



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN DENGAN MENGGUNAKAN METODE
STRUCTURAL EQUATION MODEL (SEM)**
(Studi kasus : Kedai Essemu Kopi Jombang)

SKRIPSI



MUHAMMAD ADI TRISWANTORO

4218001

PROGRAM STUDI MATEMATIKA

FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS PESANTREN TINGGI DARUL

ULUM JOMBANG

2022





**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN DENGAN MENGGUNAKAN METODE
STRUCTURAL EQUATION MODEL (SEM)**
(Studi kasus : Kedai Essemu Kopi Jombang)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh
gelar Sarjana Matematika



MUHAMMAD ADI TRISWANTORO

4218001

PROGRAM STUDI MATEMATIKA

FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS PESANTREN TINGGI DARUL

ULUM JOMBANG

2022





HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
DENGAN MENGGUNAKAN METODE STRUCTURAL
EQUATION MODEL (SEM)

Oleh:

Muhammad Adi Triswanto
4218001

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Jombang, 20 Agustus 2022

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Afsah Novitasari M.Si.

Andi Agung M.Si

Mengetahui,

Dekan FSaintek

Mukhamad Masrur, S. Kom., M, Kom





**HALAMAN PENGESAHAN
SKRIPSI**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DENGAN
MENGUNAKAN METODE STRUCTURAL EQUATION
MODEL (SEM)**

Oleh:

Muhammad Adi Triswantoro
4218001

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji
Pada tanggal: 19 Juli 2022

TIM PENGUJI

1. Andi Agung M.Si ()
(Ketua)
2. Nisa Ayunda M.Si ()
(Anggota)
3. Cynthia Alvionita Ferima M.Si ()
(Anggota)

Mengetahui,
Dekan FSaintek

Muhammad Masrur, S. Kom, M. Kom





PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Adi Triswantoro
NIM : 4218001
Program Studi : S1 Matematika
Fakultas : Sains dan Teknologi

Menyatakan dengan sebenarnya dan sungguh-sungguh bahwa skripsi dengan judul “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DENGAN MENGGUNAKAN METODE STRUCTURAL EQUATION MODEL (SEM)” benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambil-alihan tulisan atau pikiran orang lain, dan bukan hasil jiplakan.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan atau ada yang mengajukan gugatan, maka saya bersedia menerima seluruh sanksi atas perbuatan tersebut, termasuk pembatalan gelar yang saya peroleh dari Universitas Pesantren Tinggi Darul Ulum.

Jombang, 06 Juli 2022
Yang menyatakan

(Muhammad Adi Triswantoro)



ABSTRAK

Berkembangnya bisnis kafe di Indonesia sangatlah cepat. Hal ini juga terjadi di Kabupaten Jombang ditandai banyaknya kafe yang bermunculan. Salah satunya adalah Essemu Kopi yang berada di Jalan Dr. Soetomo Jombang. Essemu kopi adalah kafe pelopor minuman es kopi di Jombang. Essemu kopi ini sampai sekarang sudah bertahan selama 3 tahun lamanya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Essemu kopi. Data yang digunakan adalah data primer yang diambil dari menyebar kuisioner kepada pelanggan Essemu kopi. Sampel yang digunakan sebanyak 40 orang pelanggan Essemu Kopi yang datang minimal 2 kali dalam kurun waktu satu bulan. Metode yang digunakan adalah Stuctural Equation Model dengan pendekatan Partial Least Square. Berdasarkan hasil analisis maka besar kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen adalah 81,5%. Artinya kualitas pelayanan dan kualitas produk yang membuat Essemu Kopi bisa bertahan hingga sekarang.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, SEM, PLS, dan Pengaruh



ABSTRACT

The development of the cafe business in Indonesia is very fast. This is also the case in Jombang Regency, marked by the number of cafes that have sprung up. One of them is Essemu Kopi which is located on Jalan Dr. Soetomo Jombang. Essemu Kopi is a pioneer café for iced coffee drinks in Jombang. This Essemu coffee has been around for 3 years now. The purpose of this study was to analyze the effect of service quality and product quality on Essemu coffee consumer satisfaction. The data used is primary data taken from distributing questionnaires to Essemu coffee customers. The sample used was 40 Essemu Kopi customers who came at least 2 times within a month. The method used is the Structural Equation Model with the Partial Least Square approach. Based on the results of the analysis, the magnitude of service quality and product quality on consumer satisfaction is 81.5%. That means the quality of service and product quality make Essemu Kopi can survive until now.

