

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN MINAT  
BELI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN  
WARUNG KAKI LIMA DI BATAM**

**SKRIPSI**



**Oleh :**

**Milenia Fitri Setya Putri**

**180910457**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
TAHUN 2023**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN MINAT  
BELI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN  
WARUNG KAKI LIMA DI BATAM**

**SKRIPSI**

**Untuk memenuhi salah satu syarat  
memperoleh gelar sarjanah**



**Oleh :**

**Milenia Fitri Setya Putri**

**180910457**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
TAHUN 2023**

## SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya :

Nama : Milenia Fitri Setya Putri  
NPM : 180910457  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora  
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “ Skripsi ” yang saya buat dengan judul :

**“ Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Minat Beli Terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Kaki Lima di Batam ”**

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah skripsi Ini tidak terdapat karya ilmiah ataupun pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar Pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi. ini dapat dibuktikan unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam,... 07 januari 2023



**Milena Fitri setya Putri**  
**180910457**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN MINAT  
BELI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN  
WARUNG KAKI LIMA DI BATAM**

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjanah**

**Oleh**

**Milenia Fitri Setya Putri  
180910457**

**Telah disetujui oleh pembimbing pada tanggal  
Seperti tertera di bawah ini**

**Batam, 13 Januari 2023**



**Asron Saputra, SE, M.Si.  
Pembimbing**



---

**Universitas Putera Batam**

## ABSTRAK

Bisnis kuliner merupakan salah satu bisnis yang berkembang pesat dengan cepat, dibuktikan dengan pelaku usaha kuliner yang bermunculan dengan inovasi- inovasi terbaru yang bertujuan untuk menarik minat pelanggan. Begitu juga dengan pelaku usaha yang ada di kepulauan Riau ini khususnya dikota Batam, bisnis kuliner mengalami perkembangan cukup baik. Dapat diperhatikan banyak kuliner dengan menggunakan konsep yang yang tidak kalah menarik untuk menjadi pilihan konsumen seperti : warung kaki lima, restoran, coffeeshop, dan kedai. Sehingga para pelaku usaha harus meningkatkan kualitas pelayanan agar minat beli konsumen meningkat juga terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan sangat berhubungan erat dengan kepuasan pelanggan dan merupakan faktor penting yang harus diperhatikan oleh setiap pelaku usaha yang bertujuan untuk menarik pelanggan. Begitu halnya dengan minat beli konsumen selain kualitas pelayanan yang baik, sistem pemesanan yang mempermudah konsumen pun juga mampu menarik minat beli pelanggan. Sehingga dalam hal ini kepuasan pelanggan sangat efektif dalam mempertahankan pelanggannya dalam jangka waktu yang cukup lama. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan dan minat beli berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan warung kaki lima di Batam. Metode pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner dengan sampel sebanyak 383 responden. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan metode analisis regresi berganda. Hasil penelitian didapatkan pada variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, nilai t hitung  $13,738 > t$  tabel  $1,966$ , dan  $Sig\ 0,000 < 0,05$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pada variabel minat beli terhadap kepuasan pelanggan memiliki nilai t hitung  $3,245 > t$  tabel  $1,966$ , dan signifikan  $0,001 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel minat beli berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan secara simultan dapat diperoleh nilai f hitung sebesar  $193,790 > f$  tabel  $3,02$  dan  $Sig\ 0,000 < 0,05$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Kata Kunci : Minat Beli, Bisnis kuliner, Kepuasan Pelanggan, Kualitas Produk, Kualitas Layanan

## **ABSTRACT**

*The culinary business is a business that is growing rapidly and rapidly, as evidenced by culinary business actors emerging with the latest innovations aimed at attracting customer interest. Likewise with business actors in the Riau archipelago, especially in the city of Batam, the culinary business is experiencing quite good development. It can be seen that there are many culinary delights using concepts that are no less interesting to be the choice of consumers, such as: street food stalls, restaurants, coffee shops, and taverns. So that business actors must improve the quality of service so that consumer buying interest increases as well as customer satisfaction. Service quality is very closely related to customer satisfaction and is an important factor that must be considered by every business actor who aims to attract customers. Likewise with consumer buying interest in addition to good service quality, an ordering system that makes it easier for consumers is also able to attract customer buying interest. So that in this case customer satisfaction is very effective in retaining its customers in a long period of time. The purpose of this study was to determine whether service quality and purchase intention affect customer satisfaction in street food stalls in Batam. Methods of data collection through the distribution of questionnaires with a sample of 383 respondents. The type of research used is quantitative research with multiple regression analysis methods. The results showed that the variable of service quality on customer satisfaction,  $t$  value  $13.738 > t$  table  $1.966$ , and  $\text{Sig } 0.000 < 0.05$ , so it can be concluded that the variable service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction. The variable of buying interest on customer satisfaction has a  $t$  count of  $3.245 > t$  table of  $1.966$ , and a significant  $0.001 < 0.05$  so it can be concluded that the variable of buying interest has a positive and significant effect on customer satisfaction. While simultaneously it can be obtained  $f$  count value of  $193.790 > f$  table  $3.02$  and  $\text{Sig } 0.000 < 0.05$ . Thus it can be concluded that  $H_0$  is rejected and  $H_a$  is accepted.*

**Keywords:** *Buying interest; Culinary business; Customer satisfaction; Product quality; Service quality*

## KATA PENGANTAR

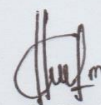
Puji syukur ucapkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulisan dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi stara satu (S1) pada Program studi Manajemen, fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari, bahwa skripsi ini belum sempurna dan tidak akan terwujud tanpa arahan pembimbing dan semua pihak. Oleh karena itu, kritik dan saran akan penulis terima. Karena itu, pada kesempatan ini penulis juga akan mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI., selaku Rektor Universitas Putera Batam;
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putera Batam;
3. Ibu Mauli Siagian, S.kom., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putera Batam;
4. Bapak Asron Saputra, SE., M.Si selaku dosen pembimbing skripsi yang telah mengarahkan penulis dengan baik;
5. Seluruh Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang telah berbagi ilmu pengetahuan dengan penulis;
6. Kedua orang tua tercinta yang sangat penulis sayangi dan hormati, yang selalu memberikan dukungan baik doa maupun materi dan bantuan yang diberikan kepada penulis;
7. Kepada keluarga yang selalu senantiasa mendukung dan mendoakan;
8. Kepada sahabat dan teman-teman seperjuangan penulis;
9. Kepada para responden yang senantiasa bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penulis;

Semoga Allah SWT membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-Nya, Amin.

Batam, 07 Januari 2023.



Milenia Fitri Setya Putri





## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	
HALAMAN JUDUL.....	
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS.....	
HALAMAN PENGESAHAN.....	
ABSTRAK .....	i
ABSTRACT .....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR RUMUS.....	x
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	8
1.3 Batasan Masalah.....	8
1.4 Rumusan masalah.....	9
1.5 Tujuan Penelitian .....	9
1.6 Manfaat Penelitian .....	9
1.6.1 Manfaat Teoritis .....	9
1.6.2 Manfaat praktis.....	10
<b>BAB II .....</b>	<b>11</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>11</b>
2.1 Kajian Teori .....	11
2.1.1 Kualitas Pelayanan .....	11
2.1.1.1 Pengaruh Kualitas layanan.....	11
2.1.1.2 Indikator Kualitas Pelayanan.....	12

2.1.1.3 Faktor kualitas Pelayanan.....	1.3
2.1.2 Minat Beli .....	14
2.1.2.1 Pengertian Minat beli.....	14
2.1.2.2 Indikator-indikator Minat Beli.....	14
2.1.2.3 Aspek minat Beli.....	15
2.1.2.4 Tahapan Minat Beli.....	16
2.1.3 Kepuasan Pelanggan .....	17
2.1.3.1 Pelayanan Kepuasan pelaggan.....	17
2.1.3.2 Dimensi kepuasan Pelanggan.....	18
2.1.3.3 Indikator Kepuasan Pelanggan.....	18
2.2. Penelitian Terdahulu .....	20
2.3. Kerangka Berfikir.....	22
2.3.1 Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	22
2.3.2 Hubungan Minat Beli Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	22
2.3.3 Hubungan Kualitas Pelayanan Dan Minat Beli Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	23
2.4. Hipotesis.....	24
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>25</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	25
3.2 Sifat Penelitian .....	25
3.3 Lokasi dan Priode Penelitian.....	25
3.3.1 Lokasi Penelitian.....	25
3.3.2 Periode Penelitian.....	26
3.4 Populasi dan Sampel .....	26
3.4.1 Populasi .....	26
3.4.2 Teknik Penentu Besar Sampel .....	27
3.4.3 Teknik Sampling .....	28
3.5 Sumber Data.....	28
3.5.1 Data Primer .....	29
3.5.2 Data Skunder .....	30
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	30

