Sei Sapi Mamtuaku					
3	(Merekomendasikan kepada orang lain)					
	1. Merekomendasikan pada orang lain untuk mengkonsumsi produk sei sapi					
	2. Mengajak teman ataupun keluarga untuk mengkonsumsi sei sapi					

Lampiran 2. Peta Lokasi Penelitian



Lampiran 3. Tabulasi Data Kualitas Pelayanan

No	Nama	Jenis Kelamin	Lama Pembelian	KUALITAS PELAYANAN (X1)																	
				Bukti Fisik				Empati				Daya Tanggap		Reliabilitas			Jaminan			Total	
1	Yudhistira	L	> 2 Thn	4	5	4	3	5	4	5	4	4	3	3	5	4	3	4	4	4	64
2	Emil	P	> 2 Thn	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	3	4	4	67
3	Onny A.K	L	> 2Thn	4	4	5	4	4	4	4	3	5	4	4	5	4	4	3	4	3	65
4	Hafizh Raihan	L	1- 2 thn	4	3	4	3	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	65
5	Ramadani R.	L	<1Thn	5	5	4	3	4	5	4	5	4	4	5	4	5	3	4	4	3	68
6	Akhtar Ali	L	>2Thn	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	3	4	5	4	5	68
7	Eva	P	>2Thn	4	4	3	5	4	5	3	4	4	4	3	3	4	4	4	5	4	63
8	Banu Wardana	L	<1Thn	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	68
9	Paula Rara	P	1-2 Thn	5	4	5	4	4	4	4	5	4	3	4	4	5	5	4	4	4	68
10	Maya Nova	P	>2Thn	3	4	4	4	5	3	5	4	5	4	5	4	5	5	3	4	4	67
11	Feri D	L	<1Thn	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	3	4	5	4	5	67
12	Muhammad Akrab	L	1-2 Thn	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	5	4	67
13	Kanaya	P	>2Thn	4	4	3	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	3	4	3	65
14	Salsa	P	>2Thn	4	4	4	3	5	3	5	4	4	4	5	4	5	4	3	4	4	65
15	Reza Pratama	L	1-2 Thn	5	5	4	4	5	4	3	5	4	3	4	5	4	4	3	4	4	66
16	Natalia	P	>2Thn	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	3	4	3	4	67
17	Edo Prasetyo	L	>2 Thn	4	5	4	4	3	5	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	65
18	Bobi	L	>2Thn	5	3	5	4	4	3	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	67
19	Rian	L	>2Thn	4	4	3	4	4	5	5	3	4	5	4	4	4	4	4	5	3	66
20	Nabila	P	1-2 Thn	5	3	4	5	5	4	4	4	5	4	3	5	4	4	5	4	4	68

No	Nama	Jenis Kelamin	Lama Pembelian	KUALITAS PELAYANAN (X1)																	
				Bukti Fisik				Empati				Daya Tanggap		Reliabilitas			Jaminan			Total	
21	Agas	L	> 2 Thn	4	4	5	3	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	3	68
22	Ilham	L	1-2 Thn	4	4	5	4	4	4	3	4	4	5	4	3	4	3	5	5	4	65
23	Agustina	P	> 2Thn	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	3	4	5	4	4	70
24	Shafira Indah	P	<1 Thn	5	4	3	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	3	4	5	4	71
25	Valen	L	> 2Thn	5	4	4	4	4	3	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	68
26	Andi Darmawan	L	>2Thn	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	3	71
27	Novitri Snawati	P	> 2Thn	5	4	3	4	4	5	4	5	3	5	4	5	4	5	3	4	4	67
28	Sugeng	L	1-2 Thn	4	5	4	4	4	3	5	4	3	5	4	5	4	3	5	4	4	66
29	Winardi	L	<1Thn	4	4	4	5	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	5	62
30	Aqil Fauzi	L	> 2 Thn	3	3	4	3	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	65
SKOR			SP	160				240				85		145			90			720	
			P	284				348				144		192			232			1200	
			CP	51				45				21		39			42			198	
			KP	0				0				0		0			0			0	
			TP	0				0				0		0			0			0	
Total				495				633				250		376			364			2118	

