

**PENGARUHKEBERSIHAN DAN PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PADA RUMAH MAKAN
PRANYNDA DI KOTA PRABUMULIH**

SKRIPSI



**DESTRIAMIRTA
2022110106**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTASEKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PRABUMULIH
2026**

**PENGARUHKEBERSIHAN DAN PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PADA RUMAH MAKAN
PRANYNDA DI KOTA PRABUMULIH**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Program
Studi Manajemen Universitas Prabumulih



**DESTRIAMIRTA
2022110106**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PRABUMULIH
2026**

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH KEBERSIHAN DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA RUMAH MAKAN PRANYNDA DI KOTA PRABUMULIH

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Untuk Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen Kota Prabumulih

Oleh :
Destri Amirta 2022110106

Prabumulih, 24 Juni 2026

PEMBIMBING I

PEMBIMBING II

Yudi Tusri, S.E., M.S.i
NUPTK. 2146750651130173

Sebri Mesinto, S.E., M.S.i
NUPTK. 2236765666130263

KETUA PROGRAM STUDI MANAJEMEN



HEZAKARIA HARAHAP, S.E.I., M.H.I
NUPTK. 8352757658130193

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas akhir berupa skripsi ini dengan judul “ Pengaruh Kebersihan Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Pranynda Di Kota Prabumulih ” telah di pertahankan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Prabumulih pada tanggal 24 Juni 2026.

Prabumulih, 24 Juni 2026

Tim Penguji Skripsi

KETUA:

1. Yudi Tusri, S.E., M.Si
NUPTK:2146750651130173

ANGGOTA:

2. Sebri Hesinto, SE,.Msi
NUPTK:2235765666130263

3. H. Zakaria Harahap.S.E.I.,M.H.I
NUPTK:8352757658130193

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Hj. Destiana, S.E., M.M.
NUPTK. 2544740641230233

Program Studi Manajemen

H. Zakaria Harahap, S.E.I., M.H.I
NUPTK. 8352757658130193

PERNYATAAN INTERGRITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Destri Amirta

Nim : 2022110106

Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa, tugas akhir ini benar-benar merupakan hasil karya saya dan tidak terdapat karya orang lain, apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa tugas akhir ini hasil plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku atas perbuatan tersebut.



Prabumulih, Mei 2026
Yang membuat pernyataan



Destri Amirta
Nim. 022110106

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

"Kesabaran bukanlah kemampuan untuk menunggu, tetapi kemampuan untuk tetap berusaha, berdoa, dan percaya kepada ketentuan Allah dalam setiap proses kehidupan."

(Q.S. Al-Baqarah: 286)

"Beri dirimu waktu untuk lelah, tetapi jangan menyerah. Setiap proses memiliki waktunya sendiri untuk bertumbuh."

(Baskara Putra)

Kupersembahkan kepada:

1. **Untuk diri saya sendiri, (Destri Amirta)**
terima kasih karena telah mampu bertahan, berjuang, dan tidak menyerah meskipun banyak rintangan yang harus dihadapi. Semua usaha dan kesabaran ini akhirnya membuahkan hasil yang membanggakan.
2. **Kedua orang tua tercinta, (Mirsa Wadi & Erna Nita)**
yang senantiasa memberikan kasih sayang, doa, dukungan, dan pengorbanan tanpa batas demi keberhasilan dan kebahagiaan saya. Dan selalu memberikan semangat, motivasi, dan doa dalam setiap langkah perjalanan hidup saya.
3. **Kakak dan Ayuk tersayang, (Beni Apriansyah & Novi Artini)**
yang selalu memberikan semangat, motivasi, serta menjadi tempat berbagi cerita dan keluh kesah selama proses penyusunan skripsi ini.
4. **Dosen pembimbing I dan II (Pak Yudi Tusri & Pak Sebri Hesinto)**
Dan seluruh dosen fakultas ekonomi dan bisnis yang telah memberikan ilmu, arahan, serta bimbingan selama masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.
5. **Untuk bapak /ibu dan karyawan pemilik rumah makan pranynda (Kak Beni & Yuk Winda)**Terimakasih atas dukungan,kesempatan,dan bantuan yang diberikan selama proses penelitian ini.
6. **Sahabat seperjuangan, (Meisa A, Putri F A, Christina F) Kls D Tercinta dan teman seperjuangan 2022** yang telah menemani, membantu, dan memberikan banyak kenangan selama masa perkuliahan.
7. **Seseorang yang spesial yang tidak dapat saya sebutkan namanya** (terima kasih atas perhatian, dukungan, doa, dan semangat yang diberikan. Kehadiranmu telah menjadi salah satu alasan untuk terus bertahan dan berjuang hingga sampai pada titik ini.
8. **Kampus & Almamater tercinta Universitas Prabumulih,** yang telah menjadi tempat saya menuntut ilmu dan mengembangkan diri.

ABSTRAK

Pengaruh Kebersihan Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Pranynda Di Kota Prabumulih

Destri Amirta, 2022110106, 2026

Penelitian ini dilakukan pada Rumah Makan Pranynda yang berlokasi di Kota Prabumulih dan bertujuan untuk mengetahui pengaruh kebersihan (X_1) dan pelayanan (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y), baik secara parsial maupun simultan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif kuantitatif. Populasi penelitian adalah seluruh pelanggan Rumah Makan Pranynda Kota Prabumulih yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Sampel penelitian berjumlah 97 responden yang ditentukan menggunakan teknik accidental sampling dengan *Rumus Lemeshow*. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda, uji t , uji F , serta koefisien determinasi (R^2) dengan bantuan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial kebersihan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yang ditunjukkan oleh nilai t hitung sebesar $3,504 > t$ tabel sebesar $1,988$ dan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$. Selain itu, pelayanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yang ditunjukkan oleh nilai t hitung sebesar $5,056 > t$ tabel sebesar $1,988$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Secara simultan, kebersihan dan pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai F hitung sebesar $47,187 > F$ tabel sebesar $3,09$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar $0,501$ yang berarti bahwa pengaruh kebersihan (X_1) dan pelayanan (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebesar $50,1\%$, sedangkan sisanya sebesar $49,9\%$ dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Kebersihan, Pelayanan, Dan Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

The Influence of Cleanliness and Service on Customer Satisfaction at Pranynda Restaurant in Prabumulih City

Destri Amirta, 2022110106, 2026

This research was conducted at Pranynda Restaurant located in Prabumulih City and aimed to determine the effect of cleanliness (X_1) and service quality (X_2) on customer satisfaction (Y), both partially and simultaneously. The research method used was a quantitative method with a descriptive quantitative approach. The population of this study consisted of all customers of Pranynda Restaurant in Prabumulih City, whose exact number was unknown. The sample consisted of 97 respondents selected using the accidental sampling technique and determined through the Lemeshow formula. Data were collected through questionnaires and analyzed using multiple linear regression, t-test, F-test, and the coefficient of determination (R^2) with the assistance of SPSS software. The results showed that, partially, cleanliness had a positive and significant effect on customer satisfaction, as indicated by a t-value of $3.504 > t\text{-table of } 1.988$ and a significance value of $0.001 < 0.05$. In addition, service quality also had a positive and significant effect on customer satisfaction, as indicated by a t-value of $5.056 > t\text{-table of } 1.988$ and a significance value of $0.000 < 0.05$. Simultaneously, cleanliness and service quality had a positive and significant effect on customer satisfaction, with an F-value of $47.187 > F\text{-table of } 3.09$ and a significance value of $0.000 < 0.05$. The coefficient of determination (R^2) was 0.501, indicating that cleanliness (X_1) and service quality (X_2) contributed 50.1% to customer satisfaction (Y), while the remaining 49.9% was influenced by other factors not examined in this study.

Keywords: *Cleanliness, Service Quality, Customer Satisfaction.*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kebersihan Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Pranynda Di Kota Prabumulih”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Prabumulih. Namun, skripsi ini diharapkan tidak hanya menjadi syarat akademik, tetapi juga memberikan manfaat bagi penulis juga pembaca. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis banyak menerima bantuan, arahan, dan bimbingan dari berbagai pihak. oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Yuniar Pratiwi, S.Si., M.Si. selaku Rektor Universitas Prabumulih.
2. Ibu Dr. Hj. Desliana, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Prabumulih.
3. Bapak H. Zakaria Harahap, S.E.I., M.H.I. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Prabumulih.
4. Bapak Yudi Tusri S.E., M.Si selaku Pembimbing I yang telah membimbing dan memberi masukan selama penyusunan Skripsi ini.
5. Bapak Sebri Hesinto, S.E., M.Si.. selaku Pembimbing II yang telah membimbing dan memberi masukan dalam proses penulisan Skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Prabumulih yang telah memberikan ilmu selama perkuliahan dan mengantarkan penulis hingga bisa menyelesaikan Skripsi ini.
7. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Rumah makan pranynda beserta seluruh pegawai rumah makan dan bos rumah makan yang telah memberikan izin, dukungan, serta bantuan selama proses penelitian berlangsung. Kesiadaan pihak rumah makan dalam memberikan informasi, waktu, dan kerja sama yang baik sangat membantu penulis dalam memperoleh data yang diperlukan, sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan lancar.

8. Kedua orang tua, saudara, keluarga besar, serta sahabat-sahabat yang senantiasa memberikan doa, dukungan, dan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu.

Penulis memohon maaf dan menyadari apabila terdapat kekurangan pada skripsi ini, untuk itu penulis membutuhkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak untuk penyempurnaan penulisan skripsi di masa mendatang.



Prabumulih, 24 Juni 2026
Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Destri Amirta', is written over the printed name.