3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	31
3.7.1 Variabel Independen (variabel Bebas) .....	31
3.7.2 Variabel Dependen (variabel terkait) .....	31
3.8 Metode Analisis Data .....	32
3.8.1 Analisis Deskriptif .....	32
3.8.2 Uji Kualitas Data.....	33
3.8.3 Uji Asumsi Klasik.....	34
3.8.4 Uji Pengaruh .....	36
3.9 Uji Hipotesis .....	37
3.9.1 Uji T -test).....	38
3.9.2 Uji F .....	39
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>40</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	40
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden.....	40
4.2.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
4.2.2 Deskriptif Responden Berdasarkan Umur.....	41
4.2.3 Deskriptif Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	42
4.2.4 Deskriptif Responden Berdasarkan Pendapatan.....	42
4.2.5 Deskriptif Responden Berdasarkan Berapa Lama Menjadi Pelanggan...43	
4.3 Deskripsi Jawaban Responden.....	43
4.3.1 Analisis Deskriptif.....	43
4.3.1.1 Hasil Analisis Variabel Kualitas Pelayanan (X1).....	45
4.3.1.2 Hasil Analisis Variabel Minat Beli (X2).....	46
4.3.1.3 Hasil Analisis Variabel kepuasan pelanggan (Y).....	47
4.4 Analisis Data .....	48
4.4.1 Hasil Kualitas Data.....	48
4.4.1.1 Hasil Uji Validitas Data.....	48
4.4.1.2 Hasil Uji Reabilitas .....	50
4.4.2 Uji Asumsi Klasik.....	51
4.4.2.1 Hasil uji Normalitas.....	51

4.4.2.2 Hasil Uji Multikolonieritas.....	53
4.4.2.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	54
4.4.3 Hasil Uji Pengaruh.....	55
4.4.3.1 Hasil Analisis Linier Berganda.....	55
4.4.3.2 Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	56
4.5 Uji Hipotesis .....	57
4.5.1 Hasil Uji T (Parsial) .....	57
4.5.2 Hasil Uji F .....	58
4.6.1 Pembahasan.....	60
4.6.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	60
4.6.2 Pengaruh Minat Beli Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	61
4.6.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan, dan Minat Beli Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	61
4.7 Implikasi Hasil Penelitian .....	62
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>63</b>
5.1 Simpulan .....	63
5.2 Saran.....	63
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>65</b>
<b>IAMPIRAN</b>	
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	
Lampiran 2. Tabulasi dan Hasil SPSS	
Lampiran 3. Daftar Riwayat Hidup	
Lampiran 4. Surat Izin Penelitian	
Lampiran 5. Hasil Trunitin	

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 2.1</b> Kerangka Berpikir .....	24
<b>Gambar 4.1</b> Hasil Uji Normalitas Dengan Kurva Histogram.....	51
<b>Gambar 4.2</b> Hasil Uji Normalitas Dengan Normal P-Plot .....	52
<b>Gambar 4.3</b> Hasil Uji Heteroskedastisitas Dengan Scatterplot .....	54

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1.1</b>	Data UMKM Kota Batam Tahun 2018-2022.....	4
<b>Tabel 1.2</b>	Data Pra Survey penelitian kualitas pelayanan, minat beli dan kepuasan pelanggan warung kaki lima Kota Batam tahun 2022 .....	6
<b>Tabel 2. 1</b>	Penelitian Terdahulu.....	20
<b>Tabel 3.1</b>	Periode Penelitian.....	26
<b>Tabel 3.2</b>	Skala Likert .....	30
<b>Tabel 3.3</b>	Operasional Variabel Penelitian.....	32
<b>Tabel 4.1</b>	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	41
<b>Tabel 4.2</b>	Responden Berdasarkan Usia/Umur .....	41
<b>Tabel 4.3</b>	Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	42
<b>Tabel 4.4</b>	Responden Berdasarkan Pendapatan.....	42
<b>Tabel 4.5</b>	Responden Berdasarkan Berapa Lama Menjadi Pelanggan.....	43
<b>Tabel 4.6</b>	Rentang Skala.....	44
<b>Tabel 4.7</b>	Skor Indikator Variabel Kualitas Pelayanan .....	45
<b>Tabel 4.8</b>	Skor Indikator Variabel Minat beli .....	46
<b>Tabel 4.9</b>	Skor Indikator Variabel Kepuasan pelanggan.....	47
<b>Tabel 4.10</b>	Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X1).....	48
<b>Tabel 4.11</b>	Hasil Uji Validitas Minat Beli (X2) .....	49
<b>Tabel 4.12</b>	Hasil Uji Validitas Kepuasan pelanggan (Y) .....	49
<b>Tabel 4.13</b>	Hasil Uji Reliabilitas .....	50
<b>Tabel 4.14</b>	Hasil Uji Normalitas Dengan Kolmogrov Smirnov .....	52
<b>Tabel 4.15</b>	Hasil Uji Multikolonieritas.....	53
<b>Tabel 4.16</b>	Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	55
<b>Tabel 4.17</b>	Hasil Uji koefisiensi Determinasi ( $R^2$ ).....	56
<b>Tabel 4.18</b>	Hasil Uji – t Parsial .....	57
<b>Tabel 4.19</b>	Uji F (Simulan).....	59

## DAFTAR RUMUS

<b>Rumus 3.1</b> Rumus Isaac Michael.....	27
<b>Rumus 3.2</b> Pearson Product Momen .....	33
<b>Rumus 3.3</b> Metode Cronbach Alpha .....	34
<b>Rumus 3.4</b> Regresi Linier Berganda .....	37
<b>Rumus 4.1</b> Rentang Skala .....	44





**Universitas Putera Batam**

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Bisnis kuliner merupakan salah satu bisnis yang berkembang pesat dalam jangka waktu 1-3 tahun, hal ini bisa dibuktikan banyaknya pelaku usaha kuliner yang bermunculan dengan inovasi- inovasi terbaru dalam produknya agar dapat mengambil hati para konsumennya sehingga pada akhirnya konsumen akan memutuskan untuk membeli produk yang ditawarkan, dan membuat pelaku usaha kuliner dituntut harus selalu berkompetesi dalam meningkatkan pemasarannya maka dari itu pelaku usaha kuliner khususnya (warung kaki lima) harus menyiapkan strategi pemasaran yang tepat dalam membangun usahanya. Dalam menghadapi sebuah persaingan bisnis yang ketat, setiap para pelaku usaha kuliner harus bisa mempertimbangkan dan memperhatikan kepuasan kosnsumen.

Dikepulauan Riau ini khususnya dikota Batam bisnis kuliner ini sudah mengalami perkembangan yang cukup baik. Biasanya dapat kita lihat banyaknya kuliner dengan bermacam konsep yang menjadikan pilihan para pelaku usaha seperti : warung kaki lima, restoran, cafe dan kedai. Dalam hal ini banyaknya bisnis warung makan yang bermunculan baik dalam skala besar maupun kecil, yang memberikan dampak langsung bagi pesaing para pelaku usaha kuliner, dalam membuat para pelaku usaha kuliner dituntut harus bergerak lebih cepat dalam menarik konsumen. Maka dari itu konsumen juga banyak mempunyai pilihan dalam menentukan keinginannya dalam membeli suatu kebutuhan.

Semakin banyaknya warung di kota Batam seperti warung kaki lima, restoran, cafe dan di dalam ini juga memiliki akibat yaitu banyaknya varian kuliner di kota Batam yang di tawarkan oleh pelaku usaha kuliner, dan bisnis kuliner warung makan kaki lima ini juga memiliki pelayanan yang baik terhadap minat beli pelanggan, dan setiap warung kaki lima yang ada di Batam memiliki lokasi yang strategis dan ramai pengunjungnya.

Sudana (2021) Menyatakan bahwa pelayanan merupakan tindakan atau perbuatan seseorang atau suatu organisasi untuk memberikan kepuasan pada pelanggan, sesama karyawan serta pemimpin. Kualitas Pelayanan juga memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan dan merupakan variabel penting yang harus diperhatikan oleh para pelaku bisnis, termasuk pada warung kaki lima. Setiap warung makan kaki lima di kota Batam juga mempunyai cara tersendiri untuk menarik pelanggan salah satunya dengan memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen dan menjaga kebersihan seperti menjaga kebersihan pada makanan, bauk badan, serta pakaian yang rapi dan bersih sehingga dapat mendorong konsumen untuk tetap berlangganan terhadap warung makan kaki lima yang berada di kota Batam. Karena adanya pelayanan yang baik dan kebersihan yang terjaga membuat konsumen merasa puas dan akan berdampak terjadinya pembelian secara berulang-ulang oleh para konsumen dan dapat meningkatkan suatu penjualan pada warung kaki lima kota Batam.