Lampiran 4. Tabulasi Kualitas Produk

No	Nama	Jenis Kelamin	Lama Pembelian	KUALITAS PRODUK (X2)																	
				Penampilan				Rasa			Tekstur					Harga					Total
1	Yudhistira	L	> 2 Thn	4	3	4	4	4	3	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	69
2	Emil	P	> 2 Thn	4	4	5	4	5	4	4	4	3	4	5	4	5	4	4	3	4	70
3	Onny A.K	L	> 2Thn	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	72
4	Hafizh Raihan	L	1- 2 thn	4	5	3	5	4	4	4	4	5	5	5	3	4	4	5	5	5	74
5	Ramadani R.	L	<1Thn	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	68
6	Akhtar Ali	L	>2Thn	4	5	4	4	4	3	4	4	3	5	4	5	4	3	4	5	4	69
7	Eva	P	>2Thn	4	4	5	4	4	4	5	3	5	4	5	4	4	4	4	4	4	71
8	Banu Wardana	L	<1Thn	4	4	4	5	5	4	3	4	5	5	4	5	4	4	4	5	3	72
9	Paula Rara	P	1-2 Thn	5	5	3	4	4	3	4	3	4	4	5	4	3	4	5	4	5	69
10	Maya Nova	P	>2Thn	4	5	5	4	4	5	4	3	4	3	4	4	4	4	4	5	4	70
11	Feri D	L	<1Thn	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	72
12	Muhammad Akrab	L	1-2 Thn	4	5	4	4	3	4	4	5	4	5	3	4	4	4	5	4	4	70
13	Kanaya	P	>2Thn	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	5	3	4	4	5	69
14	Salsa	P	>2Thn	5	5	4	5	4	5	5	5	4	3	4	4	5	4	3	5	4	74
15	Reza Pratama	L	1-2 Thn	4	5	5	4	3	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	75
16	Natalia	P	>2Thn	5	4	5	4	5	4	5	3	4	4	4	5	3	4	3	4	4	70
17	Edo Prasetyo	L	>2 Thn	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	3	4	5	5	3	74
18	Bobo	L	>2Thn	4	3	4	5	4	4	5	3	4	4	5	4	3	4	4	4	4	68
19	Rian	L	>2Thn	4	4	4	4	5	3	4	4	4	3	4	5	4	5	4	5	5	71

No	Nama	Jenis Kelamin	Lama Pembelian	KUALITAS PRODUK (X2)																	
				Penampilan				Rasa			Tekstur				Harga				Total		
20	Nabila	P	1-2 Thn	5	3	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	68
21	Agas	L	> 2 Thn	5	4	4	4	5	4	4	5	3	5	4	4	4	5	3	4	5	72
22	Ilham	L	1-2 Thn	4	4	3	4	4	5	3	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	71
23	Agustina	P	> 2Thn	4	4	3	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	76
24	Shafira Indah	P	<1 Thn	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	71
25	Valen	L	> 2Thn	4	3	5	3	4	4	5	5	4	5	3	5	5	4	4	4	4	71
26	Andi Darmawan	L	>2Thn	5	4	5	5	5	5	4	3	3	4	5	4	4	4	4	5	4	73
27	Novitri Snawati	P	> 2Thn	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	3	4	5	5	5	4	74
28	Sugeng	L	1-2 Thn	4	5	5	3	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	3	74
29	Winardi	L	<1Thn	4	4	3	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	3	4	4	4	70
30	Aqil Fauzi	L	> 2 Thn	4	4	5	4	3	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	71
SKOR			SP	180				130			245				220				775		
			P	280				212			332				368				1192		
			CP	42				33			54				42				171		
			KP	0				0			0				0				0		
			TP	0				0			0				0				0		
Total				502				375			631				630				2138		