Keywords: Service Quality, SEM, PLS, and Influence



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala limpahan Rahmat, Inayah, Taufik dan Hidayahnya sehingga saya dapat menyelesaikan penyusunan laporan studi kasus di Kedai Essemu Kopi ini dalam bentuk maupun isinya yang sangat sederhana. Semoga laporan ini dapat digunakan sebagai salah satu acuan, petunjuk maupun pedoman bagi pembaca dalam memahami pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen menggunakan metode *Structural Equation Model* dengan pendekatan *Partial Least Square*.

Tak lupa kami ucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada semua pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini :

1. Kepada Bu Afsah Novitasari, M.Si selaku dosen pembimbing I.
2. Kepada Pak Andi Agung, M.Si selaku dosen pembimbing II.



3. Orang tua saya yang telah membantu dalam hal materil sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

4. Bapak Wisnu Paqsy Aji Wardhana selaku pemilik dari Kedai Essemu Kopi.

Harapan saya semoga skripsi ini dapat membantu menambah wawasan dan pengalaman bagi para pembaca. Skripsi ini saya akui masih banyak kekurangan karena pengalaman yang saya miliki sangatlah kurang, sehingga saya harapkan kepada para pembaca untuk memberikan masukan – masukan yang bersifat membangun untuk kesempurnaan skripsi ini.



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	v
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN.....	vii
ABSTRAK BAHASA INDONESIA.....	viii
ABSTRAK BAHASA INGGRIS	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xixii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Batasan Masalah.....	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	6



BAB II	8
KAJIAN PUSTAKA	8
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Kualitas Pelayanan	11
2.3 Kualitas Produk	14
2.4 Kepuasan Konsumen	16
2.5 Structural Equation Model (SEM).....	17
BAB III.....	23
METODE PENELITIAN.....	23
3.1 Jenis Penelitian.....	23
3.2 Rancangan Penelitian.....	23
3.3 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	26
3.4 Variabel Penelitian	26
3.5 Populasi dan Sampel.....	27
3.6 Sumber Data.....	29
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	29
BAB IV.....	31
HASIL ANALISIS DATA.....	31
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	31
4.2 Analisis Data.....	37



BAB V	48
PENUTUP	48
5.1 Kesimpulan	48
5.2 Saran.....	48
DAFTAR PUSTAKA.....	49
LAMPIRAN.....	51



DAFTAR TABEL

Nomor Tabel		Halaman
2.1	Penelitian terdahulu yang relevan.....	9
3.1	Skala <i>likert</i>	30
4.1	Rentang skala.....	32
4.2	Rekapitulasi jawaban responden variabel kualitas pelayanan.....	32
4.3	Rekapitulasi jawaban responden variabel kualitas produk.....	33
4.4	Rekapitulasi jawaban responden kepuasan konsumen.....	34
4.5	Data responden berdasarkan jenis kelamin.....	36
4.6	Data responden berdasarkan usia.....	36
4.7	Data responden berdasarkan pendidikan.....	37
4.8	Hasil uji validitas variabel kualitas pelayanan.....	38
4.9	Hasil uji validitas eliminasi variabel kualitas pelayanan...	39
4.10	Hasil uji validitas variabel kualitas produk.....	39
4.11	Hasil uji validitas eliminasi variabel kualitas produk.....	40
4.12	Hasil uji validitas variabel kepuasan konsumen.....	41
4.13	Nilai loading seluruh konstruk.....	41
4.14	Nilai cross loading.....	42
4.15	Nilai Cronbach's Alha dan Composite Reliability.....	43
4.16	Output Uji Bootstrapping.....	45
4.17	Nilai R-Square.....	46