Di zaman sekarang sudah begitu canggih seiring berjalannya waktu, warung kaki lima yang ada di kota Batam sekarang banyak yang menggunakan sistem pemesanan melalui aplikasi seperti gofood, grabfood dan shopeefood dengan begitu

konsumen akan lebih mudah dalam melakukan pemesanan terhadap warung kaki lima yang ada dikota batam khususnya. Dan bisa juga menarik minat daya beli pelanggan dalam memesan makanan dan minuman yang ada diwarung kaki lima dikota batam. Minat beli merupakan suatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, dari sana timbul ketertarikan untuk mencoba produk tersebut sampai pada akhirnya timbul sebuah keinginan untuk membeli suatu produk agar dapat memilikinya, pernyataan ini didukung oleh Kotler (dalam Sulastri 2022) .minat beli juga merupakan suatu pendorong yang ada dalam diri pelanggan untuk dapat melakukan pembelian ulang terhadap suatu pembelian produk yang akan di beli karena adanya kepuasan puas pelanggan terhadap warung kaki lima dibatam.

Menurut (Hoffman ,2021) Kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul dengan membandingkan kinerja yang di sajikan produk terhadap ekspetasi mereka. Dan bila kinerja gagal memenuhi ekspetasi, pelanggan akan tidak puas. Kualitas yang baik juga harus mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan, hal ini diharapkan agar bisa menarik pelanggan untuk melakukan pembelian. Maka dari itu juga bisa mempengaruhi loyalitas pelanggan secara langsung maupun tidak langsung melalui kepuasan konsumen. Dalam hal ini juga kepuasan dalam pelanggan sangatlah efektif dalam mempertahankan pelaggannya dalam jangka waktu yang lama kepuasan dalam pelaggan ini juga parameter yang amat penting dalam suatu bisnis, dikarenakan suatu bisnis ini bisa terus berkelanjutan.

Permasalahan pada kualitas layanan pada suatu warung kaki lima dikota batam adalah pelayanan yang kurang baik yang di berikan warung kaki lima terhadap konsumennya, seperti : kurang sopan saat melayani konsumen sehingga membuat konsumen merasa tidak nyaman atau tidak puas akan layanan yang telah di berikan oleh restoran tersebut. bukan itu saja, cita rasa yang diberikan restoran atau warung kaki lima harus bisa memanjajakan lidah para konsumennya supaya konsumen puas akan pelayanan yang di berikan oleh restoran atau warung kaki lima dan yang paling penting adalah kebersihan restoran atau warung kaki lima membuat para konsumen betah dan nyaman kalau menikmati makanan yang telah di sajikan dan hal itu juga akan membuat konsumen berlangganan ke warung kaki lima tersebut.

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil studi pada “ warung kaki lima dikota batam” yang dimana warung kaki lima ini merupakan usaha yang berada di kota batam, kepulauan riau.

**Tabel 1.1** Data UMKM Kota Batam Tahun 2018-2022

	<b>Tahun</b>	<b>Jumlah UMKM</b>
<b>KOTA BATAM</b>	2018	179
	2019	478
	2020	555
	2021	7575
	2022	13123
<b>BATU AJI</b>	2018	15
	2019	19
	2020	28
	2021	32
	2022	56

**Sumber** : kementerian koperasi dan usaha kecil dan menengah republik indonesia tahun 2018-2022

Berdasarkan tabel dari Data umkm di atas bisa kita lihat bahwa dari tahun 2018-2022 Umkm di kota batam mengalami kenaikan yang sangat signifikan, banyak nya umkm di kota batam membuat para pelaku usaha warung kaki lima yang ada di kota batam memberikan cita rasa terbaiknya terhadap kepuasan pelanggan, kenyamanan, serta minat beli yang dilakukan pelanggan terhadap pelaku usaha warung kaki lima yang ada di kota batam. Kenaikan yang di alami umkm kota Batam pada Awal tahun 2018 ini memberikan banyak dampak positif dari berbagai pihak, baik dari pelaku usaha maupun pihak luar. Contohnya : dengan semakin meningkat nya pelaku umkm yang ada di kota batam, akan memberikan sisi positif mengenai terciptanya lowongan pekerjaan yang ada di kota batam. Hal ini juga memberikan citra yang baik terhadap kementerian perekonomian dan pariwisata, yang bisa mendongkrak kembali perekonomian indonesia. Yang sebelumnya mengalami penurunan yang di akibatkan pandemi covid-19 pada tahun 2020. Yang melanda hampir semua Negara-negara yang ada di dunia. Maka dari itu, semakin bertambahnya pelaku umkm yang ada di kota batam. Membuat perekonomian indonesia bangkit kembali.

Dalam penelitian ini lebih fokus meneliti di daerah batu aji, Kondisi dan situasi warung kaki lima yang berada di batu aji saat ini sangatlah ramai pedang kaki lima dan pengunjung semakin banyak nya varian kuliner yang berada di batu aji. Jenis dagangan biasanya yang kita dapatkan bisa berupa minuman, makanan, ataupun barang mainan yang dapat di jangkau dikalangan masyarakat. Dan pedagang kaki lima ini juga menargetkan tempat pemasarannya seperti ditempat yang ramai pengunjung dan strategis atau seperti alun-alun. Warung kaki lima yang

diteliti yaitu lebih kuliner warung ayam penyet yang berada didaerah batu batam dan Kebanyakan pedagang kaki lima yang berada di batu aji merupakan warga asli batu aji batam. Makanan pada warung kaki lima kuliner batu aji tak kalah enak nya dengan makanan yang berada di restoran dan mall.

**Tabel 1.2** Data Pra Survey penelitian kualitas pelayanan, minat beli dan kepuasan pelanggan warung kaki lima Kota Batam tahun 2022

	No	Pertanyaan	Suka	Tidak suka
<b>Kualitas Pelayanan</b>	1.	Bagaimana kualitas layanan pada warung kaki lima ini ?	45	5
	2.	Apakah karyawan pada warung kaki lima sudah ramah dan profesional dalam melayani pelanggan ?	40	10
	3.	Menurut saudara , apakah pelayanan yang di berikan warung kaki lima sudah cepat?	46	4
	4.	Apakah respon yang di lakukan karyawan warung kaki lima sudah baik?	44	6
	5.	Menurut saudara, apakah warung kaki lima sudah melakukan pelayanan dengan bersih	45	5
<b>Minat Beli</b>	6.	Apakah saudara berminat kembali berlangganan diwarung kaki lima?	48	2
	7.	Apakah saudara berminat merekomendasikan kepada teman?	42	8
<b>Kepuasan Pelanggan</b>	8.	Apakah saudara suka terhadap cita rasa pada warung kaki lima?	43	7
	9.	Apakah harga yang diberikan warung kaki lima sesuai terhadap rasa?	40	10
	10.	Bagaimana menu makan yang diberikan warung kaki lima?	38	12
	11.	Apakah saudara puas dengan kebersihan dan cita rasa yang di berikan pada warung kaki lima?	44	6

**Sumber :** Peneliti Tahun 2022

Maka dapat di paparkan berapa banyak pelanggan yang suka atau tidak suka mengenai kualitas layanan, minat beli, serta kepuasan pelanggan terhadap warung kaki lima yang ada di Batam. Dari data diatas, ada sekitar 70% mereka suka dengan pelayanan yang di berikan oleh pelaku usaha warung kaki lima yang ada di Batam. Dan sekitar 30% tidak suka terhadap pelayanan yang diberikan oleh pelaku usaha warung kaki lima yang ada di Batam.

Dan untuk minat beli pelanggan terhadap warung kaki lima yang ada di kota Batam, terdapat 90% berminat dalam membeli makanan serta minuman yang telah di sajikan oleh pelaku usaha warung kaki lima yang ada di kota Batam. Karena cita rasa yang di tawarkan oleh pelaku usaha tersebut memuaskan pelanggan. Dan ada sekitar 10% dari mereka tidak suka dalam melakukan pembelian terhadap makanan dan minuman yang ada di warung kaki lima yang ada di kota Batam.

Serta bagaimana pelaku usaha warung kaki lima ini dapat memberikan kepuasan terhadap pelangganya dalam melakukan pembelian makanan dan minuman yang ditawarkan pelaku usaha warung kaki lima tersebut. Dan dapat kita jabarkan dari data pra survei di atas, berapa persen yang suka atau tidak dengan kepuasan yang di berikan oleh pelaku usaha terhadap pelanggannya. Ada sekitar 65% suka terhadap kepuasan yang di berikan oleh pelaku usaha warung kaki kepada pelanggannya dan 35% dari mereka tidak puas akan pelaku usaha warung kaki lima yang ada di kota Batam.