Lampiran 5. Tabulasi Data Kepuasan Konsumen

No	Nama	Jenis Kelamin	Lama Pembelian	KEPUASAN KONSUMEN										
				Kesesuaian Dengan Harapan					Keinginan Untuk Membeli Ulang Produk			Merekomendasikan Pada Orang Lain		Total
1	Yudhistira	L	> 2 Thn	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	43
2	Emil	P	> 2 Thn	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	46
3	Onny A.K	L	> 2Thn	5	4	4	5	5	4	3	4	4	4	42
4	Hafizh Raihan	L	1- 2 thn	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	46
5	Ramadani R.	L	<1Thn	5	4	4	5	4	4	3	5	4	5	43
6	Akhtar Ali	L	>2Thn	4	4	4	5	5	5	3	4	5	5	44
7	Eva	P	>2Thn	4	4	4	5	4	4	3	5	4	4	41
8	Banu Wardana	L	<1Thn	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	45
9	Paula Rara	P	1-2 Thn	4	4	4	5	3	5	4	4	4	5	42
10	Maya Nova	P	>2Thn	5	5	4	4	4	4	3	5	4	4	42
11	Feri D	L	<1Thn	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	47
12	Muhammad Akrab	L	1-2 Thn	5	4	4	5	4	4	3	5	4	4	42
13	Kanaya	P	>2Thn	5	5	4	5	4	4	3	4	4	5	43
14	Salsa	P	>2Thn	5	5	5	4	5	4	4	3	5	4	44
15	Reza Pratama	L	1-2 Thn	5	5	4	5	3	5	5	4	5	5	46
16	Natalia	P	>2Thn	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	45
17	Edo Prasetyo	L	>2 Thn	5	5	3	4	4	5	3	4	4	4	41
18	Bobo	L	>2Thn	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	45
19	Rian	L	>2Thn	4	4	4	5	3	5	3	5	4	4	41

No	Nama	Jenis Kelamin	Lama Pembelian	KEPUASAN KONSUMEN										
				Kesesuaian Dengan Harapan					Keinginan Untuk			Merekomendasikan Pada Orang Lain		Total
20	Nabila	P	1-2 Thn	4	4	3	4	4	4	4	5	4	5	41
21	Agas	L	> 2 Thn	4	4	4	5	4	5	3	5	5	5	44
22	Ilham	L	1-2 Thn	4	5	4	5	4	5	3	5	5	5	45
23	Agustina	P	> 2Thn	5	5	5	5	4	4	3	5	5	5	46
24	Shafira Indah	P	<1 Thn	4	4	5	4	4	5	3	4	5	5	43
25	Valen	L	> 2Thn	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	46
26	Andi Darmawan	L	>2Thn	5	5	5	5	4	4	3	5	5	5	46
27	Novitri Snawati	P	> 2Thn	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	43
28	Sugeng	L	1-2 Thn	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	48
29	Winardi	L	<1Thn	4	5	4	4	5	4	3	4	5	4	42
30	Aqil Fauzi	L	> 2 Thn	5	4	4	5	4	5	5	3	5	5	45
SKOR			SP	350					190			155		695
			P	300					140			116		556
			CP	15					51			0		66
			KP	0					0			0		0
			TP	0					0			0		0
Total				665					381			271		1317