DAFTAR GAMBAR

Nomor Gambar	Halaman
3.1 Diagram alur penelitian	26



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuisisioner	51
Lampiran 2 : Tabulasi Data Kuisisioner	53
Lampiran 3 : Hasil Analisis.....	56



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan bisnis kafe di Indonesia sekarang ini berkembang dengan cepat. Hal ini dapat dilihat dengan banyaknya bermunculan kafe – kafe terutama di Jombang. Peneliti mengamati hampir setiap satu bulan ada sekitar satu atau dua kedai yang baru. Hal ini semakin meningkatkan tingkat persaingan antar kedai kopi di Jombang sehingga akan mempengaruhi keuntungan dari tiap – tiap kedai kopi. Setiap kafe memiliki daya tarik tersendiri karena kualitas menu dan pelayanan yang disediakan bagi pelanggan salah satunya adalah kedai Essemu Kopi yang berada di Jalan Dr. Soetomo Jombang yang juga menyediakan berbagai varian kopi dan snack, pelayanan yang ramah dan tempat yang nyaman.

Essemu Kopi merupakan kafe pelopor minuman es kopi di Jombang. Kedai Essemu Kopi ini sampai sekarang sudah bertahan selama 3 tahun lamanya. Setelah banyaknya kedai yang buka dan tutup, pelaku bisnis kafe harus berbenah apakah kualitas produk dan kualitas pelayanan yang mereka tawakan mampu atau sudah sesuai dengan keinginan konsumen. Hal itu diperlukan guna untuk menentukan strategi kedepan. Metode statistik dapat digunakan untuk mengukur pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan. Penelitian tentang mengukur pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen telah banyak dilakukan dengan berbagai metode, ada yang menggunakan regresi berganda, analisis factor, analisis SEM,

Menurut Ghozali dalam (Haryono, 2017), metode SEM adalah Generasi kedua Teknik analisis multivariat yang memungkinkan peneliti menguji hubungan antar



variabel yang kompleks baik *recursive* maupun *non-recursive* untuk memperoleh gambaran yang komprehensif mengenai keseluruhan model. Metode SEM ini biasanya digunakan untuk membangun dan menguji model statistik yang biasanya dalam bentuk model – model sebab akibat SEM digunakan untuk memeriksa dan membenarkan suatu model.

Salah satunya oleh Dian Putri Ariyani Asim (2020) yang meneliti tentang Pengaruh Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian Terhadap Keputusan Pembelian di Kedai Kopi Kulo cabang Metland Cileungsi menggunakan metode *Structural Equation Model (SEM)*. Hasil penelitian ini adalah menunjukkan kualitas produk dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian sebesar 0,543. Perbedaan penelitian ini daripada penelitian dari Dian Putri Ariyani dan Asim (2020) adalah pada obyek studi kasusnya yakni Essemu Kopi Jombang dan juga pada variabel, yakni penelitian ini



menggunakan kualitas produk dan kualitas pelayanan sebagai variabel bebas dan kepuasan konsumen sebagai variabel terikatnya.

Yesi Triuliarlita Amelia dan Koko Safitri (2021) meneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap loyalitas melalui kepuasan konsumen pada Café Hangout di Sampit menggunakan metode *Structural Equation Model (SEM)*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen sebesar 84% sedangkan fasilitas berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen sebesar 82%.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, peneliti tertarik meneliti tentang pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dengan menggunakan metode *Structural Equation Model (SEM)*. Oleh karena itu penelitian dilakukan dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan**



Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Menggunakan Metode Structural Equation Model (Studi Kasus : Kedai Essemu Kopi)”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Apakah kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Essemu Kopi?
- b. Berapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Essemu Kopi?

