



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PEACOCKOFFIE GOMBEL
SEMARANG**

Skripsi

**Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan Pendidikan Strata I
Departemen Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Diponegoro**

Penyusun

Savira Widya Handyana

14020216140096

**DEPARTEMEN ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2022**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN**KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI)**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Savira Widya Handyana

NIM : 14020216140096

Departemen : Administrasi Bisnis

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang saya susun dengan judul :

**Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan
Konsumen Peacockoffie Gombel Semarang**

Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari skripsi atau karya ilmiah orang lain. Apabila dikemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar sarjana)

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Semarang, 23 November 2022

Pembuat Pernyataan



Savira Widya Handyana

HALAMAN PENGESAHAN

Judul skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap
Kepuasan Konsumen Peacockoffie Gombel Semarang

Nama penyusun : Savira Widya Handyana

NIM : 14020216140096

Departemen : Administrasi Bisnis

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata I
pada Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Diponegoro.

Semarang, 23 November 2022

Dekan



Dr. Hardi Warsono, MT
NIP. 19640827 199001 1 001

Wakil Dekan I



Dr. Teguh Yuwono, M.Pol. Admin
NIP. 196908221994031003

Dosen Pembimbing

Drs. Handojo Djoko Waloejo, M.Si


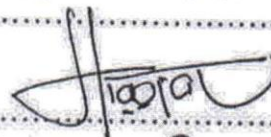
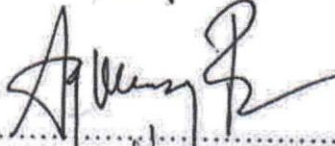

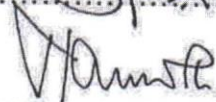
Drs. Wahyu Hidayat, M.Si

Dosen Penguji

Agung Budiarmo, S.Sos., MM

Drs. Wahyu Hidayat, M.Si

Drs. Handojo Djoko Waloejo, M.Si

()
()
()
()
()

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah nasib suatu kaum sehingga mereka mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri.” (QS.Ar-Ra’d:11)

“Rather than becoming the best, I want to become a person with meaning” Ria sw

PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadirat Allah swt, skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Ayah dan Eyang yang selalu memberikan doa, kasih sayang, dan dukungan setiap saat. Semoga dengan menyelesaikan skripsi ini penulis dapat membanggakan dan membahagiakan hati Ayah dan Eyang
2. Almarhum Ibu saya, yang sedari kecil mengajarkan saya untuk selalu menjadi orang yang tegar, bertanggung jawab dan bersabar.
3. Adik saya, yang selalu menjadi tempat keluh kesah dan selalu bersedia menemani saya selama proses penyusunan skripsi.
4. Dosen pembimbing I dan II saya, Bapak Handojo Djoko Waloejo dan Bapak Wahyu Hidayat yang selalu membimbing saya dalam proses penyusunan skripsi.
5. Saudara seperjuangan skripsi saya yaitu Arifianada yang selalu menguatkan satu sama lain dan memberikan *support* selama proses pengerjaan skripsi.
6. Teman-teman selama perkuliahan saya Maharani Dewi, Syifa Avidha, Dewi Masithoh, Dini Arista, Prihandini, Dias Rintasari yang selalu ada disaat suka maupun duka, yang selalu menghibur, menyemangati, menemani penulis selama masa perkuliahan.
7. Sahabat-sahabat saya yang sudah menemani saya sejak dibangku SMP sampai sekarang Tika, Tyas, Gea dan Rizkha.
8. Seluruh teman-teman S1 Administrasi Bisnis angkatan 2016 yang telah memberikan kenangan yang berharga selama beberapa tahun terakhir.

9. Teman-teman seperbimbingan saya Khunaifa, Christin, Alesia dan Dico yang selalu menyemangati dan membantu saya selama penyusunan skripsi.
10. Teman-teman KKN Tim I 2020 Desa Kedung Kebo, Pekalongan Tina, Vania, Cilla, Farhan dan Aldy yang sudah memberikan kenangan yang tak akan bisa dilupakan selama KKN berlangsung.