Dengan ini peneliti tertarik melangsungkan penelitian akibat banyaknya permasalahan yang terjadi pada kepuasan, minat beli, dan kepuasan pelanggan



terhadap pelaku usaha warung kaki lima yang ada di kota bata. Maka peneliti mengusung topik penelitian dengan judul “ **Pengaruh Kualitas Layanan dan Minat Beli Terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Kaki Lima Di Batam**”

### **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan konteks tersebut dijelaskan oleh penulis setelah sejumlah masalah teridentifikasi.

1. Kurangnya kualitas Pelayanan terhadap warung kaki lima yang ada di batam dikarenakan kurangnya karyawan.
2. Kurangnya minat beli pelanggan terhadap warung kaki lima yang ada di batam dikarenakan masih ada yang tidak menggunakan teknologi (Gofood).
3. Menurunnya minat beli pelanggan terhadap warung kaki lima akibat pandemi yang terjadi saat ini dan rasa masakan yang kurang enak.
4. Kurangnya kepuasan pelanggan terhadap warung kaki lima akibat kurangnya layanan terhadap pelanggan.

### **1.3 Batasan Masalah**

Batasan masalah penelitian ini ditentukan oleh peneliti sebagai prioritas dan focus untuk menemukan hasil penelitian secara langsung dan mendalam yaitu:

1. Variabel yang diteliti yaitu kualitas layanan, Minat beli terhadap kepuasan pelanggan
2. Objek penelitian yaitu warung kaki lima yang ada di batam.
3. Fokus wilayah penelitian hanya di daerah batu aji.
4. Fokus pada warung kaki lima kuliner.

#### **1.4 Rumusan masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah dalam penelitian ialah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas Pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan warung kaki lima di Batam?
2. Apakah minat beli berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan warung kaki lima di Batam?
3. Apakah kualitas Pelayanan dan minat beli berpengaruh secara silmutan terhadap kepuasan pelanggan warung kaki lima di Batam?

#### **1.5 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan warung kaki lima di Batam?
2. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan dan minat beli berpengaruh secara silmutan terhadap kepuasan pelanggan warung kaki lima di Batam?
3. Variabel manakah yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan warung kaki lima di Batam?

#### **1.6 Manfaat Penelitian**

##### **1.6.1 Manfaat Teoritis**

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini di harapkan dapat menambahkan wawan dan pengetahuan bagi penulisan serta menambah ilmu dan wawasan yang telah didapatkan

pada perkuliahan dan juga banyak mendapatkan pengalaman dari penelitian yang telah dilakukan dilapangan secara langsung, dan kita juga bisa beriteraksi langsung dengan pelanggan untuk dijadikan bahan penelitian yang dibuat oleh penulis.

2. Bagi penelitian selanjutnya

Penelitian ini digunakan sebagai dasar studi, ilmu pengetahuan, referensi, dan perbandingan bagi penelitian selanjutnya.

### **1.6.2 Manfaat praktis**

1. Bagi perusahaan

Berharap penelitian ini dapat memberikan informasi lebih lanjut tentang kualitas layanan untuk kepuasan layanan untuk kepuasan pelanggan yang diterapkan di warung kaki lima dan memberikan informasi yang berguna untuk pengembangan warung kaki lima di masa mendatang. Penelitian ini dapat menjadi panduan dalam merancang strategi pemasaran terbaik untuk mencapai tujuan bisnis.

2. Bagi Universitas Putera Batam

Dari hasil penelitian yang dihasilkan ini, diharapkan bisa digunakan sebagai bahan atau referensi bagi mahasiswa Universitas Putera Batam dan dapat juga digunakan sebagai bahan penelitian sejenis.



---

**Universitas Putera Batam**

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Kajian Teori**

(Indrasari ,2019) Pemasaran merupakan proses memperluas suatu target pelanggan untuk produk melalui titik atau saluran yang tepat, dan mengukur reaksi mereka atau tanggapan dalam akhirnya yang memfasilitasi jalan mereka untuk membeli.

##### **2.1.1 Kualitas Pelayanan**

###### **2.1.1.1 Pengertian Kualitas layanan**

Kualitas pelayanan merupakan hal yang penting dalam mempengaruhi pelanggan dalam membeli suatu produk, dan memberikan kualitas pelayanan yang baik kepada pelanggan akan berdampak terjadinya pembelian berulang terhadap suatu usaha. Kualitas pelayanan merupakan penawaran suatu kinerja yang bermula dari pihak yang satu ke pihak lainnya. Kinerjanya bisa berbentuk perawatan yang tidak berwujud atau tidak bisa dimiliki. Dan paling utamanya adalah sebuah sikap penjualan pada konsumen dalam suatu hal pemenuhan kebutuhan mereka (Mega Silfiani 2021).

(Arinal Husna, Zuriani 2021) Menjelaskan bahwa kualitas pelayanan ialah setiap tindakan dan perbuatan akan di tawarkan kepada suatu pihak ke pihak lain yang dasarnya bersifat aset tidak berwujud. Kualitas pelayanan suatu pemrosesan yang dapat diukur dari tingkat layanan yang di berikan kepada pelanggan dengan

layanan yang mereka terima. Mutu pelayanan juga bisa dengan metode menyamakan anggapan para pelanggan atas layanan yang benar-benar mereka terima (Mahmud ,2021).

Menurut (Umar Bakti & Alie 2020) kualitas pelayanan merupakan sejauh mana perbedaan sebuah kualitas dengan kenyataan atau harapan pelanggan terhadap pelayanan yang mereka terima. Dan kualitas pelayanan ini juga mencerminkan sebuah ekspektasi pelanggan terhadap sebuah perbandingan antar usaha. Kualitas layanan yaitu ketidaksesuaian antara harapan maupun keinginan pelanggan dengan pendapat pelanggan. Hal ini membuat kualitas layanan mempunyai beberapa karakteristik berbeda yang membuat kualitas layanan tersebut sulit untuk di definisikan maupun di ukur.

#### **2.1.1.2. Indikator kualitas Pelayanan**

Menurut (Aziz and Putra 2019) Kualitas layanan mempunyai lima indikator sumber teorinya yaitu:

- a. Jaminan (Asurance) yang meliputi pengetahuan serta kompetensi, kesopanan, dan sifat yang dapat dipercaya dimiliki sebagian staf.
- b. Keandalan (Reability) yaitu kemampuan seseorang dalam memberikan layanan yang akurat dan memuaskan seperti yang dijanjikan.
- c. Bukti fisik (Tangible) mencakup sarana komunikasi, perlengkapan, pegawai, fasilitas fisik.
- d. Daya tanggap (Responsiveness) yakni kemampuan seseorang dalam memberikan layanan kepada pelanggan dengan tanggap dan tepat.

- e. Empati (Emphaty) mencangkup suatu kepeahaman atas kebutuhan konsumen, memberikan kemudahan dalam menjalin sebuah komunikasi yang baik dan relasi.

### **2.1.1.3. Faktor Kualitas Pelayanan**

Menurut (Mega Silfiani 2021) faktor kualitas pelayanan yakni:

- a. Kompetensi  
suatu wawasan yang luas serta keunikan dalam berkompetensi saat melayani pelanggan.
- b. Keandalan  
Suatu proses kinerja yang di rancang dalam beroperasi untuk memberikan pelayanan serta menepati janjinya.
- c. Aksesibilitas  
Suatu akses fasilitas yang mudah dalam berinteraksi, serta jaringan mudah dihubungi, dan mudah dalam menemukan lokasi.
- d. Komunikasi  
suatu komunikasi yang di lakukan antara penjual dan pembeli untuk memperoleh suatu informasi dalam melayani segala permintaan diinginkan.
- e. Responsif  
Kesanggupan seorang pekerja dalam melayni pelanggan serta memberikan pelayanan yang baik.
- f. Kesopanan  
Merupakan hal yang penting dalam suatu usaha dalam melayani pelanggan dengan melakukan sikap hormat, santun,ramah serta sopan.

## **2.1.2 Minat Beli**

### **2.1.2.1. Pengertian Minat Beli**

Minat beli adalah suatu keinginan seseorang untuk membeli dan berlangganan pada suatu produk tertentu, minat beli juga bisa dikatakan perasaan seseorang terhadap minat suatu produk. Minat merupakan kepribadian seseorang yang saling berhubungan dengan tingkah laku, terhadap barang memperoleh suatu objek dan serangkain tingkahlaku (Achmad Suryadi 2021).