1.3. Batasan Masalah

Sehubungan dengan banyak responden dan obyek yang diteliti oleh penulis serta untuk memudahkan dan memperjelas permasalahan diatas, maka penulis berinisiatif menerapkan Batasan masalah sebagai berikut:



- a. Jumlah sampel yang digunakan dibatasi sebanyak 40 responden yang datang minimal dua kali dalam kurun waktu satu bulan di bulan April-Mei 2022
- b. Analisis data menggunakan software SmartPLS 3.0

1.4. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Essemu Kopi.
- b. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Essemu Kopi.

1.5. Manfaat Penelitian

- a. Bagi Essemu Kopi
Memperoleh masukan, kritik, dan saran bagi Essemu Kopi mengenai faktor - faktor yang mempengaruhi kepuasan dari konsumennya seperti kualitas pelayanan dan kualitas produk guna memenuhi kriteria kepuasan



konsumen sehingga dapat menentukan kebijakan – kebijakan di masa yang akan datang.

b. Bagi Universitas Pesantren Tinggi Darul ‘Ulum

Sebagai referensi penelitian selanjutnya dan memberikan kontribusi khususnya di bidang statistika.

c. Bagi Penulis

Sebagai bahan kajian ilmiah dan teori yang pernah didapat untuk diaplikasikan di lapangan dan juga sebagai sarana berlatih kemampuan analisis, pengamatan dan pengembangan ide terhadap masalah yang ada.





BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Judul yang diajukan peneliti :

“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Menggunakan Metode Structural Equation Model (SEM)

(Studi Kasus : Kedai Essemu Kopi Jombang)”

Adapun penelitian terdahulu yakni ada dari Dian Putri Ariyani dan Asim (2020) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian terhadap Keputusan Pembelian Kedai Kopi Kulo Cabang Metland Cileungsi”. Menggunakan analisis statistika yakni uji SEM. Adapun hasil penelitiannya adalah kualitas produk dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian sebesar 0,543. Untuk rujukan penelitian terdahulu yang lain dapat dilihat pada tabel dibawah ini :



Tabel 2.1
 Penelitian terdahulu yang relevan

No	Nama, Tahun, Judul	Variabel	Metode Analisis Data	Perbedaan	Hasil Penelitian
M	Muthiya Rahmat (2017), Menganalisis Kepuasan dan Loyalitas Berdasarkan Atribut Toko pada Kedai Kopi di Tasikmalaya	Atribut toko (Variabel independen) Kepuasan dan Loyalitas (Variabel Dependen)	Menggunakan metode SEM	Beda di variabel dependen dan independen, juga pada tempat yang diteliti	Atribut toko memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan Coffee shop di kota Tasikmalaya.
M	Ismia (2017), Model Structural Equation Model Menganalisis Faktor yang Mempengaruhi	Sikap mahasiswa terhadap almamater dan sikap terhadap dosen (Variabel	Menggunakan metode SEM	Beda di variabel dependen dan independen, juga pada tempat yang diteliti.	Model pengukuran prestasi diperlihatkan bahwa factor yang sangat mempengaruhi adalah STD sebesar

<p>Preferensi Mahasiswa Ditinjau Dari Karakteristik Lingkungan</p>	<p>independen) Motivasi dan Prestasi (Variabel dependen)</p>			<p>0,267. Faktor STA mempengaruhi sebesar 0,084 dan motivasi sebesar 0,014.</p>
<p>Yeti Triuliarlita dan Koko Satrio (2021), Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Kustomer pada Café Hout di Sampit</p>	<p>Kualitas Pelayanan dan Fasilitas (Variabel independen) Loyalitas (Variabel dependen)</p>	<p>Menggunakan metode SEM</p>	<p>Pada variabel independen dan variabel dependen, juga pada tempat yang diteliti.</p>	<p>Berdasarkan uji hipotesis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas café sebesar 84% sedangkan fasilitas berpengaruh positif terhadap loyalitas café sebesar 82%.</p>

2.2 Kualitas Pelayanan

Menurut Wyckof dalam (Mulyadi et al., 2018), kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dalam pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dengan kata lain ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa, yaitu *expected service* dan *percieved service*. Apabila jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan buruk.