Destri Amirta
NIM. 2022110106

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
PERNYATAAN INTERGRITAS	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Akademisi	3
1.5 Batasan Penelitian.....	4
BAB II.....	5
TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Kebersihan	5
2.1.1 Pengertian Kebersihan	5
2.1.2 Indikator kebersihan	6
2.1.3 Faktor-faktor kebersihan.....	7
2.1.4 Hubungan kebersihan dengan kepuasan pelanggan	8
2.2 Pelayanan.....	8
2.2.1 Pengertian Pelayanan.....	8
2.2.2 Faktor-faktor Pelayanan	9
2.2.3 Indikator Pelayanan.....	10

2.2.4 Hubungan Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan.....	10
2.3 Kepuasan Pelanggan	11
2.3.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan	11
2.3.2 Teori kepuasan pelanggan	12
2.3.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan	13
2.3.4 Indikator Kepuasan Pelanggan	13
2.4 Penelitian Terdahulu	14
2.5 Kerangka Pemikiran.....	15
2.6 Hipotesis	16
BAB III	17
METODE PENELITIAN.....	17
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	17
3.1.1 Lokasi Penelitian	17
3.1.2 Waktu Penelitian.....	17
3.1.3 Objek	17
3.2 Metode dan Desain Penelitian.....	17
3.2.1 Metode penelitian	17
3.2.2 Desain penelitian	18
3.2.3 Pendekatan Penelitian	18
3.3 Populasi dan Sampel	19
3.3.1 Populasi	19
3.3.2 Sampel.....	19
3.4 Jenis dan Sumber Data	21
3.4.1 Jenis Data.....	21
3.4.2 Sumber Data	21
3.5 Variabel Penelitian dan Operasional Variabel Penelitian	22
3.5.1 Variabel Penelitian	22
3.6 Operasional Variabel Penelitian	23
3.6.1 Operasional variabel	23
3.7 Teknik Pengumpulan Data	25
3.8 Instrumen Penelitian	26
3.8.1 Uji Validitas	26
3.8.2 Uji Reliabilitas	27
3.9 Teknik Analisis Data	28
3.9.1 Uji Asumsi Klasik	28

3.9.2 Analisis Regresi Linier Berganda.....	30
3.9.3 Analisis Koefisien Korelasi (R)	30
3.10 Uji Hipotesis	31
3.10.1 Uji Parsial (Uji t).....	31
3.10.2 Uji Simultan (Uji F).....	32
3.10.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	32
BAB IV	33
HASIL PENELITIAN	33
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	33
4.1.1 Sejarah Perusahaan	33
4.2 Gambaran Umum Karakteristik Responden.....	34
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	34
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	34
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	35
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	36
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	36
4.3 Deskripsi Tanggapan Responden	37
4.3.1 Tanggapan Responden Mengenai Kebersihan (X1)	37
4.3.2 Tanggapan Responden Mengenai Pelayanan (X2)	38
4.3.3 Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Pelanggan (Y).....	39
4.4 Data Hasil Penelitian.....	40
4.4.1 Uji Validitas.....	40
4.4.2 Uji Reliabilitas.....	42
4.5 Uji Asumsi Klasik.....	44
4.5.1 Uji Normalitas	44
4.5.2 Uji Heteroskedastisitas	45
4.5.3 Uji Multikolinieritas	46
4.5.4 Uji Regresi Linear Berganda	47
4.5.5 Analisis koefisien korelasi	48
4.6 Uji Hipotesis	49
4.6.1 Uji t (Persial)	49
4.6.2 Uji F (Simultan).....	50
4.6.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	51
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian.....	51
4.7.1 Pengaruh Kebersihan Terhadap kepuasan pelanggan	52

4.7.2 Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	52
4.7.3 Pengaruh Kebersihan Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	52
BAB V	54
KESIMPULAN DAN SARAN	54
5.1 Kesimpulan	54
5.2 Saran	54
DAFTAR PUSTAKA	56
LAMPIRAN	58



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	14
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	24
Tabel 3.2 Skor Skala Likert	25
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	34
Tabel 4.2 Karakteristik responden berdasarkan usia	34
Tabel 4.3 Karakteristik responden berdasarkan pendidikan.....	35
Tabel 4.4 Karakteristik responden berdasarkan Pekerjaan	36
Tabel 4.5 Karakteristik responden berdasarkan pendapatan.....	36
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Mengenai Kebersihan.....	37
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Mengenai Pelayanan	38
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Pelanggan	39
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Kebersihan (X1).....	40
Tabel 4.10 Uji Validitas Pelayanan (X2)	41
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y).....	41
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas Kebersihan (X1).....	42
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas Pelayanan (X2).....	43
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan(Y).....	43
Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas.....	44
Tabel 4.16 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	45
Tabel 4.17 Scatterplot.....	46
Tabel 4.18 Hasil Uji Multikolinearitas	46
Tabel 4.19 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	47
Tabel 4.20 Interpretasi Koefisien	48
Tabel 4.21 Model Summary ^b	48
Tabel 4.22 Hasil Uji T	49
Tabel 4.23 Hasil Uji F.....	50
Tabel 4.24 Hasil Uji R ²	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	16
Gambar 4.14 Hasil Uji Normalitas	44
Gambar 4.16 Hasil Scatter Plot.....	46



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	59
Lampiran 2 Tabulasi Data Responden	62
Lampiran 3 Hasil Analisis SPSS.....	68
Lampiran 4 Tabel Distribusi Statistik.....	74
Lampiran 5 Kartu Bimbingan.....	81
Lampiran 6 Dokumentasi Penelitian.....	86
Lampiran 7 Riwayat Hidup.....	88



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kebersihan merupakan aspek fundamental dalam operasional sebuah rumah makan karena berpengaruh langsung terhadap persepsi kualitas dan kenyamanan pelanggan. Lingkungan yang bersih menciptakan suasana makan yang lebih aman, sehat, serta meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap makanan yang dikonsumsi. Namun, Rumah Makan Pranynda di Kota Prabumulih menghadapi kendala kebersihan akibat lokasi parkir yang sering dipadati kendaraan besar, seperti truk dan mobil bermuatan berat. Aktivitas kendaraan tersebut menyebabkan debu berterbangan dan masuk ke area makan, sehingga meja, lantai, serta peralatan mudah kotor meskipun telah dibersihkan secara berkala. Kondisi ini dapat menurunkan kenyamanan pelanggan serta berpotensi memberikan penilaian negatif terhadap kualitas rumah makan.

Selain itu, masalah kebersihan yang dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti debu dari kendaraan besar membutuhkan penanganan yang lebih sistematis. Jika tidak diatasi, paparan debu dapat memengaruhi kualitas udara di dalam ruang makan, memunculkan ketidaknyamanan, dan menurunkan pengalaman pelanggan. Lingkungan makan yang terlihat kurang bersih dapat mengakibatkan pelanggan mempertimbangkan ulang keputusan untuk kembali berkunjung meskipun kualitas makanan baik. Hal ini sesuai dengan pendapat (Kurnianto et.al 2024) Kebersihan merupakan salah satu aspek penting dalam kehidupan bermasyarakat yang sering kali diabaikan. Di tengah perkembangan zaman yang semakin pesat, kesadaran masyarakat akan pentingnya kebersihan lingkungan menjadi tantangan tersendiri.

Selain kebersihan, pelayanan merupakan variabel penting lainnya yang memengaruhi kepuasan pelanggan. Pelayanan yang cepat, ramah, dan profesional menjadi harapan konsumen ketika mengunjungi rumah makan. Namun, Rumah Makan Pranynda sering menghadapi kendala pelayanan terutama pada saat rumah makan sedang ramai. Pada jam sibuk, sebagian pelanggan mengeluhkan lambatnya proses penyajian karena jumlah pesanan meningkat secara signifikan dibandingkan kemampuan staf dalam melayani. Kondisi ini mengakibatkan waktu tunggu

semakin panjang dan dapat menurunkan kepuasan pelanggan, mengingat pelanggan umumnya menginginkan proses pelayanan yang efisien.

Keterlambatan pelayanan pada saat rumah makan ramai juga dapat berdampak pada persepsi profesionalitas dan manajemen operasional. Pelanggan cenderung membandingkan pelayanan yang diterima dengan ekspektasi mereka, dan perbedaan antara harapan dan kenyataan akan memengaruhi tingkat kepuasan. Jika pelayanan dinilai tidak konsisten, maka keinginan untuk melakukan kunjungan ulang akan menurun. Situasi ini menuntut Rumah Makan Pranynda untuk meningkatkan koordinasi staf, memperbaiki alur kerja, serta menambah sumber daya bila diperlukan agar pelayanan tetap optimal meskipun dalam kondisi ramai. Hal ini sejalan dengan (Indriyani et.al 2023) Pelayanan merupakan suatu aktifitas yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok orang atas dasar faktor material, melalui sistem, prosedur serta metode tertentu, melayani kepentingan orang lain sesuai dengan haknya.

Variabel ketiga yang menjadi fokus penelitian adalah kepuasan pelanggan, yang turut dipengaruhi oleh lokasi rumah makan. Rumah Makan Pranynda terletak cukup jauh dari pusat Kota Prabumulih sehingga akses menuju lokasi membutuhkan waktu tempuh yang lebih panjang dibandingkan rumah makan yang berada di pusat kota. Lokasi yang jauh dapat menjadi hambatan bagi sebagian pelanggan yang mempertimbangkan efisiensi waktu, kemudahan akses, dan kedekatan dengan aktivitas sehari-hari. Faktor jarak seringkali berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk mengunjungi suatu tempat usaha, terutama ketika terdapat alternatif lain yang lebih dekat. Menurut (Bahrin et.al 2023) Kepuasan pelanggan merupakan tanggapan atau respon seorang pelanggan yang mengenai pemenuhan kebutuhan para pelanggan. Meskipun demikian, Rumah Makan Pranynda tetap memiliki pelanggan setia yang menghargai kualitas makanan yang disajikan. Namun, jika faktor lokasi tidak diimbangi dengan kebersihan yang optimal dan pelayanan yang konsisten, maka tingkat kepuasan pelanggan berpotensi menurun. Jarak yang jauh membuat pelanggan mengharapkan pengalaman yang lebih baik sebagai kompensasi atas upaya mereka untuk datang. Oleh karena itu, penelitian mengenai pengaruh kebersihan dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Pranynda menjadi penting.

Dari uraian latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul penelitian saya yakni : **“Pengaruh Kebersihan Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Pranynda Di Kota Prabumulih”**.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh kebersihan Secara Parsial terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Pranynda di Kota Prabumulih?
2. Bagaimana pengaruh pelayanan Secara Parsial terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Pranynda di Kota Prabumulih?
3. Bagaimana pengaruh kebersihan dan pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Pranynda di Kota Prabumulih?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kebersihan Secara Parsial terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Pranynda.
2. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan Secara Parsial terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Pranynda.
3. Untuk mengetahui pengaruh kebersihan dan pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Pranynda.

1.4 Manfaat Akademisi

1.4.1 Manfaat Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian akademisi dalam bidang manajemen pemasaran, khususnya yang berkaitan dengan kualitas kebersihan, pelayanan, dan kepuasan pelanggan. Selain itu, penelitian ini dapat memperkuat temuan-temuan sebelumnya yang membahas faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan dalam bidang usaha kuliner. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat dijadikan referensi dalam mengembangkan penelitian terkait kepuasan pelanggan dan pada sektor kuliner.