	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	X1.13	X1.14	X1.15	X1.16	X1.17	X1.18	X1.19	X2.20	TOTAL
X1.11	.043 .823 30	-.098 .608 30	.043 .823 30	-.180 .342 30	-.203 .281 30	.128 .500 30	.092 .629 30	-.095 .619 30	-.075 .693 30	-.261 .163 30	1 .891 30	.026 .589 30	-.103 .941 30	-.014 .708 30	-.071 .276 30	.206 .023 30	-.413* .619 30	-.095 .229 30	.227 .835 30	-.040 .035 30	-.024 .901 30
X1.12	-.366* .047 30	-.073 .700 30	-.45* .013 30	-.136 .473 30	.452* .012 30	-.087 .647 30	-.238 .205 30	-.075 .693 30	.248 .186 30	-.011 .953 30	.026 .891 30	1 .776 30	-.054 .067 30	-.339 .843 30	-.038 .260 30	.212 .722 30	.068 .359 30	-.173 .185 30	-.249 .419 30	.153 .419 30	-.379* .039 30
X1.13	.000 1.000 30	.129 .498 30	.000 1.00 30	.310 .096 30	-.061 .750 30	.153 .420 30	.384* .036 30	.099 .604 30	-.073 .703 30	.162 .392 30	-.103 .589 30	-.054 .776 30	1 .093 30	.312 .000 30	.695** .572 30	-.107 .053 30	.356 .471 30	.137 .775 30	-.055 .804 30	-.047 .023 30	.414* .023 30
X1.14	.111 .559 30	.174 .358 30	.111 .559 30	.122 .521 30	-.151 .425 30	.365* .047 30	.529** .003 30	.698** .000 30	-.362* .049 30	.165 .382 30	-.014 .941 30	-.339 .067 30	.312 .093 30	1 .043 30	.371* .071 30	-.335 .112 30	.296 .000 30	.777** .114 30	.295 .075 30	.059 .756 30	.455* .012 30
X1.15	.186 .326 30	.425* .019 30	.186 .326 30	.555** .001 30	-.042 .825 30	.239 .204 30	.582** .001 30	.411* .024 30	-.176 .351 30	.420* .021 30	-.071 .708 30	-.038 .843 30	.695** .000 30	.371* .043 30	1 .109 30	-.298 .001 30	.557** .024 30	.412* .424 30	.152 .634 30	.091 .030 30	.763** .000 30
X1.16	-.241 .200 30	-.145 .444 30	-.161 .396 30	-.049 .797 30	-.036 .848 30	-.115 .546 30	-.425* .019 30	-.297 .111 30	.272 .145 30	.111 .560 30	.206 .276 30	.212 .260 30	-.107 .572 30	-.335 .071 30	-.298 .109 30	1 .481 30	-.134 .276 30	-.206 .077 30	-.328 .300 30	.196 .026 30	-.405* .026 30
X1.17	.111 .559 30	.495** .005 30	.111 .559 30	.589** .001 30	.227 .228 30	.270 .149 30	.290 .121 30	.328 .077 30	-.015 .937 30	.386* .035 30	-.413* .023 30	.068 .722 30	.356 .053 30	.296 .112 30	.557** .001 30	-.134 .481 30	1 .360 30	.360 .050 30	.045 .812 30	.310 .095 30	.564** .001 30
X1.18	.284 .128 30	.267 .154 30	.284 .128 30	.239 .203 30	.039 .839 30	.073 .701 30	.071 .710 30	.756** .000 30	-.286 .126 30	.348 .059 30	-.095 .619 30	-.173 .359 30	.137 .471 30	.777** .000 30	.412* .024 30	-.206 .276 30	.360 .050 30	1 .136 30	.279 .136 30	.204 .279 30	.395* .031 30
X1.19	.272 .146 30	.262 .162 30	.136 .473 30	.050 .794 30	.000 1.000 30	.214 .257 30	.216 .252 30	.452* .012 30	-.240 .201 30	.180 .341 30	.227 .229 30	-.249 .185 30	-.055 .775 30	.295 .114 30	.152 .424 30	-.328 .077 30	.045 .812 30	.279 .136 30	1 .136 30	.054 .776 30	.389* .034 30
X2.20	.044 .816 30	.325 .079 30	-.044 .816 30	.165 .384 30	.413* .023 30	-.120 .527 30	-.072 .705 30	.311 .094 30	.222 .237 30	.291 .119 30	-.040 .835 30	.153 .419 30	-.047 .804 30	.059 .756 30	.091 .634 30	.196 .300 30	.310 .095 30	.204 .279 30	.054 .776 30	1 .030 30	.095 .617 30