Kualitas pelayanan yang baik merupakan salah satu faktor penting dalam usaha menciptakan kepuasan pelanggan. Menurut Tjiptono dalam (Yesi Triyuliarlita Amelia & Koko Safitri, 2021) menyatakan bahwa



Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Variabel Kualitas pelayanan dianalisis dengan indikator-indikator berwujud (tangible); empati (empathy); cepat tanggap (responsiveness); keandalan (reliability); dan kepastian (assurance).

2.2.1 Kecepatan Pelayanan

Kecepatan berasal dari kata cepat yang menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia berarti melakukan sesuatu dalam waktu yang singkat. Menurut Tjiptono dalam (Yesi Triyuliarlita Amelia & Koko Safitri, 2021), kecepatan masuk ke dalam lima dimensi kualitas pelayanan yang berarti kemampuan dari karyawan untuk memberikan bantuan dan layanan yang cepat kepada konsumen



2.2.2 Keramahan

Keramahan berasal dari kata ramah yang menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah baik hati dan menarik budi bahasanya, manis tutur kata dan sikapnya. Menurut Heri Kuswara dalam (Wibowo, 2011), ramah adalah sikap santun terhadap semua orang agar orang merasakan kenyamanan dan perasaan senang saat bersama kita. Dalam dunia bisnis, keramahan merupakan salah satu aspek penting karena dapat membuat konsumen merasa nyaman dan bisa membuat konsumen menjadi pelanggan setia.

2.2.3 Keterampilan

Menurut Tjiptono dalam (Yesi Triyuliarlita Amelia & Koko Safitri, 2021) keterampilan masuk ke dalam (assurance) yakni karyawan yang memiliki pengetahuan dan kemampuan dalam memberikan pelayanan dan kompeten terhadap bidangnya.



2.3 Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Armstrong dalam (Sari, 2020) kualitas produk adalah kemampuan suatu produk menjalankan fungsinya, itu termasuk daya tahan beberapa produk, keandalan, ketepatan, presisi, kemudahan operasi dan perbaikan, dan atribut berharga lainnya. Produk yang berkualitas adalah produk yang mampu memberikan hasil yang lebih dari yang diharapkan.

Sedangkan menurut Adam dan Ebert dalam (Susanti, 2003) menyatakan bahwa pelanggan menilai baik buruknya kualitas suatu produk berdasarkan persepsinya. Suatu produk dikatakan berkualitas jika memenuhi kebutuhan dan keinginan pembeli. Kualitas itu ditentukan pelanggan dari pengalaman terhadap produk dan jasa.

Dalam Penelitian ini, indikator dalam mengukur kualitas produk adalah :



2.3.1 Rasa

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, rasa adalah tanggapan indra terhadap rangsangan sara seperti manis, pahit, masam terhadap indera pengecap. Rasa sebuah produk makanan atau minuman sangat berperan penting dengan keberhasilan dan keberlanjutan usaha makanan atau minuman. Rasa akan menjadi ciri tersendiri atau karakter bagi pelanggan atau konsumen.

2.3.2 Tampilan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, tampilan adalah segala sesuatu yang ditampilkan atau terlihat. Tampilan dalam dunia bisnis merupakan apa yang ditampilkan pada suatu produk. Tampilan merupakan daya tarik yang dilihat secara langsung oleh konsumen. Tampilan harus didesain semenarik mungkin untuk menarik minat dari konsumen.



2.3.3 Variasi

Menurut Kotler dalam (Peburiyanti & Sabran, 2021), variasi produk adalah lini produk yang dapat dibedakan berdasarkan ukuran, harga, dan ciri – ciri. Jadi variasi produk disini brarti produk yang ada memiliki berbagai keragaman.