1.4.2 Manfaat Praktiksi

1. Bagi pemilik Rumah Makan Pranynda, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan evaluasi untuk meningkatkan kebersihan, memperbaiki manajemen pelayanan, dan meningkatkan strategi kepuasan pelanggan.
2. Bagi pelanggan, penelitian ini dapat memberikan kontribusi pada peningkatan kualitas layanan sehingga pengalaman berkunjung menjadi lebih nyaman dan memuaskan.

1.5 Batasan Penelitian

Penelitian ini dibatasi pada konsumen Rumah Makan Pranynda di Kota Prabumulih, dengan ruang lingkup variabel yang hanya meliputi kebersihan dan pelayanan sebagai variabel bebas serta kepuasan pelanggan sebagai variabel terikat. Penelitian tidak mencakup faktor lain seperti harga, lokasi, promosi, rasa makanan, maupun citra merek. Data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner dan observasi langsung kepada pelanggan yang berkunjung selama periode penelitian. Hasil penelitian ini hanya berlaku pada lokasi dan periode penelitian berlangsung, sehingga tidak dapat digeneralisasi ke tempat atau waktu lain di luar objek penelitian. Adapun waktu penelitian dilaksanakan mulai bulan November hingga bulan Maret.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kebersihan

2.1.1 Pengertian Kebersihan

Menurut Aritonang (2005), Faktor kebersihan juga sangat besar pengaruhnya terutama dalam menentukan keputusan pembelian di rumah makan, karena pelanggan dimanapun memiliki keinginan yang sama dimana mereka makan, siapa yang menyiapkan, bahan baku apa yang digunakan, bagaimana pengolahannya dan tempat yang harus menjadi benar-benar bersih, sehat dan terbebas dari kuman penyakit. Menurut Wibowo (2019:38), Kebersihan lingkungan merupakan salah satu tolak ukur kualitas hidup masyarakat. Masyarakat yang telah mementingkan kebersihan lingkungan dipandang sebagai masyarakat yang kualitas hidupnya lebih tinggi dibandingkan masyarakat yang belum mementingkan kebersihan.(Mentu *et.al* 2023)

Kebersihan merupakan salah satu aspek penting dalam kehidupan bermasyarakat yang sering kali diabaikan. Di tengah perkembangan zaman yang semakin pesat, kesadaran masyarakat akan pentingnya kebersihan lingkungan menjadi tantangan tersendiri (Kurnianto & Corlita. 2024). Menurut data Kementerian Kesehatan Republik Indonesia (2021), masalah sanitasi dan kebersihan lingkungan masih menjadi salah satu penyebab utama berbagai penyakit di Indonesia. Menurut Aritonang (2005) di dalam menentukan kepuasan pelanggan khususnya mengenai restoran, faktor kebersihan juga memiliki pengaruh yang sangat besar sekali karena pelanggan dimanapun juga memiliki keinginan yang sama dimana makanan yang dia makan, yang memasak, bahan makanan, pengolahan, serta tempatnya harus benar-benar bersih, sehat dan terbebas dari kuman penyakit Retno (2002),.Menurut Retno (2002) secara umum kata sanitasi mengandung dua pengertian,yaitu: 1. Usaha pencegahan penyakit. 2. Kesehatan lingkungan hidup (Soekotjo 2020)

Indikator kebersihan dalam konteks rumah makan dapat dilihat dari beberapa aspek utama, yaitu kebersihan lingkungan fisik seperti ruang makan, dapur, dan fasilitas pendukung; kebersihan bahan baku makanan yang digunakan; kebersihan

proses pengolahan dan penyajian makanan; serta kebersihan dan kesehatan penjamah makanan. Selain itu, sanitasi yang baik juga menjadi indikator penting, yang mencakup upaya pencegahan penyakit dan pemeliharaan kesehatan lingkungan agar terbebas dari kuman dan sumber penyakit. Indikator-indikator tersebut mencerminkan tingkat kualitas kebersihan yang dapat dirasakan langsung oleh pelanggan dan berpengaruh terhadap penilaian mereka terhadap rumah makan. Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa kebersihan merupakan faktor yang sangat penting dalam menentukan keputusan pembelian dan kepuasan pelanggan di rumah makan. Kebersihan tidak hanya berkaitan dengan kondisi fisik lingkungan, tetapi juga mencakup sanitasi, kesehatan lingkungan, serta proses pengolahan makanan yang aman dan higienis. Kesadaran akan pentingnya kebersihan mencerminkan kualitas hidup masyarakat yang lebih baik dan menjadi kebutuhan utama pelanggan dalam memilih tempat makan. Oleh karena itu, penerapan kebersihan dan sanitasi yang optimal di rumah makan harus menjadi prioritas guna menciptakan rasa aman, nyaman, dan puas bagi pelanggan.

2.1.2 Indikator kebersihan

Menurut Utami (2022), berikut indikatornya :

1. Kebersihan Meja

Makan Meja tamu harus selalu terjaga kebersihannya dengan cara segera membersihkan meja yang telah ditinggalkan oleh tamu. Dengan begitu tamu selanjutnya bias langsung duduk tanpa harus menunggu lama. Jika diperhatikan, meja yang sudah dipaka iuntuk makan biasanya akan meninggalkan sisa – sisa makanan yang tercecer serta bau. Gunakan pembersih meja khusus untuk membersihkan sisa – sisa makanan tersebut. Dan untuk menghilangkan baunya gunakan lap pembersih yang sekaligus anti bakteri.

1. Kebersihan Kaca Jendela

Kaca yang buram atau banyak noda membawa kesan buruk pada sebuah restoran. Bersihkan kaca jendela/ pintu secara rutin setiap hari agar kaca selalu terlihat bening. Membersihkan kaca jendela/pintu lebih efektif menggunakan kain yang berbahan dasar polipropilen.

2. Kebersihan Lantai

Bukan hanya kebersihan lantai toilet yang harus diperhatikan. Lantai pada area makan juga perlu diperhatikan. Lantai yang bersih akan membuat pengunjung betah berlama – lama di dalam restoran. Pengunjung restoran bukan hanya orang dewasa saja, tetapi juga anak – anak. Sering terjadi seorang anak tiba – tiba mengompol atau muntah. Untuk membersihkannya, kain lap/tisu saja tidak cukup. Urin atau muntahan sebaiknya dibersihkan dengan cara khusus dengan menggunakan desinfektan yang sekaligus mengandung pengharum.

2.1.3 Faktor-faktor kebersihan

1. Kebersihan Lingkungan Rumah Makan

Kebersihan lingkungan rumah makan mencakup kondisi lantai, meja, kursi, dapur, dan area sekitar yang harus bersih, rapi, serta bebas dari sampah dan bau tidak sedap. Kementerian Kesehatan Republik Indonesia (2020) menyatakan bahwa kebersihan lingkungan tempat pengolahan dan penyajian makanan sangat penting untuk mencegah pencemaran makanan dan menjaga kenyamanan konsumen.

2. Kebersihan Peralatan Makan

Kebersihan peralatan makan meliputi piring, gelas, sendok, garpu, serta alat masak yang harus dicuci dengan benar dan disimpan secara higienis sebelum digunakan. Kementerian Kesehatan Republik Indonesia (2020) menjelaskan bahwa peralatan makan yang tidak bersih dapat menjadi sumber penularan penyakit melalui makanan dan minuman.

3. Kebersihan Personal Karyawan

Kebersihan personal karyawan meliputi kebersihan tangan, pakaian kerja, penggunaan alat pelindung diri, serta perilaku higienis dalam mengolah dan menyajikan makanan. Kementerian Kesehatan Republik Indonesia (2020) menegaskan bahwa kebersihan personal penjamah makanan merupakan faktor utama dalam menjaga keamanan pangan dan kepercayaan konsumen.

4. Kebersihan Lantai

Bukan hanya kebersihan lantai toilet yang harus diperhatikan. Lantai pada area makan juga perlu diperhatikan. Lantai yang bersih akan membuat pengunjung betah berlama – lama di dalam restoran. Pengunjung restoran bukan hanya orang

dewasa saja, tetapi juga anak – anak. Sering terjadi seorang anak tiba – tiba mengompol atau muntah. Untuk membersihkannya, kain lap/tisu saja tidak cukup. Urin atau muntahan sebaiknya dibersihkan dengan cara khusus dengan menggunakan desinfectan yang sekaligus mengandung pengharum.

2.1.4 Hubungan kebersihan dengan kepuasan pelanggan

Kebersihan memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Lingkungan yang bersih meningkatkan rasa nyaman, aman, dan kepercayaan pelanggan sehingga mendorong kepuasan dan niat untuk kembali. Menurut Prentice & Kadan (2020), kebersihan fasilitas merupakan bagian penting dari Pelayanan yang secara langsung memengaruhi persepsi pelanggan dan tingkat kepuasan, terutama pada sektor jasa seperti restoran.

2.2 Pelayanan

2.2.1 Pengertian Pelayanan

Pelayanan adalah tindakan atau cara yang ditawarkan suatu pihak penjual atau kemudahan yang diberikan sehubungan dengan jual beli barang kepada pihak pembeli untuk memenuhi harapan dan kepuasan pembeli. pelayanan yang memenuhi standar kualitas artinya pelayanan yang diberikan oleh usaha telah sesuai dengan harapan dan kepuasan pelanggan ataupun masyarakat. Namun terdapat penurunan jumlah pelanggan, hal ini tentunya akan mempengaruhi nilai penjualan suatu perusahaan. Sebagai usaha jasa di bidang restoran, untuk dapat menciptakan nilai lebih pada pelanggan maka perlu diperhatikan faktor-faktor strategi pelayanan dan harga yang diberikan kepada konsumen seperti fasilitas yang telah disediakan (Laia 2025).

Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain. Pada dasarnya jasa tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apa pun. Menurut Ratminto dan Atik (2005: 28), Ukuran keberhasilan penyelenggaraan pelayanan ditentukan oleh tingkat kepuasan penerima layanan. Kepuasan penerima layanan dicapai apabila penerima layanan memperoleh pelayanan sesuai dengan yang dibutuhkan dan diharapkan. pengertian pelayanan yaitu setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak

kepada pihak lain pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apa pun (Fibriantyka *et.al* 2022).