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.654	21

	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12	X2.13	X2.14	X2.15	X2.16	X2.17	X2.18	X2.19	X2.20	TOTAL
X2.11	.722** .000 30	.315 .091 30	.602** .000 30	.572** .001 30	-.336 .070 30	.154 .416 30	-.068 .719 30	-.549** .002 30	-.082 .665 30	.594** .001 30	1 .000 30	.411* .024 30	-.037 .847 30	.652** .000 30	.182 .334 30	.153 .420 30	.106 .576 30	.134 .480 30	.097 .609 30	-.216 .252 30	.505** .004 30
X2.12	.487** .006 30	.159 .402 30	.487** .006 30	.249 .185 30	-.176 .351 30	.254 .175 30	.050 .794 30	-.361* .050 30	.148 .434 30	.210 .264 30	.411* .024 30	1 .000 30	.233 .215 30	.405* .026 30	.233 .216 30	.195 .302 30	.308 .098 30	.372* .043 30	.324 .080 30	.075 .692 30	.564** .001 30
X2.13	.034 .859 30	.246 .191 30	.102 .593 30	-.033 .862 30	-.043 .820 30	.350 .058 30	.529** .003 30	-.003 .986 30	.279 .136 30	.035 .852 30	-.037 .847 30	.233 .215 30	1 .000 30	-.036 .849 30	.163 .390 30	-.007 .970 30	.086 .650 30	.372* .043 30	.303 .103 30	.095 .619 30	.521** .003 30
X2.14	.935** .000 30	.392* .032 30	.802** .000 30	.388* .034 30	-.435* .016 30	.383* .037 30	-.004 .982 30	-.498** .005 30	.183 .333 30	.295 .114 30	.652** .000 30	.405* .026 30	-.036 .849 30	1 .000 30	.236 .209 30	.198 .294 30	.170 .368 30	.174 .359 30	.261 .164 30	-.213 .259 30	.557** .001 30
X2.15	.253 .178 30	.093 .626 30	.253 .178 30	.133 .483 30	-.323 .082 30	.447* .013 30	.104 .585 30	-.025 .897 30	.115 .544 30	.076 .692 30	.182 .334 30	.233 .216 30	.163 .390 30	.236 .209 30	1 .000 30	.125 .511 30	.644** .000 30	.422* .020 30	-.119 .531 30	-.050 .792 30	.378* .039 30
X2.16	.212 .262 30	.272 .147 30	.212 .262 30	-.048 .802 30	-.025 .897 30	.374* .042 30	.221 .241 30	.083 .663 30	-.193 .306 30	.063 .740 30	.153 .420 30	.195 .302 30	-.007 .970 30	.198 .294 30	.125 .511 30	1 .000 30	.124 .512 30	.354 .055 30	.043 .823 30	.063 .740 30	.344 .062 30
X2.17	.196 .299 30	.009 .962 30	.196 .299 30	.170 .369 30	-.160 .400 30	.634** .000 30	.068 .720 30	-.038 .840 30	.134 .479 30	.081 .672 30	.106 .576 30	.308 .098 30	.086 .650 30	.170 .368 30	.644** .000 30	.124 .512 30	1 .000 30	.473** .008 30	-.053 .782 30	.068 .720 30	.396* .030 30
X2.18	.186 .326 30	.068 .721 30	.186 .326 30	.238 .205 30	-.237 .206 30	.555** .001 30	.428* .018 30	-.018 .924 30	.254 .175 30	.194 .304 30	.134 .480 30	.372* .043 30	.372* .043 30	.174 .359 30	.422* .020 30	.354 .055 30	.473** .008 30	1 .000 30	.162 .391 30	-.037 .846 30	.568** .001 30
X2.19	.336 .069 30	.327 .078 30	.202 .285 30	.325 .080 30	-.289 .121 30	.094 .620 30	.470** .009 30	-.112 .555 30	.461* .010 30	.216 .251 30	.097 .609 30	.324 .080 30	.303 .103 30	.261 .164 30	-.119 .531 30	.043 .823 30	-.053 .782 30	.162 .391 30	1 .000 30	.174 .358 30	.569** .001 30
X2.20	-.199 .292 30	.073 .702 30	-.299 .109 30	-.251 .180 30	.093 .627 30	-.133 .482 30	.082 .668 30	.200 .289 30	-.273 .145 30	-.182 .335 30	-.216 .252 30	.075 .692 30	.095 .619 30	-.213 .259 30	-.050 .792 30	.063 .740 30	.068 .720 30	-.037 .846 30	.174 .358 30	1 .000 30	.026 .892 30