Menurut (Ermawati 2020) minat beli suatu pemusatan perasaan senang terhadap barang atau perhatian yang disertai dengan keinginan sehingga muncul perasaan yang menginginkan barang tersebut. Minat beli merupakan dorongan buat motivasi seseorang dalam melaksanakan aksinya dan atensi juga mempunyai rangsangan internal yang kokoh untuk memotivasi aksi dimana suatu dorongan ini di taklukan oleh mulus serta respon yang positif pada produk.

Sedangkan menurut (Adi Mulyana 2019) minat beli merupakan produk yang ditawarkan kepada pelanggan dengan penyediaan layanan di masa depan, minat beli ulang ini juga mempunyai atensi beli ulang ataupun selaku kemauan beli ulang dengan mengukur kecanduan seseorang untuk melanjutkan ,menaikan serta mengurangi jumlah layanan dari penjual dikala atensi yang bergantung pada nilai yang diperoleh dari tranksaksi terlebih dulu.

### **2.1.2.2. Indikator- indikator Minat Beli**

Menurut (Purwati and Cahyanti 2022) indikator minat beli yakni:

- a. Atensi Transaksional



Kenginan seorang pelanggan untuk membeli suatu produk

b. Atensi Referensial

Ialah atensi yang membuat orang kecanduan untuk mempromosikan suatu produk kepada orang lain

c. Atensi Preferensial

Ialah atensi sikap seseorang untuk menggambarkan preferensi pada produk, dan preferensi ini cuman bisa ditukar bila terjadi dengan preferensi produk.

d. Atensi Eksploratif

Atensi ini mengapreasikan sikap seorang yang senantiasa mangingput data menimpa produk yang disukai serta akan mencari data buat mendukung sifat dari produk tersebut.

### **2.1.2.3. Aspek Minat Beli**

Menurut (Achmad Suryadi 2021) aspek minat beli yaitu:

a. Kebutuhan Fisik

Kebutuhan fisik merupakan kebutuhan seseorang yang nyata dan di perlukan oleh manusia untuk keberlangsungan hidup yang lebih layak.

b. Sosial

Sosial Juga merupakan media dalam suatu alasan untuk membeli atau berlangganan suatu produk.

c. Egoitis

merupakan mentingkan diri sendiri dalam melakukan suatu bisnis sehingga membuat pelanggan merasa kecewa.

d. Pengalaman konsumen

Merupakan kesan seseorang terhadap suatu produk dari waktu ke waktu untuk mengambil pengalaman pelanggan untuk mendapatkan sebuah interaksi yang pelanggan lakukan bisnis dengan berbagai tim atau titik interaksi.

#### **2.1.2.4. Tahapan Minat Beli**

Menurut (Ermawati 2020) tahapan minat beli yaitu:

1. Perhatian (attention)

Sesi ini ialah tahap dini dalam memperhitungkan sesuatu produk ataupun jasa cocok dengan kebutuhan calon pelanggan, tidak hanya itu calon pelanggan pula menekuni produk yang di tawarkan

2. Tertarikan (interest)

Di dalam sesi ini pelanggan mulai tertarik buat membeli suatu produk yang di tawarkan, sehabis memperoleh data yang lebih rinci menimpa produk yang ditawarkan.

3. Hasrat (desire)

Hasrat serta kemauan untuk membeli suatu produk harus berdiskusi dan memikirkan tentang apa yang menimpa produk yang akan dibeli. Dengan tahapan ini membuat pelanggan mulai berminat terhadap produk yang di tawarkan dan dengan diisyrati timbulnya atensi yang kokoh serta pelanggan berupaya untuk berlangganan terhadap produk yang ditawarkan.

4. Tindakan (action)

Didalam ini pelanggan sudah mempunyai keinginan yang besar untuk membeli atau berlangganan pada suatu produk.

### **2.1.3 Kepuasan Pelanggan**

#### **2.1.3.1. Pelayanan Kepuasan Pelanggan**

kepuasan pelanggan merupakan tingkatan perasaan konsumen dalam membandingkan antara apa yang diterima serta apa yang di harapkan. Jika seorang pelanggan merasa puas atas nilai suatu produk maupun layanan, maka mereka akan menjadi pelanggan dalam jangka waktu yang lama. Kepuasan pelanggan dapat di prioritaskan dengan situasi seseorang, yang mana suasana hati pelanggan dengan memperkuat kepuasan dari konsumen di situasi-situasi perasaan hati pelanggan (Mega Silfiani 2021).

Menurut (Sodikin & Arifin Rois, 2022) kepuasan pelanggan ialah salah satu alibi terdapatnya industri yang memiliki kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan ini juga sebuah aspek bawah memastikan untuk berlangganan berikutnya. Kepuasan pelanggan juga merupakan perasaan seseorang untuk berlangganan kembali dan merasa puas apabila harapan yang mereka dapatkan terpenuhi, dan pelanggan akan senantiasa membeli suatu produk.

(Siahaan and Raymond, 2020) menyatakan bahwa ketidakpuasan seorang konsumen dapat berlangsung sekiranya penampilan yang didapati kurang dari keinginan, serta kesenangan konsumen dapat berlangsung dengan penampilan yang didapati untuk melengkapi keinginan mereka. Konsumen juga dapat melihat

prihal kepuasan konsumen dengan merasakan langsung apa yang dirasakan, kepuasan konsumen juga menjadi point penting dalam menjalankan suatu bisnis.

### **2.1.3.2. Dimensi Kepuasan Pelanggan**

Menurut (Hariadji, 2018) di mesi dan indikator yang dapat digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Dimensi kualitas

Merupakan suatu penampilan dengan indikator kualitas penampilan produk yang unik.

2. Dimensi manfaat

Didalm penelitian ini memiliki indikator manfaat lebih.

3. Dimensi keistimewaan

Keistimewaat pada suatu prodak yang di tampilkan atau pun disajikan dan memiliki keistimewaan lebih.

4. Dimensi Kesesuaian

Memiliki kesesuaian terhadap produk yang disajikan.

### **2.1.3.3 Indikator Kepuasan Pelanggan**

Menurut (Priansa, 2017:210) ada berbagai metrik yang tercantum di bawah ini untuk menentukan apakah suatu perusahaan telah mencapai kepuasan pelanggan sebagai berikut.

1. Harapan

kewajaran seseorang yang membeli barang atau jas memiliki ekspetasi yang

tinggi terhadap barang atau jasa yang di beli, semakin tinggi ekspektasi maka semakin tinggi pula kemungkinan untuk kecewa.

## 2. Kinerja

Kinerja orang yang menyediakan atau menjual barang dan jasa juga dapat dijadikan ukuran untuk menentukan kepuasan pelanggan.

## 3. Perbandingan

Untuk menentukan produk atau layanan mana yang saling tumpang tindih, diperlukan membandingkannya untuk menentukan yang terbaik.

## 4. Pengalaman

Tentu saja, seseorang harus memiliki pengalaman dalam membeli barang dan jasa dalam secara otomatis memiliki gambaran tentang kualitas barang atau jasa , sehingga ketidakpuasan muncul ketika apa yang diterimanya sekarang lebih buruk dari pengalamannya sebelumnya.

## 5. Konfirmasi

Apa yang dimaksud dengan komunikasi dari penjual atau penyedia jasa kepada calon pembeli, jika seseorang telah membeli suatu produk atau jasa, diperlukan verifikasi untuk menentukan terjadinya atau tidaknya suatu transaksi.

## 2.2. Penelitian Terdahulu

**Tabel 2. 1** Penelitian Terdahulu

No	Nama Dan Tahun Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
1.	Siti Liana Wau (2020)	Pengaruh Kualitas Layanan, Minat Konsumen Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Top 100 Batu Aji	Kualitas layanan,minat konsumen,promosi, keputusan pembelian	Uji f diperoleh hasil bahwa secara simultan kualitas layanan ,minat konsumen dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
2.	Sodikin & ArifinRois (2022)	Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Ayam Geprek kak Rose Di Kota Malang	Harga,Promosi, Kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan	Menunjukkan bahwa secara simultan variabel harga, promosi, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan
3.	Malik Ibrahim & siti Marijam Tahwil (2019)	Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan kepuasan pelanggan	Untuk mengetahui suatu pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan .
4.	Umar Bakti & Alie (2020)	Pengaruh kualitas pelayanan, produk dan harga terhadap minat beli pada toko online lazada di bandar lampung	Kualitas pelayanan, produk dan harga	Hasil uji validitas yang dilakukan oleh peneliti yaitu 30 responden dari luat sampel dengan hasil kriteria.
5.	Nyarmiat i & Sri Rahayu Tri Astuti	Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Brand Image Dan Perceived Value Terhadap Minat Beli	Kualitas Layanan Produk, Citra merek , Nilai yang Dirasakan, kepuasan	Bahwa kualitas layanan, kualitas produk,citra merek dan presepsi value berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan

		Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening	Pelanggan ,Minat Beli ulang	pelanggan. Dan juga kepuasan pelanggan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang.
6.	Arinal Husna, Zuriana, Sumitro (2021)	Pengaruh kualitas pelayanan, promosi, harga, kualitas produk dan cita rasa terhadap kepuasan pelanggan pada ayam gebrek warung endus sibuya	Kepuasan pelanggan, kualitas layanan, kualitas produk, promosi harga	Bahwa kualitas layanan dan promosi memiliki efek positif dan signifikan pada kepuasan pelanggan, sementara harga, kualitas dan rasa produk tidak berpengaruh positif dan signifikan pada kepuasan pelanggan
7.	Niken Nanicova (2019)	Pengaruh Kualitas Layanan, terhadap kepuasan pelanggan Noach Cafe dan Bistro	Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan	Mengetahui adanya pengaruh signifikan antara variabel kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada Noach cafe dan Bistro.
8.	Adi Mulyana	Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang pelanggan shao kao kertajaya melalui kepuasan pelanggan	Kualitas produk, kualitas pelayanan, minat beli, kepuasan pelanggan	Bahwa signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan keputusan pelanggan sendiri berpengaruh signifikan positif terhadap minat beli ulang.
10.	Heryenzuz (2018)	Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen dalam membeli rumah dikota batam	Kualitas Produk,harga,Lokasi,Promosi,minat beli	Mengetahui adanya pengaruh signifikan terhadap kualitas produk,harga,lokasi,promosi slimutan terhadap minat beli

Sumber : Peneliti, 2022

## **2.3. Kerangka Berfikir**

### **2.3.1 Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Menurut (Ibrahim and Thawil 2019) Kualitas Layanan memberikansutu motivasi pelanggan dalam berkomitmen kepada layanan dan produk tertentu yang dapat menaikkan suatu kinerja perusahaan. Dan mempertahankan kualitas pelayanan, maka kepuasan pelaggan mempunyai satu faktor penting didalam mempertahankan pelaggan sesuai dengan kebutuhan pasar. Dan kotler menjelaskan bahwa suatu kualitas pelayanan mempunyai proses kerja yang dapat meningkatkan dan mempertahankan dalam perbaikan mutu secara berkelanjutan dari satu proses produksi, dengan pelayanan yang dihasilkan dan dirasakan.

Beberapa hasil penelitian telah menemukan hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan memiliki hubungan yang kuat (Ibrahim and Thawil 2019) (Susanti and Wahyuni 2017), (Nuraeni, Eldine, and Muniroh 2020), (Christono 2022) membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

### **2.3.2 Hubungan Minat Beli Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Dalam penelitian (Yanti Febrini, Widowati PA, and Anwar 2019) mempunyai adanya hubungan positif signifikan antara minat beli terhadap kepuasan pelanggan , semakin tinggi kepuasa pelanggan , semakin besar juga kemungkinan mereka memiliki niat untuk membeli satu produk yang sama. Dan Minat beli juga berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan , kepuasan pelanggan memberikan inti yang baik dalam pembelian ulang ataupun merspon secara positif dengan apa yang telah diberikan pada perusahaan maka minat



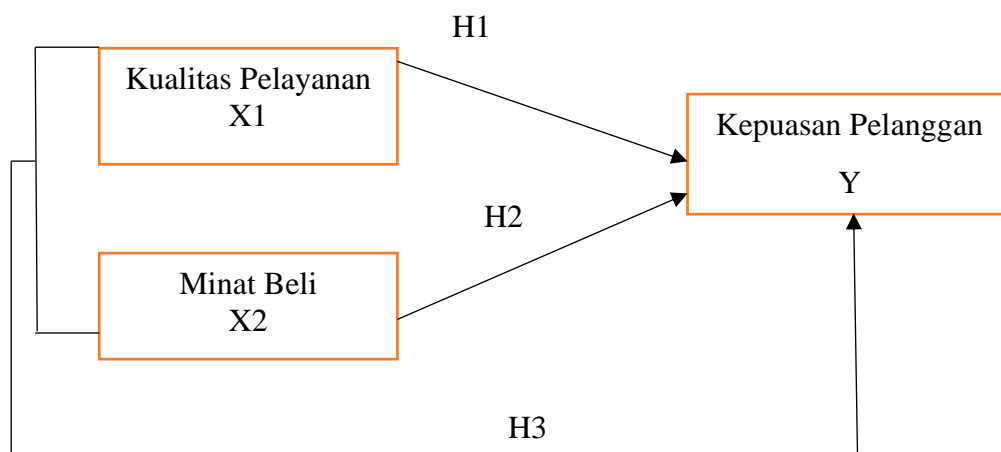
berngonsumsi sebagai Kembali produk dan merekomendasikan dari mulut ke mulut yang dapat menguntungkan suatu perusahaan (Imran 2018)

### **2.3.3 Hubungan Kualitas Pelayanan Dan Minat Beli Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Menurut Tjiptono dalam (Nyarmiati 2021) menyatakan variabel kualitas pelayanan suatu usaha dalam mengatakan jasa pakai untuk memenuhi kebutuhan pelanggan serta ketepatan dalam penyajian sehingga sesuai dengan harapan pelanggan. Minat beli juga akan membuat pelanggan melakukan dengan membeli sat produk dengan berulang ulang .Sedangkan kepuasan pelanggan juga memiliki peran penting, kepuasan pelanggan yaitu kepuasan yang diterima dan dirasakan oleh pelanggan dapat mengakibatkan terjadinya penjalinan hubungan antara pelanggan dengan perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan (Wijayanti & Almaidah ,2021) hasilnya mengatakan bahwa kualitas pelayanan dan minat beli mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan penelitian konteks masalah dan kajian teori yang berjudul pengaruh kualitas pelayanan dan minat beli terhadap kepuasan pelanggan yang telah di paparkan di atas, maka dari itu kerangka pemikiran dapat di gambarkan sebagai berikut:



**Gambar 2.1** Kerangka Berpikir

#### 2.4. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara pada rumusan masalah penelitian yang digunakan oleh peneliti sebagai dugaan karna kebenarannya peneliti harus masih diuji. Berdasarkan landasan teori dan kerangka berpikir yang telah diuraikan maka hipotesis dalam penelitian sebagai berikut:

H1: Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Warung Kaki Lima Di Batam.

H2: Minat Beli berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Warung Kaki Lima Di Batam.

H3: Kualitas pelayanan dan Minat Beli secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap terhadap Kepuasan Pelanggan pada Warung Kaki Lima Di Batam.



## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan didalam penelitian ini adalah kuantitatif yang merupakan data yang digunakan untuk mengelola data pemeringkatan (Ningtyas 2020). Penelitian ini juga menggunakan Explanatory Research dengan menggunakan metode survey, Dan data yang digunakan didalam penelitian ini ada data primer. Data primer merupakan suatu perolehan jawaban responden secara langsung sebagai pelanggan warung kaki lima kota batam dengan menggunakan angket atau kuesioner yang di sebarakan melalui secara online yaitu dengan Google From.

### **3.2 Sifat Penelitian**

Sifat penelitian merupakan replikasi atau penelitian lanjutan yang membuat penelitian sebelumnya memakai variabel, alat analisis yang sama maupun indikator. dibandingkan pada penelitian sebelumnya terdapat objek dan waktu penelitian.

### **3.3 Lokasi dan Priode Penelitian**

#### **3.3.1 Lokasi Penelitian**

Adapun lokasi penelitian yang dilakukan peneliti di warung kaki lima kota batam tepatnya di Warung Kaki Lima Kecamatan Batu Aji Batam dan Kel. Buliang, Tanjung Uncang, Bukit Tempayan, Kibing.

### 3.3.2 Periode Penelitian

**Tabel 3.1** Periode Penelitian

NAMA KEGIATAN	PRIODE						
	Agu	Sep	Okt	Nop	Des	Jan	Feb
Menetapkan judul	■						
Bimbingan skripsi		■					
Perumusan penelitian		■					
Studi pustaka		■	■				
Metodologi penelitian		■	■				
Rancangan koesioner				■	■		
Penyebaran koesioner				■	■		
Pengumpulan data					■		
Penyusunan laporan akhir					■	■	
Sidang skripsi							■

Sumber : Peneliti, 2022

### 3.4 Populasi dan Sampel

#### 3.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2017:80) Populasi merupakan generalisasi yang terdiri dari subjek & objek yang mempunyai karakteristik dan kuliatas yang ditetapkan oleh peneliti untuk ditarik kesimpulannya serta untuk di pelajari kembali. Dan riset yang di ambil dalam penelitian ini bahwa populasi yang diteliti oleh peneliti adalah seluruh pelanggan warung kaki lima khususnya didaerah batu aji pada tahun 2022 sejumlah 138.130 orang.