Menurut Kasmir (2017: 47) definisi pelayanan adalah suatu tindakan atau perbuatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dalam suatu organisasi yang memberikan rasa kepuasan kepada pelanggan atau klien, karyawan dan manajer. Layanan tersebut dapat digunakan sebagai sarana bagi pelaku usaha untuk lebih mendekatkan diri dengan pelanggan, lebih memahami apa yang dibutuhkan dan diinginkan pelanggan, serta menjaga kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan.(Indriyani *et.al* 2023).

Menurut Siregar (2021:38) “Pelayanan merupakan bagian dari komunikasi karena di dalamnya terdapat dimensi etika dan prinsip komunikasi pada saat proses pelayanan berlangsung.” Menurut Basori, (2019:190) “Pelayanan merupakan suatu kinerja penampilan, tidak terwujud dan cepat hilang, lebih dapat dirasakan dari pada dimiliki, serta pelanggan lebih dapat berpartisipasi aktif dalam proses mengkonsumsi jasa tersebut.” Menurut Diani, dkk (2021) Pelayanan adalah kegiatan yang berhubungan dengan interaksi antara seseorang dengan orang lain untuk memperoleh kepuasan.

Berdasarkan beberapa pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa pelayanan merupakan serangkaian tindakan atau aktivitas yang diberikan oleh pihak penjual atau penyedia jasa kepada pelanggan yang bersifat tidak berwujud dan bertujuan untuk memenuhi kebutuhan, harapan, serta menciptakan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan menjadi tolok ukur keberhasilan suatu usaha, khususnya di bidang jasa seperti restoran, karena pelayanan yang sesuai standar dan harapan pelanggan dapat meningkatkan kepuasan, loyalitas, serta nilai jual perusahaan. Sebaliknya, pelayanan yang kurang optimal dapat menyebabkan penurunan jumlah pelanggan dan berdampak langsung pada penurunan penjualan. Oleh karena itu, pelaku usaha perlu memperhatikan strategi pelayanan secara menyeluruh, termasuk sikap karyawan, kecepatan layanan, fasilitas, serta penetapan harga, agar mampu memberikan nilai lebih dan menjaga kepuasan pelanggan secara berkelanjutan.

2.2.2 Faktor-faktor Pelayanan

Masih menurut Purbandari *et al.* (2019), berkait dengan kegiatan pelayanan, beberapa faktor yang melekat dalam pelayanan tersebut adalah:

- Proses pelaksanaan kegiatan sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan.
- Memiliki satuan ukur yang jelas sebagai alat evaluasi jika terjadi kegagalan atau penyimpangan
- Memiliki evaluasi tindak lanjut berupa action plan dalam mengatasi masalah.
- Memiliki satuan ukur yang jelas untuk identifikasi gap antara pengharapan dan penyampaian
- Ada definisi mutu yang jelas, yang disepakati antara perusahaan dan customer

2.2.3 Indikator Pelayanan

Indikator pelayanan yang berkualitas menurut Indrasari (2019:64-65); Chandra *et.al* (2020), yaitu sebagai berikut:

1. Kendala

kemampuan untuk memberikan pelayanan sesuai meliputi kesesuaian dijanjikan dengan tepat yang meliputi kesesuaian kinerja dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan, sikap simpatik dan akurasi yang tinggi.

2. Kesadaran

Kesadaran konsumen dalam membantu konsumen yang membutuhkan bantuan.

3. Perhatian

Perhatian serupa informasi atau tindakan kepada konsumen agar membuat konsumen nyaman dalam pelayanan.

4. Ketepatan

Ketepatan dalam memberi pelayanan kepada konsumen dengan baik.

2.2.4 Hubungan Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan

Hubungan antara pelayanan dan kepuasan pelanggan telah didukung oleh berbagai penelitian sebelumnya. Tombeng (2019), menemukan bahwa pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di rumah makan lokal. Selain itu, Hidayat dan Sulistyani (2021), menunjukkan bahwa peningkatan pelayanan secara konsisten berkontribusi pada peningkatan kepuasan pelanggan. Namun, penelitian di sektor rumah makan tradisional dengan lokasi strategis seperti

Rumah Makan masih jarang dilakukan. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi gap tersebut dengan mengevaluasi dimensi pelayanan secara menyeluruh.

2.3 Kepuasan Pelanggan

2.3.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan

Pengertian kepuasan pelanggan merupakan kondisi psikologis atau perasaan emosional yang dirasakan oleh pelanggan setelah mereka membandingkan antara harapan, kebutuhan, dan keinginan sebelum melakukan pembelian dengan kinerja atau hasil nyata yang diterima setelah mengonsumsi suatu produk atau jasa. Kepuasan pelanggan muncul sebagai hasil dari proses evaluasi yang dilakukan pelanggan terhadap pengalaman konsumsi secara keseluruhan, baik yang berkaitan dengan kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, kenyamanan, maupun faktor pendukung lainnya. Apabila kinerja yang dirasakan sesuai atau melebihi harapan pelanggan, maka akan timbul perasaan puas bahkan sangat puas. Sebaliknya, apabila kinerja yang diterima lebih rendah dari harapan, pelanggan akan merasa tidak puas atau kecewa. Menurut pakar pemasaran Kotler (2000), menandakan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kekecewaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. (Soekotjo *et.al* 2020)

Menurut (Soegoto, 2013; Bahrin & Putra, 2023) mendefinisikan bahwa kepuasan pelanggan merupakan sebagai perasaan para pelanggan, baik itu berupa suatu kesenangan atau rasa kekecewaan seseorang pelanggan timbul dari membandingkan penampilan sebuah suatu produk akan dihubungkan dengan harapan pelanggan atas produk tersebut. Menurut (Zeithaml and Bitner, 2000; Bahrin & Putra, 2023) mendefinisikan bahwa Kepuasan merupakan tanggapan atau respon seorang pelanggan yang mengenai pemenuhan kebutuhan para pelanggan. Jadi dapat disimpulkan kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri-ciri keistimewaan dari jasa ataupun produk, produk itu sendiri, menyediakan tingkat kesenangan pelanggan yang berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi para pelanggan.

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang sebagai hasil dari perbandingan antara prestasi atau produk yang dirasakan dan yang diharapkan, Kotler dan Keller (2016:153). Kepuasan pelanggan menurut Nasution

(2010:101), adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja actual produk yang dirasakan setelah pemakaian.(Mangare 2023)

Berdasarkan uraian tersebut, indikator kepuasan pelanggan dapat dilihat dari beberapa aspek utama, yaitu kesesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja produk atau jasa yang diterima, tingkat pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta perasaan atau respon emosional yang muncul setelah mengonsumsi produk atau jasa. Selain itu, kepuasan pelanggan juga dipengaruhi oleh penilaian terhadap kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, kenyamanan, dan pengalaman konsumsi secara keseluruhan. Apabila pelanggan merasakan kinerja yang sesuai atau melebihi harapan, maka akan muncul perasaan senang, puas, dan bahkan sangat puas. Sebaliknya, apabila kinerja yang dirasakan berada di bawah harapan, indikator kepuasan akan ditunjukkan melalui perasaan kecewa atau tidak puas terhadap produk atau jasa yang dikonsumsi.

Berdasarkan berbagai pendapat para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan kondisi psikologis berupa perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah pelanggan membandingkan antara harapan, kebutuhan, dan keinginan sebelum pembelian dengan kinerja nyata produk atau jasa yang diterima setelah dikonsumsi. Kepuasan pelanggan terbentuk melalui proses evaluasi terhadap pengalaman konsumsi secara menyeluruh, yang mencakup kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, serta faktor pendukung lainnya. Apabila kinerja yang dirasakan sesuai atau melebihi harapan pelanggan, maka pelanggan akan merasa puas dan cenderung memiliki penilaian positif terhadap produk atau jasa tersebut. Sebaliknya, apabila kinerja yang diterima berada di bawah harapan, maka akan timbul ketidakpuasan yang dapat berdampak pada persepsi negatif dan menurunnya loyalitas pelanggan.

2.3.2 Teori kepuasan pelanggan

Teori Psikologis Teori ini mendasarkan diri pada faktor-faktor psikologis individu yang dipengaruhi oleh kekuatan-kekuatan lingkungan. Bidang psikologis ini sangat kompleks dalam menganalisa perilaku konsumen, karena proses mental tidak dapat diamati secara langsung Teori Antropologis. Teori ini juga menekankan

perilaku pembelian dari suatu kelompok masyarakat yang ruang lingkupnya sangat luas, seperti kebudayaan, kelas-kelas sosial dan sebagainya. Perilaku konsumen akan dengan mudah berubah-ubah ketika di adakan promosi yang genjar terhadap suatu produk karena tidak sedikit konsumen yang selalu ingin mencoba hal baru di sekitarnya baik dalam pemakaian suatu produk baru.

2.3.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Berikut ini faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu:

1. produk atau jasa, yaitu mengenai mutu produk atau jasa yang lebih bermutu dilihat dari fisiknya.
2. Mutu pelayanan, berbagai jenis pelayanan akan selalu dikritik oleh pelanggan, tetapi bila pelayanan memenuhi harapan pelanggan maka secara tidak langsung pelayanan dikatakan tidak bermutu. Contohnya pelayanan pengaduan pelanggan yang segera diatasi atau diperbaiki bila ada yang rusak.
3. Harga, harga adalah hal yang paling sensitive untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Pelanggan akan cenderung memilih produk atau jasa yang memberikan penawaran harga lebih rendah dari yang lain.
4. Waktu Penyerahan, maksudnya bahwa baik pendistribusian maupun penyerahan produk atau jasa dari perusahaan bisa tepat waktu dan sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati.
5. Keamanan, pelanggan akan merasa puas bila produk atau jasa yang digunakan ada jaminan keamanannya yang tidak membahayakan pelanggan tersebut (Arboretti dkk. 2014; Chandra *et al.* (2020)
6. Kebersihan peralatan
kebersihan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Kurniawan (2021)

2.3.4 Indikator Kepuasan Pelanggan

Menurut Mangare *et al* (2023), Sedangkan variabel kepuasan pelanggan dibentuk oleh lima indikator Yaitu:

1. Kesesuaian harapan

Semua pelanggan pasti selalu menginginkan harapan yang sesuai dengan produk yang akan membelinya.

2. Minat beli kembali

Keadaan ini biasanya terjadi ketika seorang konsumen sudah merasa puas dengan layanan dan produk dari suatu perusahaan.