Penulis sangat menyadari bahwa tidak bisa hidup sendiri dan senantiasa membutuhkan bantuan dari orang lain. Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari bahwa masih jauh dari kata sempurna. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak yang telah mendukung dan mohon maaf segala kekurangan dalam penyusunan skripsi ini.

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PEACOCKOFFIE GOMBEL
SEMARANG**

ABSTRAK

Kedai kopi merupakan salah satu bisnis kuliner yang saat ini sedang *trend*. Dengan banyaknya kedai kopi yang bermunculan di Semarang, untuk mempertahankan eksistensinya maka para pengusaha berlomba-lomba bersaing untuk memperebutkan konsumen. Salah satu kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah dengan menciptakan kepuasan konsumen yang tinggi. Kepuasan konsumen yang tinggi dapat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang baik dan kualitas produk yang baik. Namun, pada kenyataannya tidak semua kedai kopi memiliki tingkat kepuasan konsumen yang tinggi termasuk Peacockoffie Gombel Semarang.

Tipe penelitian yang digunakan adalah *explanatory research*. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh konsumen yang sudah melakukan pembelian makanan atau pun minuman di Peacockoffie Gombel Semarang. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *non-probability sampling*, sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen Peacockoffie Gombel Semarang yang sudah pernah melakukan pembelian dan mengkonsumsi produk minimal 2 kali dalam 3 bulan. Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif dengan uji validitas, uji reliabilitas, tabulasi silang, koefisien korelasi, koefisien determinasi, regresi sederhana, regresi berganda, uji t dan uji F dengan bantuan *Microsoft excel* dan *SPSS Versi 28.0*.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, begitu juga dengan kualitas produk yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, serta terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.

Adapun saran yang diberikan kepada pihak Peacockoffie Gombel Semarang pada aspek kualitas pelayanan adalah dengan memberikan *space* yang lebih besar lagi antar meja satu dengan meja lainnya, fasilitas umum seperti toilet lebih dijaga kebersihannya dan memberikan pewangi ruangan, melakukan *service AC* setiap bulannya, menyewa lahan parkir, ditambahkan lagi karyawan yang berjaga, diharapkan karyawan lebih meningkatkan lagi rasa empati. Sedangkan untuk aspek kualitas produk adalah lebih memperhatikan kembali takaran yang sudah ditentukan untuk menciptakan rasa yang konsisten, melakukan inovasi pada produk makanan dan minuman serta penyajiannya.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen

**THE IMPACT OF SERVICE QUALITY AND PRODUCT QUALITY ON
CONSUMER SATISFACTION PEACOCKOFFIE GOMBEL SEMARANG**

ABSTRACT

One of the culinary business that are currently popular is a coffee shop. Due to the growing number of coffee shops in Semarang, business owners compete for customers to maintain their existence. One of the main factors in winning the competition is developing high consumer satisfaction. Good service quality and good product quality effect high consumer satisfaction. However in reality, not all coffee shops have a high level of consumer satisfaction, including Peacockoffie Gombel Semarang.

Explanatory research was used as the studys method. The population of this study are all consumers who have purchased products of Peacockoffie Gombel Semarang. The sampling technique used was the non-probability sampling method, while Peacockoffie Gombel Semarang consumers who had made purchases and consume the products at least two times in three months served as the studys sample. There were 100 respondents in this study. This study used quantitative analysis, including validity test, reliability test, cross-tabulation, correlation coefficient, coefficient of determination, simple regression, multiple regression, t-test, F-test with the assistance of Microsoft Excel and SPSS version 28.0.

The study's results indicated that service quality positively and significantly affected consumer satisfaction. Product quality positively and significantly affected consumer satisfaction. Also, there was a positive and significant effect between service quality and product quality on consumer satisfaction.