2.4 Kepuasan Konsumen

Menurut Umar dalam (Indrasari, 2019), Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya. Seorang konsumen jika merasa puas dengan suatu produk ataupun jasa, besar kemungkinan akan menjadi pelanggan dalam waktu yang lama. Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Selain factor penting bagi kelangsungan perusahaan, juga merupakan peningkatan keunggulan dari kompetitor. Hal ini menjadikan kepuasan konsumen merupakan factor kunci dalam melakukan pembelian



sehingga konsumen menjadi pelanggan dalam waktu yang lama. Karena ada begitu banyak konsumen yang menggunakan produk dan setiap konsumen memiliki perbedaan sikap dan perbedaan penggunaan, pada umumnya kepuasan konsumen memiliki beberapa indicator menurut Tjiptono dalam (Indrasari, 2019) yaitu:

- a. Kesesuaian harapan
- b. Minat berkunjung Kembali
- c. Kesiediaan merekomendasikan

2.5 Structural Equation Model (SEM)

2.5.1 Pengertian SEM

Structural Equation Model (SEM) pertama dikenalkan oleh seorang ilmuwan Bernama Joreskog pada tahun 1970. Structural Equation Model (SEM) ini adalah teknik statistik yang digunakan untuk membangun dan menguji model statistik yang biasanya dalam bentuk model – model sebab akibat yaitu perubahan pada satu variabel berdampak pada variabel yang lainnya.. Pada



penelitian ini menggunakan Partial Least Square (PLS) yang merupakan pendekatan dari metode statistika Structural Equation Modelling berbasis variabel berganda. Menurut (Murniati et al., 2013), uji PLS lebih sesuai dengan studi yang memiliki keterbatasan data dan tujuan kausalitas. Sedangkan menurut (Jogiyanto, 2007), bahwa analisis Partial Least Square (PLS) merupakan Teknik statistika multivariant yang melakukan perbandingan antara variabel dependen berganda dan variabel independent berganda. Adapun software yang digunakan dalam penelitian ini adalah SmartPLS versi 3.0. Menurut (Murniati et al., 2013), terdapat tiga tahap Analisa dalam uji PLS adalah sebagai berikut :

2.5.2 Analisis Outer Model (Model Pengukuran)

Analisa Outer Model dalam uji Partial Least Square dilakukan untuk menguji validitas dan reliabilitas. Menurut (Murniati et al., 2013), uji validitas dan reliabilitas harus terpenuhi terlebih dahulu guna



melanjutkan untuk uji selanjutnya. Jika ada data yang tidak memenuhi uji validitas dan reliabilitas, dilakukan spesifikasi model. Spesifikasi model dilakukan dengan cara mengeliminasi data yang diuji. Hal ini dilakukan untuk menyaring kelayakan data dalam uji validitas dan reliabilitas. Dengan menggunakan analisa outer model akan diperoleh spesifikasi hubungan antar variabel laten dengan indikatornya. Variabel laten adalah variabel yang tidak dapat diukur secara langsung kecuali diukur dengan satu atau lebih variabel manifes. Variabel laten biasa disebut juga dengan variabel konstruk. Variabel laten diberi simbol lingkaran atau elips. Variabel laten digolongkan menjadi dua yaitu:

1. Variabel laten eksogen, merupakan variabel bebas yang mempengaruhi variabel terikat. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel laten eksogen adalah kualitas pelayanan (X1) dan kualitas produk (X2).
2. Variabel laten endogen, merupakan variabel terikat



yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel laten endogen adalah kepuasan konsumen (Y).

Pada outer model dilakukan uji sebagai berikut:

2.5.2.1 Convergent Validity

(Ghazali & Hengky, 2015) menyatakan bahwa validitas konvergen tercapai saat indicator pada tiap variabel saling berkolerasi tinggi. Hasil dari pengujian Convergent Validity dapat dilihat dari nilai loading factor pada variabel laten dengan indicator – indikatornya. Nilai loading factor yang diharapkan adalah $> 0,7$ (Murniati et al., 2013)