3 Ketersediaan merekomendasikan

Suatu perusahaan biasanya akan mencoba meminta para pelanggan tetap mereka untuk merekomendasikan barang atau produk mereka, baik produk baru mereka maupun yang lama.

4 Menciptakan keputusan

Pembelian pada perusahaan yang sama jika seorang konsumen sudah merasa puas pada produk suatu perusahaan, maka seorang pelanggan pasti akan mencari produk yang lain pada perusahaan tersebut dikarenakan pelanggan sudah menilai produk dari perusahaan tersebut bagus dan sesuai dengan apa yang diinginkan pelanggan.

5 Menciptakan citra merk

Merk pada suatu perusahaan bisa dikenal oleh khalayak umum apabila produk dari nama merk tersebut sudah membuat kepuasan pada semua pelanggannya.

2.4 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dalam penelitian ini bertujuan sebagai acuan untuk memahami sejauh mana keterkaitan antara variabel independen dan variabel dependen pada penelitian yang memiliki kesamaan topik. Kajian tersebut juga menjadi dasar dalam merumuskan hipotesis yang akan diajukan. Untuk memperkuat penelitian yang dilakukan oleh penulis, maka penulis memaparkan penelitian terdahulu yaitu:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Kurnianto t.al 2024	Menjadikan kebersihan sebagai hal yang sangat penting dalam kehidupan bermasyarakat	Hasil penelitian menunjukkan kebersihan sangat penting untuk dijaga, oleh karena itu masyarakat harus sadar akan pentingnya kebersihan baik mengenai

pola sehat hidup itu sendiri

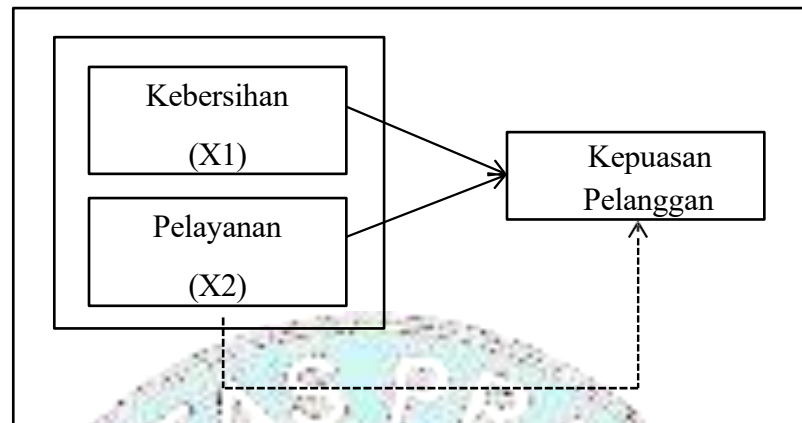
2	Rahayu, dkk. (2022)	Pengaruh Kebersihan Tempat Usaha terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Makan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kebersihan tempat usaha, peralatan, dan penyajian makanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
3	Fibriantyka et al. (2022)	Pengaruh terhadap Pelayanan Kepuasan Pelanggan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pelayanan yang baik meningkatkan kenyamanan dan kepuasan pelanggan.
4	Mangare (2023)	Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, pelayanan, dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
5	Bahrin & Putra (2023)	Pengaruh Kinerja Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan	. Penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan terbentuk dari kesesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja layanan yang diterima.

Sumber: Diolah dari berbagai jurnal: 2025

2.5 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran



Keterangan:

—————> = Hubungan variabel secara parsial
 - - - - -> = Hubungan variabel secara simultan

2.6 Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan sementara atau pendapat yang kebenarannya masih diragukan. Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

H1: Diduga Kebersihan (X1) Secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada Rumah Makan Pranynda di Kota Prabumulih.

H2 : Diduga Pelayanan (X2) Secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada Rumah Makan Pranynda di Kota Prabumulih.

H3 : Diduga Kebersihan (X1) dan Pelayanan (X2) Secara bersama-sama simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada Rumah Makan Pranynda di Kota Prabumulih.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.1.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada Rumah Makan Pranynda yang berlokasi di Kota Prabumulih, Provinsi Sumatera Selatan. Jl. Lingkar tugu nanas Rt. 03 Rw .01 kelurahan tebing tanah putih kec.Prabumulih barat.

3.1.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitian dilaksanakan selama kurang lebih tiga bulan, dimulai dari tahap persiapan, pengumpulan data, hingga pengolahan dan analisis data. Penelitian ini direncanakan berlangsung pada bulan 25 Desember 2025 sampai dengan bulan 20 Mei 2026.

3.1.3 Objek

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah Rumah Makan Pranynda di Kota Prabumulih, dengan fokus pada kebersihan dan pelayanan yang diberikan serta tingkat kepuasan pelanggan sebagai akibat dari kebersihan dan pelayanan tersebut.

3.2 Metode dan Desain Penelitian

3.2.1 Metode penelitian

Metode adalah cara, langkah, atau prosedur sistematis yang digunakan untuk mencapai suatu tujuan, menyelesaikan masalah, atau menghasilkan pengetahuan tertentu. Metode penelitian merupakan seperangkat teknik dan prosedur yang digunakan untuk mengumpulkan, mengolah, menganalisis, dan menginterpretasi data agar menghasilkan temuan yang valid.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2019), penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, dengan teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara acak, pengumpulan

data menggunakan instrumen penelitian, dan analisis data bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Berdasarkan beberapa pendapat para ahli, dapat disimpulkan bahwa metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah yang digunakan untuk memperoleh data yang valid sesuai dengan tujuan dan kegunaanya. Dalam penelitian ini digunakan metode penelitian kuantitatif, yaitu metode menghasilkan data berupa angka-angka dan digunakan untuk menguji, membuktikan, serta mengembangkan teori dan hipotesis terkait fenomena yang diteliti. Pendekatan kuantitatif memungkinkan peneliti memahami hubungan antar variabel secara objektif dan terukur melalui data numerik yang dikumpulkan dari lapangan.

3.2.2 Desain penelitian

Desain yang digunakan adalah penelitian asosiatif kausal, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dan pengaruh antara dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini, variabel kebersihan (X1) dan pelayanan (X2) sebagai variabel independen, sedangkan kepuasan pelanggan (Y) sebagai variabel dependen.

Dengan demikian, desain ini memungkinkan peneliti menjelaskan bagaimana masing-masing variabel berkontribusi terhadap perubahan pada variabel lainnya dalam konteks Pelanggan di Rumah Makan Pranynda di Prabumulih. Sementara itu, pendekatan cross-sectional digunakan karena proses pengumpulan data dilakukan hanya pada satu waktu tertentu tanpa adanya intervensi atau perlakuan khusus terhadap responden.

3.2.3 Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Pendekatan deskriptif merupakan pendekatan penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan atau menjelaskan secara sistematis, factual, dan akurat mengenai fakta, karakteristik, serta hubungan antarvariabel yang diteliti, tanpa melakukan perlakuan atau manipulasi terhadap objek penelitian. Pendekatan ini berfokus pada pemaparan kondisi atau fenomena sebagaimana adanya pada saat penelitian dilakukan. Disisi lain, Hildayani (2021), Menjelaskan bahwa pendekatan kuantitatif adalah memanfaatkan data berupa angka sebagai pengukuran. Pendekatan ini bertujuan untuk menyajikan gambaran statistic, menganalisis hubungan antarvariabel, serta memberikan penjelasan yang bersifat objektif dan teratur.

Dengan demikian pendekatan deskriptif kuantitatif berperan sebagai prosedur yang sistematis dan terstruktur dalam memecahkan permasalahan penelitian, dengan data yang dikumpulkan berupa angka atau nilai numerik. Oleh karena itu teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner, survei, serta pengukuran yang bertujuan untuk menilai validitas dan reabilitas instrumen, sehingga dapat digunakan untuk menjelaskan permasalahan atau memahami fenomena yang diteliti. Pendekatan kuantitatif digunakan untuk pembuktian atau konfirmasi yang menggunakan angka-angka (data) dan analisis statistik, Hotmaulina Sihotang (2023:24).

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah keseluruhan subjek, individu, atau objek penelitian yang memiliki karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan ditarik kesimpulannya. Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Rumah Makan Pranynda di Kota Prabumulih. Karena jumlah populasi tidak diketahui secara pasti, maka populasi dalam penelitian ini bersifat tidak terbatas (infinite population).

3.3.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik accidental sampling, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, siapa saja pelanggan yang secara kebetulan ditemui peneliti dan bersedia menjadi responden.

Jumlah sampel ditentukan dengan *Rumus Lemeshow* digunakan untuk menentukan jumlah sampel apabila jumlah populasi tidak diketahui secara pasti (populasi tak terhingga), seperti jumlah pelanggan rumah makan yang datang setiap hari.

1. *Rumus Lemeshow*

$$n = \frac{Z^2 \times p \times q}{d^2}$$

Keterangan Rumus :

Simbol	Keterangan
n	Jumlah sampel
Z	Nilai Z pada tingkat kepercayaan tertentu
P	Proporsi kejadian yang diteliti
Q	$1 - p$
d	Tingkat kesalahan (margin of error)

3. Nilai yang Digunakan dalam Penelitian

Dalam penelitian sosial, apabila proporsi sebenarnya tidak diketahui, maka digunakan nilai maksimum agar sampel representatif:

Tingkat kepercayaan 95% $\rightarrow Z = 1,96$

Proporsi (p) = 0,5

$q = 1 - p = 0,5$

Margin of error (d) = 10% atau 0,1

a). perhitungan *Rumus Lemeshow*

$$n = (Z^2 \times p \times q) / d^2$$

$$n = (1,96^2 \times 0,5 \times 0,5) / 0,1^2 \quad n = (3,8416 \times 0,25) / 0,01$$

$$n = 0,9604 / 0,01$$

$$n = 96,04 \approx 97 \text{ responden}$$

Penentuan Jumlah Sampel

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah: $n = 96$

Responden Untuk mempermudah pengumpulan data dan mengantisipasi data tidak valid, jumlah sampel dibulatkan menjadi 100 responden. Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan *Rumus Lemeshow* karena jumlah populasi tidak diketahui secara pasti. Dengan tingkat kepercayaan 95%, nilai Z sebesar 1,96, proporsi p sebesar 0,5, dan tingkat kesalahan sebesar 10%, maka diperoleh jumlah sampel sebanyak 96 responden yang kemudian dibulatkan menjadi 97 responden.

3.4 Jenis dan Sumber Data

3.4.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu data yang berupa angka-angka yang diperoleh dari hasil pengisian kuesioner oleh responden.