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.701	21

Kepuasan konsumen

		y1	y2	y3	y4	y5	y6	y7	y8	y9	y10	total
y1	Pearson Correlation	1	-.186	.733**	.302	.241	.000	-.075	.444*	-.336	-.130	.520**
	Sig. (2-tailed)		.326	.000	.105	.200	1.000	.695	.014	.069	.493	.003
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
y2	Pearson Correlation	-.186	1	.186	.168	-.201	.483**	.056	-.062	-.212	-.097	.386*
	Sig. (2-tailed)	.326		.326	.375	.286	.007	.771	.745	.260	.611	.035
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
y3	Pearson Correlation	.733**	.186	1	.201	.241	.000	.000	.222	-.336	-.130	.639**
	Sig. (2-tailed)	.000	.326		.287	.200	1.000	1.000	.238	.069	.493	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
y4	Pearson Correlation	.302	.168	.201	1	.254	.308	.068	.134	.020	-.216	.380*
	Sig. (2-tailed)	.105	.375	.287		.175	.098	.723	.480	.915	.252	.039
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
y5	Pearson Correlation	.241	-.201	.241	.254	1	.134	.256	.140	-.024	-.094	.484**
	Sig. (2-tailed)	.200	.286	.200	.175		.480	.171	.459	.899	.621	.007
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
y6	Pearson Correlation	.000	.483**	.000	.308	.134	1	.264	.248	-.212	-.097	.497**
	Sig. (2-tailed)	1.000	.007	1.000	.098	.480		.159	.187	.260	.611	.005
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
y7	Pearson Correlation	-.075	.056	.000	.068	.256	.264	1	.224	-.186	-.355	.589**
	Sig. (2-tailed)	.695	.771	1.000	.723	.171	.159		.234	.325	.054	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
y8	Pearson Correlation	.444*	-.062	.222	.134	.140	.248	.224	1	-.157	-.174	.393*
	Sig. (2-tailed)	.014	.745	.238	.480	.459	.187	.234		.407	.359	.032
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
y9	Pearson Correlation	-.336	-.212	-.336	.020	-.024	-.212	-.186	-.157	1	.193	-.446*
	Sig. (2-tailed)	.069	.260	.069	.915	.899	.260	.325	.407		.308	.013
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
y10	Pearson Correlation	-.130	-.097	-.130	-.216	-.094	-.097	-.355	-.174	.193	1	-.362*
	Sig. (2-tailed)	.493	.611	.493	.252	.621	.611	.054	.359	.308		.050