The suggestion offered to Peacockoffie Gombel on the aspect of service quality is to provide a larger space between one table and another, maintain public facilities like restrooms clean, and provide air freshener. In addition, to performing monthly AC maintenance, renting parking lots, and adding more employees on duty, and it is expected that employees will further improve their sense of empathy. As for the product quality aspect, it is more important to pay more attention to the specified dose to produce a consistent taste and develop food and beverage products innovations as well as their presentations.

Keywords: Service Quality, Product Quality, Consumer Satisfaction

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah swt. atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik sebagai salah satu syarat untuk memenuhi pendidikan Strata 1 Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro.

Saya sadar bahwa penulisan skripsi dengan judul: "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Peacockoffie Gombel Semarang" ini tidak lepas dari adanya kerjasama dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan segenap kerendahan hati, pada kesempatan ini saya mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung saya dalam proses penyelesaian penelitian ini, khususnya kepada:

1. Dr. Hardi Warsono, MT. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi.
2. Dr.Widiartanto, S.sos, M.AB selaku Ketua Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi.
3. Dr.Reni Shinta Dewi., M.Si., S.Sos selaku Ketua Prodi S-1 Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi.
4. Drs. Handojo Djoko W, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Drs. Wahyu Hidayat, M.Si selaku dosen penguji II yang telah membantu dan memberikan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Agung Budiatmo, S.Sos., MM selaku dosen wali yang telah membimbing sejak awal perkuliahan.
7. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, khususnya dosen departemen Administrasi Bisnis Undip yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama proses perkuliahan.

8. Seluruh responden atas kesediannya mengisi kuesioner yang telah saya berikan.
9. Serta berbagai pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu dan tidak dapat saya sebutkan satu per satu.

Apabila dalam penulisan karya ilmiah ini terdapat kekurangan, penulis mengharapkan kritik dan saran. Semoga skripsi ini memberikan manfaat nyata bagi kemajuan bersama.

Semarang, 23 November 2022

Penulis,



Savira Widya Handyana
NIM.14020216140096

Daftar Isi

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.5 Kerangka Teori	13
1.5.1 Perilaku Konsumen	13
1.5.2 Kepuasan Konsumen.....	17
1.5.3 Kualitas Pelayanan	22
1.5.4 Kualitas Produk.....	26
1.6 Pengaruh antara Variabel Independen dengan Variabel Dependen	32
1.6.1 Pengaruh antara Kualitas Pelayanan (X1) dan Kepuasan Konsumen (Y)	32
1.6.2 Pengaruh antara Kualitas Produk (X2) dan Kepuasan Konsumen (Y)	33
1.6.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) dan Kualitas Produk (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)	34
1.7 Penelitian Terdahulu	35
1.8 Hipotesis	36
1.9 Definisi Konsep	38

1.9.1	Kualitas Pelayanan	38
1.9.2	Kualitas Produk	38
1.9.3	Kepuasan Konsumen	38
1.10	Definisi Operasional	38
1.10.1	Kualitas Pelayanan	39
1.10.2	Kualitas Produk	40
1.10.3	Kepuasan Konsumen	42
1.11	Metode Penelitian	42
1.11.1	Tipe Penelitian.....	42
1.11.2	Populasi dan Sampel	43
1.11.3	Teknik Pengambilan sampel	44
1.11.4	Jenis dan Sumber Data	46
1.11.5	Skala Pengukuran	47
1.11.6	Teknik Pengumpulan Data	48
1.11.7	Teknik Pengolahan Data	49
1.11.8	Instrumen Penelitian.....	50
1.11.9	Teknik Analisis Data	50
BAB II GAMBARAN UMUM PEACOCKOFFIE GOMBEL DAN		
	PROFIL RESPONDEN.....	57
2.1	Sejarah Peacockoffie	57
2.2	Visi,Misi dan Logo Peacockoffie	58
2.2.1	Visi	58
2.2.2	Misi	59
2.2.3	Logo Perusahaan	60
2.3	Struktur Organisasi dan Ketenagakerjaan	61
2.3.1	Struktur Organisasi.....	61
2.3.2	Ketenagakerjaan	66
2.4	Identitas Responden.....	70
2.4.1	Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	71
2.4.2	Umur Responden.....	71