1. Kuantitatif

Penelitian kuantitatif adalah studi ilmiah yang dilakukan secara sistematis terhadap elemen-elemen dan peristiwa beserta keterkaitannya tujuan dari penelitian kuantitatif adalah untuk mengembangkan dan menerapkan model matematis teori atau hipotesis yang berkaitan dengan peristiwa alam, Harahap, *et.al* (2023).

2. Kualitatif

Penelitian kualitatif adalah pendekatan yang tidak terikat pada satu disiplin ilmu tertentu dan menawarkan beragam metode serta alat analisis, Harahap *et.al* (2023)

3.4.2 Sumber Data

Sumber data adalah segala pihak atau objek yang menjadi asal informasi yang dikumpulkan peneliti untuk menjelaskan, menganalisis, dan menjawab permasalahan dalam suatu penelitian. Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari responden melalui penyebaran kusioner kepada pelanggan rumah makan pranynda. untuk mengukur Kebersihan, Pelayanan dan kepuasan pelanggan. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari , buku, jurnal, dan literature lain yang relevan untuk mendukung teori dan informasi penelitian

1. Data Primer, data primer merujuk pada data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti dalam penelitian kuantitatif cara paling umum untuk mengumpulkan data primer adalah melalui eksperimen dan survei Harahap et al (2023)
2. Data Sekunder, data sekunder adalah data yang telah ada sebelumnya dan dikumpulkan oleh pihak lain data sekunder biasanya berasal dari sumber-sumber tidak langsung seperti dokumen-dokumen pemerintah atau perpustakaan Harahap et al (2023)

3.5 Variabel Penelitian dan Operasional Variabel Penelitian

3.5.1 Variabel Penelitian

Dengan kata lain, variabel menjadi fokus utama dalam penelitian karena melalui variabel inilah peneliti dapat mengukur, menganalisis, serta menjelaskan hubungan atau pengaruh antar fenomena yang di kaji. Dengan menentukan variabel secara jelas, peneliti dapat memperoleh data yang lebih terarah, memahami pola keterkaitan antar unsur penelitian, serta menarik kesimpulan yang valid berdasarkan tujuan penelitian yang telah ditetapkan. Pada penelitian ini penulis menggunakan dua jenis variabel, yaitu Variabel Independen Variabel Dependen.

Variabel indenpenden merupakan variabel yang memiliki peran sebagai faktor yang mempengaruhi atau mendorong terjadinya perubahan pada variabel. Variabel ini dipilih untuk melihat sejauh mana kondisi atau karakteristik tertentu dapat memberikan dampak terhadap variabel yang diteliti. Disebut sebagai variabel bebas karena keberadaannya tidak ditentukan oleh variabel lain dalam model penelitian, melainkan menjadi sumber pengaruh yang akan diuji terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, peneliti menetapkan dua variabel independen yang dianggap memiliki keterikatan langsung dengan perilaku konsumen.

Variabel independen dalam penelitian ini meliputi:

1. Kebersihan (X1)

Aktor kebersihan juga memiliki pengaruh yang sangat besar sekali karena pelanggan dimanapun juga memiliki keinginan yang sama dimana makanan yang dia makan, yang memasak, bahan makanan, pengolahan, serta tempatnya harus benar-benar bersih, sehat dan terbebas dari kuman penyakit.

2. Pelayanan (X2)

Pengertian pelayanan menurut Kotler dan Amstrong (2007) adalah setiap tindakan yaitu yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menyebabkan kepemilikan kepada sesuatu, yang dapat berhubungan dengan suatu produk fisik maupun tidak. Fawzy et al (2023)

3. Variabel Dependen

Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat dari perubahan yang terjadi pada variabel independen. Variabel ini

disebut terikat karena nilainya bergantung pada kondisi variabel lain yang diuji dalam penelitian. Dengan kata lain, variabel dependen berfungsi sebagai indikator untuk melihat dampak atau hasil yang ditimbulkan oleh variabel bebas. Dalam penelitian ini, variabel dependen difokuskan pada Kepuasan pelanggan (Y) Menurut Fawzy et al (2023) Kepuasan pelanggan menurut adalah pemenuhan kesenangan, yang berarti bahwa konsumsi memenuhi beberapa kebutuhan, keinginan, tujuan pelanggan atau sebagainya dan pemenuhan ini menyenangkan.

3.6 Operasional Variabel Penelitian

3.6.1 Operasional variabel

Hardani *et.al.*, 2020; Sodik & Siyoto, 2015 menyatakan variabel penelitian merupakan karakteristik dan sifat suatu obyek yang diamati dalam penelitian. Dalam penelitian kuantitatif hubungan variabel terhadap obyek yang diteliti karena bersifat sebab dan akibat yang terkait dengan variabel independen dan dependen. Variabel digunakan untuk menjelaskan indikator-indikator yang digunakan dalam mengukur variabel penelitian.

1. Kebersihan (X1)

Kebersihan adalah kondisi lingkungan rumah makan yang bersih, sehat, dan nyaman, meliputi kebersihan ruang makan, peralatan makan, dapur, dan sanitasi. Indikator kebersihan antara lain: kebersihan ruangan, kebersihan peralatan makan, kebersihan makanan, dan kebersihan toilet.

2. Pelayanan (X2)

Pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang diberikan oleh pihak rumah makan kepada pelanggan untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Indikator pelayanan mengacu pada Kendala, kesadaran, perhatian, ketepatan.

3. Kepuasan Pelanggan (Y)

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan antara harapan dengan kinerja yang dirasakan. Indikator kepuasan pelanggan meliputi Kesenangan harapan, minat beli kembali, kesediaan merekomendasikan, menciptakan keputusan, menciptakan citra merek.

Tabel 3.1
Operasional Variabel Penelitian

Variabel Kuisisioner	Definisi Variabel	Indikator	Kuesioner Likert	skala
Kebersihan (X1)	Kebersihan merupakan salah satu aspek penting dalam kehidupan bermasyarakat yang sering kali diabaikan. Di tengah perkembangan Zaman yang semakin pesat, kesadaran masyarakat akan pentingnya kebersihan Lingkungan menjadi tantangan tersendiri (Kurnianto & Corlita. 2024) Definisi pelayanan	1. Kebersihan meja 2. Kebersihan kaca jendela 3. Kebersihan lantai	1-3 4-6 7-10	Ordinal
Pelayanan (X2)	adalah suatu tindakan atau perbuatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dalam suatu organisasi yang memberikan rasa kepuasan kepada pelanggan atau klien, karyawan dan manajer. (Indriyani <i>et.al</i> 2023). Menurut (Soegoto, 2013; Bahrin & Putra, 2023) mendefinis	1. Kendala 2. Kesadaran 3. Perhatian 4. Ketepatan	1-3 4-6 7-8 9-10	
Kepuasan pelanggan (Y)	bahwa kepuasan pelanggan merupakan sebagai perasaan para pelanggan, baik itu berupa suatu kesenangan atau rasa kekecewaan seseorang pelanggan timbul darimembandingkan penampilan sebuah suatu produk akan dihubungkan dengan harapan pelanggan atas produk tersebut.	1. Kesesuaian harapan 2. Minat beli kembali 3. Kesiadaan merekomen 4. Menciptakan keputusan 5. Menciptakan citra merek	1-2 3-4 5-6 7-8 9-10	

Sumber: diolah dari berbagai jurnal: 2025

3.7 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah : Kuesioner, yaitu teknik pengumpulan data dengan cara menyebarkan daftar pertanyaan tertulis kepada responden. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala Likert dengan lima alternatif jawaban

Tabel 3.2 Skor Skala Likert

NO	Jawaban	Kode	Skor
1	Sangat Setuju	(SS)	Skor 5
2	Setuju	(S)	Skor 4
3	Netral	(N)	Skor 3
4	Tidak Setuju	(TS)	Skor 2
5	Sangat Tidak setuju	(STS)	Skor 1

1. Observasi

yaitu pengamatan langsung terhadap kondisi kebersihan dan pelayanan di Rumah Makan Pranynda. Observasi adalah suatu teknik pengumpulan data di mana bahan dan informasi dikumpulkan melalui pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap berbagai fenomena yang menjadi objek pengamatan seperti tingkah laku manusia, proses kerja, fenomena alam dan lain sebagainya. Pada teknik ini, responden yang diamati tidak dalam jumlah besar (Djaali, 2020).

2. Wawancara

Teknik pengumpulan data dengan wawancara adalah cara yang digunakan untuk mengumpulkan data melalui tanya jawab secara langsung antara peneliti sebagai interviewer dengan responden penelitian sebagai interviewee dengan topik yang telah ditentukan. Teknik ini bertujuan untuk melaksanakan penelitian awal untuk menemukan permasalahan yang akan diteliti, dan untuk memperoleh data yang lebih akurat dan tajam dari responden penelitian sehingga jumlah respondennya sedikit. Soesana *et al* (2023).

3. Dokumentasi

Observasi adalah suatu teknik pengumpulan data di mana bahan dan informasi dikumpulkan melalui pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap berbagai fenomena yang menjadi objek pengamatan seperti tingkah laku manusia, proses kerja, fenomena alam dan lain sebagainya. Pada teknik ini, responden yang diamati tidak dalam jumlah besar (Djaali, 2020).

3.8 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner yang disusun berdasarkan indikator masing-masing variabel. Kuesioner diuji terlebih dahulu untuk mengetahui tingkat validitas dan reliabilitasnya. Instrumen penelitian merupakan alat ukur yang digunakan untuk mengumpulkan data dari objek penelitian. Instrumen dalam penelitian kuantitatif sangat berpengaruh karena dengan menggunakan instrumen yang tepat akan dapat mengukur variabel yang akan diamati oleh peneliti. Hardani et al., 2020 Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner (angket) sebagai instrumen utama untuk mengumpulkan data mengenai keberihan, pelayanan, dan kepuasan pelanggan. Jenis yang digunakan adalah kuesioner tertutup kuesioner tersebut berisi pernyataan-pernyataan tertutup yang diukur menggunakan skala likert agar data dapat dianalisis secara kuantitatif. Selain itu, peneliti juga menggunakan pedoman wawancara dan observasi sebagai instrument pendukung untuk memperoleh informasi tambahan yang dapat memperkuat hasil penelitian.