2.5.2.2 Discriminant Validity

Nilai ini merupakan nilai Cross Loading factor yang berguna untuk mengetahui apakah konstruk memiliki diskriminan yang memadai



yaitu dengan membandingkan nilai loading pada konstruk yang dituju harus lebih besar dibandingkan dengan nilai loading dengan konstruk yang lain. (Murniati et al., 2013)

2.5.2.3 Reliability

Pengujian Reliability bertujuan untuk membuktikan akurasi, konsistensi dan ketepatan instrument dalam mengukur konstruk (Ghazali & Hengky, 2015). Reliability dapat diukur dengan dua acara yakni Cronchbach Alpha dan Composite Reliability. Hasil dari Composite Reliability memiliki nilai $> 0,7$ artinya memiliki nilai reliabilitas yang tinggi (Murniati et al., 2013). Sedangkan nilai dari Cronchbach Alpha diharapkan memiliki nilai $> 0,7$ pada semua konstruk (Murniati et al., 2013).



2.5.3 Analisis Inner Model (Model Struktural)

Analisa inner model dapat digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel laten eksogen terhadap variabel laten endogen. Model structural ini dapat dilihat dengan cara melihat nilai dari koefisien determinasi (R^2). (Murniati et al., 2013)

2.5.4 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dapat dilihat dari nilai t-statistik dengan nilai probabilitasnya. (Murniati et al., 2013) menyatakan bahwa pengujian hipotesis menggunakan nilai statistik, maka nilai alpha 5% dan nilai t-statistik yang digunakan sebesar 1,96. Artinya kriteria hipotesis diterima atau ditolak yakni H_a diterima dan H_0 ditolak jika nilai statistic $>1,96$ dan probabilitas H_a diterima jika nilai p-value $<0,05$.





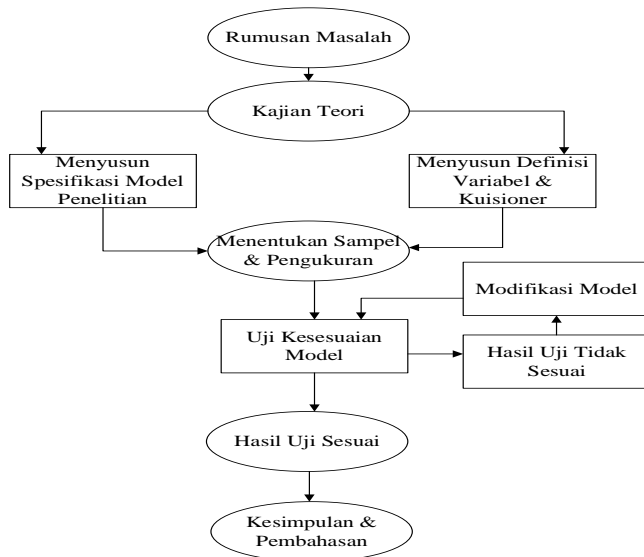
BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah studi kasus yaitu jenis penelitian menggunakan obyek tertentu dimana hasil dan kesimpulan dalam penelitian ini berlaku pada perusahaan bersangkutan

3.2 Rancangan Penelitian



Gambar 3.1 Diagram alur penelitian

Berikut penjelasan dari gambar Diagram Alur Penelitian:

1. Rumusan Masalah

Menentukan masalah yang akan diteliti dari tempat penelitian.

2. Kajian Teori

Setelah masalah didapatkan, dilakukan kajian teori untuk menentukan metode yang tepat guna diaplikasikan untuk menyelesaikan masalah yang sudah ditemukan. Kemudian terpilih metode SEM karena metode ini menyajikan hasil yang memberikan keputusan mutlak.

3. Menyusun Spesifikasi Model Penelitian dan Menyusun Definisi Variabel dan Kuisisioner

Berdasarkan metode dan kajian teori yang ditentukan, maka spesifikasikan model penelitian yakni dengan menentukan variabel dan indikator yang sesuai. Jika sudah langkah selanjutnya adalah



menyusun kuisisioner sebagai alat untuk mengumpulkan data pada tempat yang diteliti sesuai dengan variabel dan indicator yang sudah ditentukan.