2.4.3	Status Marital Responden.....	72
2.4.4	Pendidikan Terakhir Responden	73
2.4.5	Pekerjaan Responden	74
2.4.6	Penghasilan Per Bulan Responden	74

BAB III PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS

PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN

PEACOCKOFFIE GOMBEL 78

3.1	Uji Validitas.....	78
3.2	Uji Realiabilitas	82
3.3	Persepsi Responden Mengenai Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Kepuasan Konsumen	84
3.3.1	Variabel Kualitas Pelayanan	84
3.3.2	Variabel Kualitas Produk	102
3.3.3	Variabel Kepuasan Konsumen	124
3.4	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen.....	135
3.4.1	Tabulasi Silang	135
3.4.2	Uji Korelasi	136
3.4.3	Koefisien Determinasi	137
3.4.4	Regresi Linier Sederhana	138
3.4.5	Uji t	140
3.5	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen	141
3.5.1	Tabulasi Silang	142
3.5.2	Uji Korelasi	143
3.5.3	Koefisien Determinasi	144
3.5.4	Regresi Linear Sederhana.....	144
3.5.5	Uji t	146
3.6	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen.....	147
3.6.1	Uji Korelasi	148
3.6.2	Koefisien Determinasi	149
3.6.3	Regresi Linear Berganda.....	149

3.6.4 Uji F	151
3.7 Pembahasan	154
BAB IV PENUTUP	159
4.1 Kesimpulan	159
4.2 Saran	160
Daftar Pustaka.....	164
LAMPIRAN.....	166

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penjualan Peacockoffie Gombel	9
Tabel 1.2 Penelitian Terdahulu	35
Tabel 1.3 Pedoman Koefisien Korelasi.....	52
Tabel 2.1 Jam Kerja Staff.....	67
Tabel 2.2 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	71
Tabel 2.3 Jumlah Responden Berdasarkan Umur	72
Tabel 2.4 Jumlah Responden Berdasarkan Status Marital	73
Tabel 2.5 Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	73
Tabel 2.6 Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	74
Tabel 2.7 Jumlah Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan	75
Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan	80
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk.....	81
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen	82
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel	83
Tabel 3.5 Persepsi Kecepatan Karyawan dalam Memberikan Pelayanan	85
Tabel 3.6 Persepsi Ketepatan Karyawan dalam Memberikan Pelayanan	86
Tabel 3.7 Persepsi Kesiediaan Karyawan dalam Membantu Konsumen.....	87
Tabel 3.8 Persepsi Keterampilan Karyawan dalam Menanggapi Keluhan Konsumen.....	88
Tabel 3.9 Persepsi Konsumen Mengenai Tingkat Kenyamanan Ruangan Peacockoffie Gombel	89
Tabel 3.10 Persepsi Konsumen Mengenai Tingkat Kerapihan Karyawan Peacockoffie Gombel	90
Tabel 3.11 Persepsi Konsumen pada Tingkat Kelayakan Fasilitas Umum Peacockoffie Gombel.....	92
Tabel 3.12 Persepsi Konsumen Terhadap Kemampuan Karyawan dalam Memenuhi Kebutuhan dan Keinginan Konsumen	93
Tabel 3.13 Persepsi Konsumen Terhadap Sikap Karyawan dalam Melayani Konsumen	94
Tabel 3.14 Persepsi Konsumen Kemampuan Karyawan dalam Memberikan Jaminan Produk.....	95
Tabel 3.15 Persepsi Konsumen Terhadap Akurasi Karyawan dalam Memberikan Informasi dan Perhitungan Harga.....	96
Tabel 3.16 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Kualitas Pelayanan	98
Tabel 3.17 Penilaian Variabel Kualitas Pelayanan pada Peacockoffie Gombel .	101
Tabel 3.18 Persepsi Konsumen Terhadap Konsistensi Rasa Produk.....	103
Tabel 3.19 Persepsi Konsumen Terhadap Kekhasan Rasa dan Aroma Produk..	104