3.8.1 Uji Validitas

Machfoedz (2009) mengemukakan bahwa validitas adalah ketepatan dan kecermatan atau dalam bahasa yang sudah lazim dalam dunia penelitian adalah valid atau sahih. Alat ukur harus mengukur apa yang hendak diukur. Jika demikian, maka alat ukur tersebut dikatakan valid atau sahih. Misalnya, liter digunakan untuk mengukur volume, timbangan berat badan untuk mengukur berat badan atau meteran digunakan untuk mengukur tinggi badan. Jika meteran digunakan untuk mengukur berat badan, maka alat ukur tersebut dikatakan tidak valid (Machfoedz, 2009).&Soesana et al 2023.

Uji validitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana ketepatan instrumen dalam mengukur variabel yang diteliti. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan korelasi Pearson Product Moment. Suatu item dinyatakan valid apabila nilai r hitung $>$ r tabel pada taraf signifikansi 0,1. adapun rumusnya sebagai berikut :

$$df = n - 2$$

$$df = 97 - 2 = 95 = 0,168$$

Keterangan :

df: derajat kebebasan

n : jumlah responden atau sampel penelitian

Jika r hitung $>$ r tabel (0,168) $\rightarrow$ item pernyataan valid

Jika r hitung $\leq$ r tabel (0,168) $\rightarrow$ item pernyataan tidak valid

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah butir pertanyaan dalam kuesioner mampu mengukur variabel penelitian. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan korelasi Pearson Product Moment dengan jumlah responden sebanyak 97 orang. Nilai r tabel diperoleh dengan rumus $df = n - 2$, sehingga $df = 97 - 2 = 95$. Berdasarkan tabel r Product Moment pada taraf signifikansi 10% diperoleh nilai r tabel sebesar 0,168. Suatu item dinyatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0,168).

3.8.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas berasal dari kata reliability yang jika diartikan dalam suatu penelitian adalah nilai kepercayaan suatu hasil pengukuran. Uji reliabilitas dilakukan untuk mendapatkan alat ukur (instrumen) data penelitian yang dapat dipercaya keabsahannya sehingga menghasilkan data yang benar-benar relevan dengan tujuan penelitian. Uji reliabilitas juga digunakan untuk menguji konsistensi jawaban responden berdasarkan instrumen penelitian. Semakin reliabel sebuah instrumen penelitian kekonsistennannya juga akan semakin tinggi. Hal ini juga akan tetap sama dengan hasil uji terhadap responden yang memberikan jawaban pada waktu yang berbeda, hasil jawaban juga tetap sama maka dapat dikatakan reliabel (Haryono, 2020)

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi instrumen penelitian. Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan koefisien Cronbach Alpha. Instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach Alpha $> 0,60$. Uji reliabilitas pada penelitian ini dilakukan menggunakan Cronbach's Alpha melalui program SPSS. Metode ini dipilih karena Cronbach's Alpha merupakan teknik yang paling umum dan efektif untuk mengukur konsistensi internal suatu instrumen, khususnya kuesioner yang terdiri dari beberapa item pernyataan. Melalui SPSS, nilai reliabilitas akan terlihat pada output Reliability Statistic, yang dimana instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60. Nilai tersebut menunjukkan bahwa item-item dalam kuesioner memiliki tingkat konsistensi yang baik dalam mengukur variabel yang sama, sehingga instrumen dapat dipercaya dan digunakan untuk penelitian lebih lanjut.

3.9 Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh kebersihan dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Teknik Analisis Data adalah suatu metode atau cara untuk mengolah sebuah data menjadi informasi sehingga karakteristik data tersebut menjadi mudah untuk dipahami dan juga bermanfaat untuk menemukan solusi permasalahan, yang terutama adalah masalah yang tentang sebuah penelitian. Atau analisis data juga bisa diartikan sebagai kegiatan yang dilakukan untuk merubah data hasil dari sebuah penelitian menjadi informasi yang nantinya bisa dipergunakan untuk mengambil sebuah kesimpulan.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif karena bertujuan mengukur dan menguji pengaruh kebersihan dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan secara objektif melalui data angka. Metode ini memungkinkan analisis statistik yang akurat, sehingga hubungan antar variabel dapat dibuktikan secara empiris dan hasilnya dapat digeneralisasikan pada populasi yang diteliti.

3.9.1 Uji Asumsi Klasik

Tujuannya untuk memastikan bahwa hasil analisis regresi tidak bias, efisien, dan memenuhi syarat teori regresi linear. Uji asumsi klasik terpenuhi, maka koefisien regresi bias diinterpretasikan dengan baik. Singkatnya, uji asumsi klasik

bukan hanya sekedar prosedur teknis, tetapi merupakan langkah penting dalam memastikan validitas dan reabilitas hasil penelitian, sehingga kesimpulan yang diambil dari model regresi benar-benar dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Uji asumsi klasik dilakukan untuk memastikan bahwa model regresi memenuhi asumsi yang meliputi:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan terhadap data observasi yang merupakan sampel dari populasi. Tujuannya adalah untuk mengetahui apakah data observasi tiap perlakuan berdistribusi secara normal. Hal ini harus dilakukan karena uji F mengasumsikan bahwa nilai residual berdistribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar, maka uji statistik menjadi tidak valid. Amruddin et al (2022).

2. Uji Multikolinearitas

Asumsi pertama dalam uji asumsi klasik adalah tidak adanya multikolinieritas diantara variabel bebas (Singgih Santoso, 2000). Dalam model regresi yang baik, seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Model regresi yang mengandung multikolinieritas akan menyebabkan kesalahan standar estimasi yang cenderung akan meningkat seiring bertambahnya variabel independen. Aturan yang digunakan dalam pengambilan keputusan adalah : * Jika nilai tolerance dan VIF mendekati angka 1, maka tidak terjadi problem multikolinieritas. * Jika nilai tolerance dan VIF menjauhi angka 1, maka terjadi problem multikolinieritas. Disamping itu, tingkat signifikansi yang digunakan untuk menolak hipotesis H_0 akan semakin besar dan probabilitas menerima hipotesis yang salah juga akan semakin besar, sehingga model regresi tidak valid dalam mengukur nilai variabel independen. Soekotjo et al (2020).

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Normalitas Asumsi klasik ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas memiliki distribusi normal atau tidak (Singgih Santoso, 2000). Model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal. Distribusi normal akan membentuk garis lurus diagonal. Jika distribusi datanya normal, maka garis yang menggambarkan data yang sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya. Analisis Regresi Berganda. Soekotjo et al (2020).

3.9.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi linier berganda merupakan pengembangan dari analisis regresi sederhana. Pada analisis ini, variabel independen X yang diperhitungkan jumlahnya lebih dari 2. Analisis ini digunakan untuk meneliti pengaruh dari beberapa variabel independen X terhadap variabel dependen Y (Singgih Santoso, 2000). Model regresi linier berganda bertujuan untuk menjelaskan sejauh mana variabel bebas mempengaruhi variabel terikat dan untuk memperkirakan hubungan antara keduanya secara simulatan. Analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini untuk mengetahui hubungan antar variabel yaitu Kebersihan (X1), Pelayanan (X2) dan Kepuasan pelanggan (Y). Persaman regresi berganda linear dapat dilihat sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y: Kepuasan pelanggan (variabel dependen) X1 : Kebersihan (variabel independen)

X2 : Pelayanan (variabel independen) a : Konstanta

b1-b2 : Koefisien regresi

e : Standar Error (tingkat kesalahan)

3.9.3 Analisis Koefisien Korelasi (R)

Koefisien korelasi digunakan untuk mengetahui tingkat hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Korelasi (r) digunakan untuk mengukur tingkat kekuatan dan arah hubungan antara variabel kebersihan dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan rumah makan pranindya , Kota Prabumulih. Nilai korelasi menunjukkan seberapa besar pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Jika r positif, hal ini menunjukkan bahwa peningkatan kebersihan atau pelayanan berhubungan dengan peningkatan kepuasan pelanggan, sedangkan nilai r negatif menunjukkan hubungan sebaliknya. Semakin mendekati 1, hubungan antara variabel semakin kuat, sedangkan nilai mendekati 0 menunjukkan hubungan yang lemah atau tidak signifikan. Analisis korelasi r ini membantu menentukan ada tidaknya hubungan linear kebersihan dan pelayanan.

terhadap kinerja pegawai sebelum melakukan linier regresi lebih lanjut. Dengan rumus korelasi sebagai berikut :

keterangan:

$$r_{xy} = \frac{N \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[N \sum x^2 - (\sum x)^2][N \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

x: Variabel independet y : Variabel dependent

n : Jumlah data/responden

3.10 Uji Hipotesis

Hipotesis merupakan gabungan dari kata "hipo" yang artinya dibawah, dan "tesis" yang artinya kebenaran. Secara keseluruhan hipotesis berarti dibawah kebenaran (belum tentu benar) dan baru dapat diangkat menjadi suatu kebenaran jika memang telah disertai dengan bukti-bukti. Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap masalah penelitian yang kebenarannya harus diuji secara empiris. Hipotesis menyatakan hubungan apa yang kita cari atau ingin kita pelajari. Amruddin *et al* (2022)

Dalam penelitian ini uji hipotesis digunakan untuk mengetahui pengaruh Kebersihan dan Pelayanan rumah makan terhadap Kepuasan pelanggan rumah makan pranyda Kota Prabumulih pengujian dilakukan dengan metode statistik yaitu Uji t dan uji f Dalam penelitian ini uji hipotesis digunakan untuk mengetahui pengaruh Kebersihan dan Pelayanan di sebuah rumah makan terhadap Kepuasan pelanggan dan pengujian dilaksanakan dengan dua metode statistik yaitu Uji T dan uji F

3.10.1 Uji Parsial (Uji t)

Pengujian Hipotesis secara parsial untuk menguji keberanian model regresi untuk masing-masing variabel secara parsial dapat diperoleh dengan menggunakan uji t Soekotjo *et al* (2020).

1. Jika t hitung signifikan $0,05 < t$ tabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Jika t hitung signifikan $0,05 > t$ tabel maka H_0 diterima H_a ditolak.