### 3.4.2 Teknik Penentu Besar Sampel

Menurut Sugiyono (2017:81) sampel ialah bagian dari populasi tersebut, seperti penduduk dari sebagian wilayah tertentu. Dalam penelitian riset kuantitatif ini dengan populasi sebanyak 138.130 pelanggan. Dan apabila populasi jauh atau besar peneliti tidak dapat menggunakan sepenuhnya populasi tersebut dikarenakan pada umumnya adanya batasan dalam mengambil sampel dan dengan begitu diperlukan penarikan dengan menentukan jumlah sampel menggunakan rumus Isaac and Michael dengan tingkat kesalahan saat menghitung sampel yang ditentukan yaitu 5% sebagai berikut:

$$S = \frac{\lambda^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{d^2 (N - 1) + \lambda^2 \cdot P \cdot Q} \quad \text{Rumus 3.1 Rumus Isaac Michael}$$

**Sumber:** (Sanjaya & Syaifullah 2022)

Keterangan:

S = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

$\lambda^2$  = Chi Kuadrat, dengan dk= 1, taraf kesalahan 1% ,5%,10% (5% = 3,841)

d = Perbedaan Bias 0,05

p = Peluang Benar (0,5)

Q = Peluang Salah (0,5)

$$S = \frac{\lambda^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{d^2 (N - 1) + \lambda^2 \cdot P \cdot Q}$$

$$\begin{aligned}
 S &= \frac{3,841.138.130.0,5.0,5}{0,052 (138.130 - 1) + 3,841.0,5.0,5} \\
 S &= \frac{132.639,33}{346,28} \\
 S &= 383,0
 \end{aligned}$$

Berdasarkan penelitian yang didapatkan jumlah populasi responden pada tahun 2022 sebanyak 130.134 orang. dengan menggunakan tingkat toleransi kelonggaran 5%. Maka sampel yang didapatkan dengan perhitungan rumus isaac dan Michael sejumlah 383 orang yang akan dijadikan sebagai responden.

### 3.4.3 Teknik Sampling

Teknik yang digunakan untuk pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik sampling *purposive sampling* yang termasuk dalam *non-probability sampling*. Dimana Teknik ini melakukan pengambilan sampel pada sumber data dengan pertimbangan tertentu. Kriteria yang digunakan dalam pengambilan sampel penelitian ini yaitu dengan mengambil responden hanya di daerah batu aji yang melakukan pembelian dan berlangganan diwarung kaki lima batu aji.

### 3.5 Sumber Data

Sumber data berdasarkan Sugiyono (2017:224) adalah suatu langkah yang strategis didalam penelitian, dan tujuan penelitian ini untuk mengambil data. Sumber data terbagi menjadi dua, yaitu:

### 3.5.1 Data Primer

Menurut (Sugiono, 2017:225) suatu peneliti dapat mengumpulkan sumber data secara langsung dengan memberikan kepada pengumpul data. Data primer menggunakan teknik pengumpulan data dengan melakukan metode observasi, dokumentasi, wawancara, dan koesioner.

a. Observasi

Observasi adalah aktivitas pada suatu proses untuk mengamati dan mencatat.

b. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan pada suatu peristiwa yang sudah berlalu, dan dokumentasi bisa berbentuk gambar tulisan ataupun karya-karya dari seorang monumental.

c. Wawancara

Wawancara yaitu pertemuan antar dua orang untuk saling dapat bertukar informasi ataupun ide melalui tanya jawab, sehingga menimbulkan wujud makna dari topik tersebut.

d. Koesioner atau angket

Koesioner atau angket suatu pengumpulan sumber data melalui pertanyaan yang diberikan oleh peneliti sehingga pertanyaan dapat dijawab dan diisi oleh responden.



### 3.5.2 Data Skunder

Menurut (Sugiono ,2017:225) menyatakan bahwa data sekunder data yang didapatkan dengan secara tidak langsung dan diberikan kepada pengumpul data, misalnya lewat dokumen atau lewat orang lain .

### 3.6 Metode Pengumpulan Data

Dalam metode pengumpulan data peneliti menggunakan sarana dengan melakukan penyebaran koesioner atau angket yang akan diberikan kepada pelanggan warung kaki lima Batu Aji kota Batam melalui google from.

Peneliti juga menggunakan skala pengukuran ialah skala likert. Skala likert merupakan skala yang dimana dapat dipakai untuk mengukur pendapat,sikap, serta tanggapan individu atas fenomena sosial (Wau, 2020).

Menurut (Wau, 2020) setiap pertanyaan akan menggunakan skala likert dan memeberikan skor sesuai dengan kata-kata berikut:

**Tabel 3.2** Skala Likert

<b>Keterangan</b>	<b>Skala</b>
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju(S)	4
Ragu-Ragu (R)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

**Sumber :** (Wau, 2020)

### **3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian**

Variabel penelitian merupakan faktor variabel yang bervariasi dan dapat berubah-ubah atau diubah dengan tujuan peneliti (Tim May, Malcolm Williams, & Richard Wiggins, 2021). Didalam variabel penelitian juga terdapat dua variabel yaitu:

#### **3.7.1 Variabel Independen (variabel Bebas)**

Variabel Independen (variabel bebas) merupakan variabel yang dapat mempengaruhi dan menjadikan suatu perubahan atau timbul pada variabel dependen. Pada variabel independen yaitu kualitas pelayanan (X1) dan Minat beli (X2).

#### **3.7.2 Variabel Dependen (variabel terkait)**

Variabel terkait adalah suatu variabel yang dipengaruhi dan menjadi akibat karena adanya faktor bebas. Yang termasuk kedalam variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan (Y).

Dan berikut merupakan keseluruhan bentuk dari penelitian atau skala pengumpulan informasi, yaitu:

**Tabel 3.3** Operasional Variabel Penelitian

<b>Variabel</b>	<b>Pengertian</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala</b>
Kualitas Pelayanan (X1)	Kualitas pelayanan merupakan suatu keputusan dalam rangka pemenuhan konsumen dalam layanan yang terima	1.Responsiveness	Likert
		2.Empatthy	
		3.Tangibles	
		4.Rellability	
		5.Assurance	
Minat Beli (X2)	Kecendrungan konsumen dalam selalu membeli ulang pada suatu produk.	1.Minat Transaksional	Likert
		2.Minat Prefensial	
		3.Minat Referensial	
		4.Minat Eksploratif	
Kepuasan Pelanggan (Y)	Kepuasan pelanggan merupakan suatu yang memuaskan konsumen dalam pembelian dan memberikan keinginan serta kebutuhan tanpa menimbulkan keluhan pda konsumen.	1.Dimensi Harga	Likert
		2.Dimensi mutu Pelayanan	
		3.Dimensi Kualitas Produk	
		4.Dimensi Kemudahan	

**Sumber:** Peneliti, 2022

### 3.8 Metode Analisis Data

#### 3.8.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan alat yang dipakai untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan sebagai mana. Deskriptif yaitu suatu statistik yang berguna dideskripsikan dengan meringkas data-data penelitian seperti modus, mean, varian dan standar deviasi. Dan statistik inferensi ialah statistik induktif yang digunakan dalam menganalisis sebuah data sampel atau hasilnya dapat berlangsung bagi populasi. Setelah dipilih satu pertimbangan dan dengan kesimpulan pemilihan hasil dari perhitungan data tersebut yang secara statistik infeksi setelah data digabungkan serta menganalisis sifat dan kebutuhan datanya yang berkaitan dengan cara statistic (Sholehuddin & Rahman 2020).

### 3.8.2 Uji Kualitas Data

Dapat dikatakan uji yang paling diperlukan dalam sebuah riset yaitu uji kualitas data dalam mengukur sebuah tingkatan berapa validnya data tersebut untuk dapat digunakan. Dalam penelitian kuantitatif, factor penting dari hasil penelitian ialah valid (Validitas) serta reliabel (reabilitas).