4. Menentukan Sampel dan Pengukuran

Setelah kuisisioner dibuat maka kita perlu menentukan sampel yang akan kita ambil dengan metode pengambilan sampel yang sesuai dengan variabel dan indicator yang sudah ada.

5. Uji Kesesuaian Model

Setelah data didapatkan maka kita uji kesesuaian model dengan uji validitas dan reliabilitas kemudian analisis SEM dengan pendekatan PLS. Jika hasil uji tidak sesuai maka dilakukan modifikasi model sampai model benar – benar fit atau sesuai.

6. Hasil Uji Sesuai

Jika sudah sesuai maka model dapat digunakan sebagai penarikan kesimpulan.



7. Kesimpulan dan Pembahasan

Langkah selanjutnya adalah interpretasi hasil yang ada dan juga penarikan kesimpulan pada seluruh pengujian dan memberikan saran sesuai hasil penelitian.

3.3 Waktu dan Lokasi Penelitian

- a. Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan April-Mei 2022
- b. Lokasi penelitian di kedai Essemu Kopi Jl. Dr. Soetomo, Jombang, Jawa Timur

3.4 Variabel Penelitian

- a. Variabel Independen (Variabel Bebas)

Variabel Independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel bebas yakni :

1. Kualitas pelayanan (X1), dengan indikator :
 - a. Kecepatan diwakili dengan Kpel1 dan Kpel2
 - b. Keramahan diwakili dengan Kpel3



- c. Keterampilan diwakili dengan Kpel4 dan Kpel5
2. Kualitas produk (X2), dengan indikator :
 - a. Rasa diwakili dengan KPr3 dan KPr6
 - b. Tampilan diwakili dengan KPr4 dan KPr5
 - c. Variasi diwakili dengan KPr1 dan KPr2
- b. Variabel Dependen (Variabel Terikat)

Variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Variabel penelitian ini adalah kepuasan konsumen (Y) dengan diwakili oleh indikator KK1, KK2, dan KK3.

3.5 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono dalam (Ariyani & Asim, 2020), populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari subjek dan objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.



Adapun populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen dari kedai Essemu Kopi pada periode bulan April-Mei tahun 2022.

2. Sampel

Menurut Sugiyono dalam (Sugiyono, 2017) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam pengambilan sampel peneliti menggunakan teknik *nonprobability sampling* dengan cara *sampling insidental*. Menurut Sugiyono dalam (Sugiyono, 2017) *nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Sedangkan *sampling insidental* adalah Teknik menentukan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai



sampel, Sugiyono dalam (Sugiyono, 2017). Jadi untuk penentuan sampel menggunakan *sampling incidental* sehingga sampel ditentukan sebanyak 40 orang konsumen kedai Essemu Kopi Jombang yang sudah datang minimal dua kali dalam bulan April-Mei tahun 2022.

3.6 Sumber Data

Data Primer

Data yang didapatkan secara langsung dari responden yang diteliti, mencakup:

- a. Karakteristik responden yang diantaranya jenis kelamin, Pendidikan dan umur.
- b. Data mengenai pendapat responden tentang kualitas pelayanan dan kualitas produk.

3.7 Teknik Pengumpulan Data

1. Kuisisioner

Pengumpulan data dengan cara membagikan kuisisioner kepada konsumen di Kedai Essemu Kopi. Responden



diminta menjawab pertanyaan yang berhubungan dengan objek yang diteliti dengan menggunakan skala *likert*.

Menurut Riduwan dalam (Islamia, 2017), skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi orang atau kelompok tentang kejadian atau gejala sosial, Setiap jawaban dihubungkan dengan bentuk pernyataan atau dukungan sikap dengan kata – kata sebagai berikut:

Tabel 3.1
Skala *likert*

Skor	Pernyataan
1	Sangat Tidak Setuju
2	Kurang Setuju
3	Ragu – ragu
4	Setuju
5	Sangat Setuju