Cronbach's Alpha	N of Items
.601	11

Lampiran 7. Matrix Proposal

PENDAHULUAN				TINJAUAN PUSTAKA			METODE PENELITIAN		
Latar Belakang	Masalah	Tujuan	Manfaat	Penelitian Terdahulu	Landasan Teori	Waktu	Tempat	Metode Penelitian/ Perolehan Data	Metode Analisis Data
<p>1. Peningkatan pesaing pelaku usaha di bidang kuliner</p> <p>2. Kepuasan konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan sebagai penentu keberhasilan suatu usaha</p> <p>3. Kualitas pelayanan dan kualitas produk yang berpengaruh terhadap konsumen</p>	<p>1. Bagaimana deskripsi kepuasan konsumen Sei Sapi Mamtuaku</p> <p>2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Sei Sapi Mamtuaku</p>	<p>1. Untuk mengetahui kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan Sei Sapi Mamtuaku</p> <p>2. Untuk mengetahui kepuasan konsumen terhadap kualitas produk Sei Sapi Mamtuaku</p>	<p>1. Mahasiswa</p> <p>2. Masyarakat</p> <p>3. Instansi</p> <p>4. Stakeholder</p>	<ul style="list-style-type: none"> • (Wicaksana & Rachman, 2018) Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Makanan Ayam Geprek Bang Ndut Di Pekan Baru. • (Maimunah, 2020) Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Cita Rasa, Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen. 	<p>1. Kepuasan konsumen</p> <p>2. Kualitas pelayanan</p> <p>3. Kualitas produk</p>	November – Desember	Ruko Se'i Sapi Mamtuaku di Tawangmangu Kecamatan Lowokwaru Kota Malang, Jawa Timur	Kuantitatif	<ul style="list-style-type: none"> • Uji validitas • Uji reliabilitas • Uji Asumsi klasik • Analisis Regresi Linear Berganda

Lampiran 9. Dokumentasi Kegiatan Penelitian





Lampiran 10. Sertifikat Hak Cipta


REPUBLIC INDONESIA
KEMENTERIAN HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA

SURAT PENCATATAN CIPTAAN

Dalam rangka perlindungan ciptaan di bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, dengan ini menerangkan:

Nomor dan tanggal permohonan : EC00202458736, 2 Juli 2024

Pencipta

Nama : Maria Di Yanti Jawa, Dr. Ir. H. Bambang Priyanto, MP dkk
Alamat : RT 003/RW 002 Desa Golulada, Detusoko, Ende, Nusa Tenggara Timur, 86371
Kewarganegaraan : Indonesia

Pemegang Hak Cipta

Nama : Program Studi Agribisnis Peternakan Politeknik Pembangunan Pertanian Malang
Alamat : Jl. Dr. Cipto No 144a, Sengkrajan, Bedahi, Lawang, Malang, Jawa Timur, Lawang, Malang, Jawa Timur 652115
Kewarganegaraan : Indonesia
Jenis Ciptaan : Karya Tulis (Skripsi)
Judul Ciptaan : Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Se'i Sapi Pada Rumah Makan Mmatuaku Di Tawangmangu Kecamatan Lowokwaru Kota Malang Jawa Timur

Tanggal dan tempat diumumkan untuk pertama kali : 28 Maret 2024, di Malang
di wilayah Indonesia atau di luar wilayah Indonesia

Jangka waktu perlindungan : Berlaku selama hidup Pencipta dan terus berlangsung selama 70 (tujuh puluh) tahun setelah Pencipta meninggal dunia, terhitung mulai tanggal 1 Januari tahun berikutnya.

Nomor pencatatan : 000634095

adalah benar berdasarkan keterangan yang diberikan oleh Pemohon.
Surat Pencatatan Hak Cipta atau produk Hak terkait ini sesuai dengan Pasal 72 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.

a.n. MENTERI HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA
DIREKTUR JENDERAL KEKAYAAN INTELEKTUAL
u.b
Direktur Hak Cipta dan Desain Industri



IGNATIUS M.T. SILALAH I
NIP. 196812301996031001

Disclaimer:
Dalam hal pemohon memberikan keterangan tidak sesuai dengan surat pernyataan, Menteri berwenang untuk mencabut surat pencatatan permohonan.

LAMPIRAN PENCIPTA

No	Nama	Alamat
1	Maria Di Yanti Jawa	RT 003/RW 002 Desa Golulada,, Detusoko, Ende
2	Dr. Ir. H. Bambang Priyanto, MP	Perum STTP Blok D/21, RT/RW 009/006, Kelurahan Randuagung, Kecamatan Singosari, Kabupaten Malang, Jawa Timur, Singosari, Malang
3	Dr. Sad Likah, S.Pt., MP	Jl. Kapi Sata Bali VI/16.F /06 RT/RW 005/001 Desa Sekarpuro, Kecamatan Pakis, Kabupaten Malang, Jawa Timur, Pakis, Malang