#### 3.8.2.1 Uji Validitas Data

Uji validitas data bermanfaat sebagai fungsi suatu pengukur yang diakui atau tidaknya valid suatu kuesioner. Kuesioner dapat dibidang valid apabila dapat menjelaskan suatu pengukuran kevalitan data yang bersumber dari instrumen yang telah ditentukan. Dalam uji validitas ini juga bisa dikerjajn dengan membedakan nilai r hitung dengan r tabel. (Wau 2020)

Menurut (Wau 2020) alat untuk mengukur dalam menguji validitas memerlukan beberapa tahapan seperti berikut:

$$r_{xy} = \frac{n(\sum xy)(\sum x \sum y)}{\sqrt{(\sum x^2 - (\sum x)^2/n)}\sqrt{(\sum y^2 - (\sum y)^2/n)}}$$

**Rumus 3.2** Pearson Product Momen

**Sumber :** (Wau 2020)

$r_{xy}$  = Koefesien Korelasi

Y = Skor Total dari Y

N = Jumlah banyak subyek

X = Skor Item

### 3.8.2.3 Uji Reabilitas

Uji reabilitas ini merupakan alat ukur yang cukup sinkron dalam menetapkan hasil yang konsistensi, dapat dikatakan uji reabilitas mampu mempercayai nilai dari hasilkan akan sesuai meski dilakukannya pengukuran dengan berulang- ulang. Untuk diakui alat ukur yang benar dilakukanya uji reabilitas. Dalam metode pengujian ini menggunakan metode Cronbach Alpha, atau digunakan untuk pengukuran skala uji dengan memakai skala likert. Nilai Cronbach Alpha dapat menggunakan perhitungan sebagai berikut.

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left( 1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_x^2} \right)$$

**Rumus 3.3** Metode Cronbach Alpha

Keterangan :

K = Jumlah Soal dan pernyataan

$\sigma_1^2$  = jumlah butir pernyataan

$\sigma_x^2$  = Variansi terhadap total tes

$\sum \sigma_i^2$  = Jumlah dari setiap variasi soal dan pernyataan

### 3.8.3 Uji Asumsi Klasik

Pengujian hipotesis juga melakukan sebuah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui suatu hal pertama didalam pengumpulan data ialah perlengkapan

yang dibutuhkan atau sebuah pengujian instrument dan digunakan. dengan begitu berikut ini terdapat beberapa sebuah uji yang digunakan diantaranya yaitu:

### **3.8.3.1 Uji Normalitas**

Dalam pengujian ini dapat dilakukan dengan mengidentifikasi variabel independent dengan variabel dependen secara normal pada model regresi. Dengan distribusi suatu nilai residual tidak dapat diasumsikan berdistribusi normal, agar mampu diklasifikasikan menemukan kendala dalam perkiraan normalitas. Pemeriksaan dilakukan menggunakan pembuatan grafik normal probability plot. Juga uji kolmogoroy-Smirnoff, dengan menggunakan pengambilan keputusan sebagai berikut: (1) H<sub>0</sub>: Residual berdistribusi normal, (2) H<sub>1</sub>: Residual tidak berdistribusi normal. Dapat dilihat dari hasil yang ditemukan yaitu besaran signifikan diatas 5%, dapat dikatakan bahwa H<sub>0</sub> diterima dan data residual berdistribusi normal. Dalam pengujian normalitas ini juga bisa menggunakan Histogram Regression yang telah distandarkan oleh Chi Square dan memakai nilai angka Kolmogorov-Smirnov  $Z < Z_{tabel}$  atau memakai nilai  $Sig (2\text{ tailed}) > \alpha$ ;  $Sig > 0,05$ .

### **3.8.3.2 Uji Multikolinearitas**

Uji Multikolinearitas digunakan untuk membuktikan apakah ditemui adanya korelasi antar variabel independent atau bebas. Tujuan dari uji multikolinearitas ialah untuk membuktikan apakah model regresi ditemukan memiliki korelasi antara variabel bebas. Model regresi yang baik mempunyai model yang didalamnya tidak memiliki korelasi diantara variabel independent. Uji multikolinearitas dilihat dari nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*.

Apabila dapat diketahui nilai  $VIF < 10$ , maka tidak terdapat multikolinearitas. Jika pada nilai  $VIF > 10$  berarti terdapat multikolinearitas dalam sebuah data (Nanincova 2019).

### **3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas**

(Nanincova 2019) Mengatakan bahwa uji heteroskedastisitas mempunyai tujuan untuk menganalisis apakah dapat ditemui sebuah model regresi ketidaksamaan varian antara residual pengamatan ke suatu pengamatan lainn. Uji heteroskedastisitas ini juga untuk menguji suatu yang terjadi atau tidaknya heteroskedastiritas yaitu dapat dilihat dari suatu nilai koefisien korelasi Rank Spearman diantara masing-masing variabel pengganggu dengan variabel bebas. Dan Uji park Gleyser bila nilai suatu probalitas (Sig)  $>$  dari 0,05 maka tidak dapat terjadi heteroskedastisitas.

## **3.8.4 Uji Pengaruh**

### **3.8.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda**

Analisis regresi linier berganda merupakan analisis regresi yang digunakan dalam suatu hubungan diantara factor yang dapat mempengaruhi variabel bebas (independen) atau pun variabel terikat ( dependen). Dan regresi linier berganda dengan regresi linier sederhana hamper sama saja cuman bedanya regresi linier berganda varibel bebasnya banyak dari satu varibel penduga. Analisis regresi linier berganda juga memiliki tujuan untuk mengukur intensitas hubungan antara dua variabel atau lebih. berikut ini merupakan rumus dari regresi linier berganda yang dipakai didalam penelitian ini yaitu :

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

**Rumus 3.4** Regresi Linier Berganda

Keterangan Rumus :

Y = Variabel Terikat

a = Konstanta

$b_1$  &  $b_2$  = Koefisien Regresi

$X_1$  &  $X_2$  = Variabel Bebas

#### 3.8.4.2 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Menurut (Nanincova 2019) bahwasannya Koefisien Determinasi dapat digunakan untuk mengukur suatu besarnya kemampuan model regresi yang menjelaskan terhadap variabel terikat. Dan nilai koefisien determinasi ataupun *adjusted R<sup>2</sup>* antara nol dan satu. Didalam nilai koefisiensi determinasi atau *adjusted R<sup>2</sup>* memiliki kedekatan dengan satu, yang memiliki arti dapat menunjukkan adanya suatu pengaruh variabel bebas (X) yang luas dengan variabel terikat (Y). dan sebaliknya jika *adjusted R<sup>2</sup>* atau nilai koefisiensi determinasi semakin kecil dan mendekati nol, maka dibilang pengaruh terhadap variabel bebas (X) yaitu terhadap variabel terikat (Y). dan nilai  $R^2$  berjarak diantara 0-1 serta memiliki perhitungan dari penglihatan nilai  $R^2$  dengan 100% ( $R^2 \times 100\%$ ).

### 3.9 Uji Hipotesis

Uji Hipotesis merupakan suatu prosedur yang dapat menghasilkan sebuah keputusan , yang dapat menerima atau menolak keputusan tersebut. Hipotesis juga



merupakan bagian terpenting didalam penelitian, adanya hipotesis penelitian akan menjadi terarah. Dan hipotesis juga bisa menjadi petunjuk untuk penyelidikan lebih lanjut dilakukanya penelitian (Sasangka & Rusmayadi 2018). Dalam melakukan hipotesis penelitian ini, dapat memakai metode yaitu uji T dan Uji F, ialah:

### **3.9.1 Uji T -test)**

(Nanincova 2019) Mengatakan bahwa Uji T-test dipakai untuk mengetahui masing-masing variabel independen dengan variabel dependen. Maka jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau nilai signifikan uji  $t < 0,05$  maka dapat dikatakan secara individual variabel independen sangat berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

**H0 = variabel bebas tidak berpengaruh signifikan secara parsial dengan variabel terikat.**

**H1 = terdapat pengaruh pada variabel bebas signifikan secara parsial dengan variabel terikat.**

Apabila nilai suatu  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dapat dikatakan variabel bebas secara individual menguasai variabel terikat, dan sebaliknya jika nilai dari  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dapat dikatakan variabel bebas secara individual tidak dapat mempengaruhi variabel terikaat. Landasan penentuan suatu ketetapan penguji ialah:

**Bila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau nilai signifikan kurang dari 0,05 berarti H0 ditolak serta H1 diterima**

**Bila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atai nilai signifikan lebih dari 0,05 berarti H0 diterima serta H1 ditolak**

### 3.9.2 Uji F

Uji F ini bertujuan untuk mengetahui apakah semua variabel independent yang dimasukkan didalam suatu model dengancara slimutanatau dapat Bersama-sama memiliki pengaruh terhadap variabel dependen (Pantilu, Koleangan, and Roring 2018). Dan perbandingan antara  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$  memili atura yang ditetapkan yaitu:

**Jika  $f_{hitung} > f_{tabel}$  atau nilai sig  $< a$  maka  $H_0$  tidak disetujui**

**Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  atau nilai sig  $> a$  maka  $H_a$  disetujui**

**$H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima dan jika nilai dari  $t_{hitung} > dari F_{tabel}$  dan nilai signifikansi  $< 5\%$**

**$H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak dan jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  nilai signifikansi  $> 5\%$**



**Universitas Putera Batam**