Tabel 3.20 Persepsi Terhadap Kualitas Rasa Produk Sesuai dengan Harapan Konsumen	105
Tabel 3.21 Persepsi Kelayakan Porsi Makanan dan Minuman yang disajikan...	106
Tabel 3.22 Persepsi Konsumen Terhadap Tampilan Penyajian.....	108
Tabel 3.23 Persepsi Mengenai Kesesuaian Tampilan dengan Gambar di Daftar Menu	109
Tabel 3.24 Persepsi Mengenai Keberagaman Pilihan Produk	110
Tabel 3.25 Persepsi Konsumen Terhadap Keunggulan Makanan Pendamping .	111
Tabel 3.26 Persepsi Mengenai Kemudahan dalam Mengingat Rasa Makanan dan Minuman	112
Tabel 3.27 Persepsi Kesan Pertama Konsumen Terhadap Makanan dan Minuman di Peacockoffie Gombel.....	114
Tabel 3.28 Persepsi Konsumen Terhadap Daya Tahan Produk.....	115
Tabel 3.29 Persepsi Konsumen Terhadap Kesegaran Makanan dan Minuman saat disajikan	116
Tabel 3.30 Persepsi Konsumen Terhadap Kemudah Mencari Produk dalam Daftar Menu	117
Tabel 3.31 Persepsi Konsumen Terhadap Kesiediaan Pengembalian Produk Makanan dan Minuman yang Cacat	119
Tabel 3.32 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Kualitas Produk	120
Tabel 3.33 Kategorisasi Variabel Kualitas Produk	123
Tabel 3.34 Persepsi Mengenai Kepuasan Atas Pelayanan.....	125
Tabel 3.35 Persepsi Mengenai Kepuasan atas Fasilitas yang diharapkn	127
Tabel 3.36 Persepsi Mengenai Kepuasan Makanan dan Minuman yang diharapkan.....	128
Tabel 3.37 Persepsi Konsumen untuk Mengunjungi Kembali.....	129
Tabel 3.38 Persepsi Mengenai Kesiediaan Konsumen untuk Merekomendasikan pada Orang Lain.....	131
Tabel 3.39 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel Kepuasan Konsumen	132
Tabel 3.40 Kategorisasi Variabel Kepuasan Konsumen.....	134
Tabel 3.41 Tabulasi Silang Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen	136
Tabel 3.42 Koefisien Korelasi Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen	137
Tabel 3.43 Regresi Linier Sederhana Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen	138
Tabel 3.44 Tabulasi Silang Variabel Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen	142

Tabel 3.45 Koefisien Korelasi Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen	143
Tabel 3.46 Regresi Linear Sederhana Kualitas Produk Terhadap Kepuasan konsumen	145
Tabel 3.47 Koefisien Korelasi Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen.....	148
Tabel 3.48 Regresi Linear Berganda Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen	150
Tabel 3.49 Hasil Uji F Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen.....	152

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Review Konsumen Peacockoffie Gombel Semarang dari Google Review	7
Gambar 1.2 Pentingnya Kualitas Pelayanan	23
Gambar 1.3 Model Hipotesis	38
Gambar 1.4 Kurva Uji t.....	55
Gambar 1.5 Kurva Uji F.....	56
Gambar 2.1 Logo Peacockoffie.....	61
Gambar 2.2 Struktur Organisasi Peacockoffie.....	63
Gambar 3.1 Daerah Penerimaan dan Penolakan Uji t Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan konsumen	141
Gambar 3.2 Daerah penolakan dan penerimaan uji t kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.....	147
Gambar 3.3 Kurva Uji F Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen.....	153