3.10.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji F merupakan pengujian signifikan persamaan yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen Soekotjo *et al* (2020) Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. Jika nilai f-hitung signifikan $> 0,05$ dari f-tabel, maka variabel independen secara simulatan tidak berpengaruh signifikan terhadap independen. Jika f-hitung signifikan $< 0,05$ dari f-tabel, maka variabel independen secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

3.10.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai R^2 berkisar antara 0 hingga 1. Nilai R^2 yang rendah menunjukkan bahwa variabel-variabel independen hanya memiliki kemampuan terbatas dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Sebaliknya, nilai R^2 yang mendekati 1 menandakan bahwa variabel-variabel independen hampir sepenuhnya mampu menjelaskan variasi variabel dependen. Secara umum, koefisien determinasi untuk data Crosssection cenderung rendah karena variasi antar pengamatan relatif besar, sedangkan untuk data time series, R^2 biasanya lebih tinggi. Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas (independent) terhadap variabel terikat (dependent) menggunakan rumus Koefisien determinasi sebagai berikut:

$$KP = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KP: nilai koefisien determinasi

R^2 : nilai koefisien korelasi.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan

4.1.1 Sejarah Perusahaan

Rumah Makan Pranynda merupakan salah satu usaha kuliner yang berkembang di Kota Prabumulih. Usaha ini berlokasi di Jalan Lingkar Tugu Nanas, RT 03 RW 01, Kelurahan Tebing Tanah Puteh, Kecamatan Prabumulih Barat, sebuah wilayah yang cukup strategis dan banyak dilalui masyarakat pekerja dalam kota maupun luar kota. Rumah makan ini didirikan pada tahun 2015 dan pada awal berdirinya menggunakan nama Suke Singgah. Dari tahun 2015 hingga 2023, rumah makan tersebut dikenal oleh masyarakat Pekerja dalam kota maupun luar kota dengan nama Suke Singgah. Pada masa ini, usaha mulai menarik perhatian pelanggan berkat menu masakan rumahan yang sederhana dan terjangkau. Meskipun demikian, perjalanan usaha tidak terlepas dari berbagai tantangan, terutama dalam menjaga kebersihan dan meningkatkan kualitas pelayanan yang menjadi faktor penting dalam kenyamanan pelanggan.

Memasuki tahun 2024 hingga 2026 (sekarang), pemilik usaha melakukan pembaruan identitas dengan mengganti nama menjadi Pranynda. Pergantian nama ini menandai komitmen baru dalam pengelolaan usaha, termasuk upaya meningkatkan kualitas kebersihan, memperbaiki pelayanan, serta membangun kembali kepercayaan pelanggan. Seiring berjalannya waktu, perkembangan Rumah Makan Pranynda menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh kebersihan tempat makan dan pelayanan. Kedua faktor ini terbukti berperan besar dalam membentuk pengalaman dan penilaian pelanggan terhadap rumah makan tersebut. Karena pengaruhnya yang kuat dan relevan, Rumah Makan Pranynda kemudian menjadi objek penelitian, khususnya dalam studi mengenai pengaruh kebersihan dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

4.2 Gambaran Umum Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini maka tujuan yang ingin di capai adalah untuk menganalisis Pengaruh Kebersihan Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Pranynda Di Kota Prabumulih, untuk mengimplementasikan hal tersebut maka dilakukan penyebaran kuesioner kepada setiap responden. Oleh karena itu dalam mendeskripsikan responden dapat dikelompokkan menjadi beberapa kelompok yaitu: usia, jenis kelamin, pendidikan, pendapatan, pekerjaan, dan kunjungan. Dimana dalam penelitian ini ditetapkan sebanyak 97 orang responden. Berikut adalah hasil deskripsi karakteristik responden dalam penelitian ini:

4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Pengelompokan responden dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui besarnya tingkat proporsi pengelompokan jenis kelamin pria dan wanita. Besarnya tingkat proporsi pengelompokan responden menurut jenis kelamin dapat di lihat pada tabel 4.2 di bawah ini:

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Laki-Laki	72	77,3%
2	Perempuan	25	22,7%
	Jumlah	97	100%

Sumber: Data primer yang diolah oleh peneliti tahun 2026

Berdasarkan pada tabel 4.2 jenis kelamin karyawan dibagi menjadi dua yaitu laki-laki dan perempuan. Dari hasil kuesioner yang disebarkan ditemukan bahwa responden laki-laki lebih dominan dibandingkan dengan perempuan. Dari data diatas hasil pengelolaan data dapat dilihat bahwa responden laki-laki 72 orang dengan tingkat persentase 77,3% dan responden perempuan sebanyak 25 orang dengan tingkat persentase 22,7%.dapat diketahui bahwa responden dengan jenis kelamin laki-laki merupakan yang paling banyak, yaitu sebanyak 72 orang atau 77,3%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden didominasi oleh laki-laki.

4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Identifikasi responden berdasarkan usia dalam penelitian ini menguraikan usia responden Dimana hasilnya dapat di lihat pada tabel berikut:

Tabel 4.2

Karakteristik responden berdasarkan usia

No	Usia	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	<30 tahun	57	58,8%
2	30-50 tahun	39	40,2%
3	>50 tahun	1	1%
	Jumlah	97	100%

Sumber: Data primer yang diolah oleh peneliti tahun 2026

Berdasarkan dari usia responden didominasi oleh responden dengan usia berada di range <30 tahun yaitu sebanyak 57 orang dengan tingkat persentase 58,8%, responden dengan usia 30-50 tahun sebanyak 39 orang dengan tingkat persentase 40,2%, dan responden dengan usia >50 tahun 1 orang dengan persentase 1%. usia responden paling banyak berada pada rentang <30 tahun sebanyak 57 orang dengan persentase 58,8%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pelanggan didominasi oleh kalangan usia muda.

4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Identifikasi responden berdasarkan pendidikan dalam penelitian ini menguraikan pendidikan responden dimana hasilnya dapat di lihat pada tabel berikut:

Tabel 4.3

Karakteristik responden berdasarkan pendidikan

No	Usia	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	S1	27	27,8%
2	SMK/SMA	62	64%
3	D3	8	8,2%
	Jumlah	97	100%

Sumber: Data primer yang diolah oleh peneliti tahun 2026

Berdasarkan dari pendidikan responden didominasi oleh responden dengan pendidikan SMK/SMA yaitu sebanyak 62 orang dengan tingkat persentase 64%, responden dengan pendidikan S1 sebanyak 27 orang dengan tingkat persentase 27,8%, dan responden dengan pendidikan D3 8 orang dengan persentase 8,2%. pendidikan responden paling banyak didominasi oleh lulusan SMK/SMA sebanyak 62 orang dengan persentase 64%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pelanggan memiliki tingkat pendidikan menengah, karena rumah makan dapat dijangkau oleh berbagai kalangan masyarakat, khususnya pekerja dan masyarakat umum yang sebagian besar berlatar belakang pendidikan SMK/SMA.

4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Identifikasi responden berdasarkan pekerjaan dalam penelitian ini menguraikan pekerjaan responden dimana hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.4
Karakteristik responden berdasarkan Pekerjaan

No	Usia	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	wiraswasta	32	33%
2	Pegawai swasta	29	29,9%
3	PNS	1	1,3%
4	Pelajar	1	1,3%
5	Sopir	34	34,5%
	Jumlah	97	100%

Sumber: Data primer yang diolah oleh peneliti tahun 2026

Berdasarkan dari pekerjaan responden didominasi oleh responden dengan pekerjaan lainnya yaitu sebanyak 34 orang dengan tingkat persentase 34,5%, responden dengan pekerjaan wiraswasta sebanyak 32 orang dengan tingkat persentase 33%, responden dengan pekerjaan pegawai swasta sebanyak 29 orang dengan persentase 29,9%, dan responden dengan pekerjaan PNS dan Pelajar masing-masing hanya 1 orang dengan persentase 1,3%. pekerjaan responden paling banyak terdapat pada kategori pekerjaan sopir yaitu sebanyak 34 orang dengan persentase 34,5%. Hal ini didominasi oleh pekerjaan sebagai sopir, karena lokasi rumah makan berada di kawasan jalan lalu lintas yang ramai sehingga banyak sopir singgah untuk makan dan beristirahat.

4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Identifikasi responden berdasarkan pendapatan dalam penelitian ini menguraikan pendapatan responden dimana hasilnya dapat di lihat pada tabel berikut

Tabel 4.5
Karakteristik responden berdasarkan pendapatan

No	Usia	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	>5 juta	16	16,5%
2	1-5 juta	52	53,6%
3	<1 juta	29	29,9%
	Jumlah	97	100%

Sumber: Data primer yang diolah oleh peneliti tahun 2026

Berdasarkan dari pendapatan responden didominasi oleh responden dengan pendapatan 1-5 juta yaitu sebanyak 52 orang dengan tingkat persentase 53,3%, responden dengan pendapatan >5 juta sebanyak 16 orang dengan tingkat persentase 15,6%, dan responden dengan pendapatan <1 juta 29 orang dengan persentase 29,9%. pendapatan responden paling banyak berada pada kisaran 1–5 juta yaitu sebanyak 52 orang dengan persentase 53,6%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki pendapatan menengah karena sebagian besar bekerja sebagai karyawan, dan sopir yang memiliki penghasilan rata-rata per bulan pada kisaran tersebut.

4.3 Deskripsi Tanggapan Responden

Berdasarkan hasil kuesioner yang telah disebarkan kepada responden, maka dapat diketahui respon pelanggan rumah makan pranynda Di Kota Prabumulih. Dalam hal ini kriteria untuk memberikan skor setiap jawaban sebagai berikut: sugiyono (2022).

1. 1,0 – 1,80 = Sangat Rendah

1, 81 – 2,60 = Rendah

2,61 – 3,40 = Sedang

3,41 – 4,20 = Tinggi

4,20 – 5,00 = Sangat Tinggi

Pada bagian ini terdapat tiga hal yang akan di bahas yaitu pengaruh kebersihan dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada rumah makan pranynda Di Kota Prabumulih.

4.3.1 Tanggapan Responden Mengenai Kebersihan (X1)

Dalam kaitannya dengan kebersihan, maka dapat disajikan tanggapan responden mengenai kebersihan pada rumah makan pranynda Di Kota Prabumulih. pada tabel 4.5 sebagai berikut:

Tabel 4.6
Tanggapan Responden Mengenai Kebersihan

Kebersihan	Frekuensi										TOTAL		X1
	SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS (1)				
P1	46	230	32	128	6	18	6	12	7	7	97	395	4,07
P2	49	245	31	124	7	21	8	16	2	2	97	408	4,21
P3	46	230	39	156	10	30	2	4	2	2	97	422	4,35
P4	43	215	30	120	4	12	3	6	1	1	97	354	3,65
P5	48	240	28	112	11	33	4	8	4	4	97	397	4,09
P6	44	220	36	144	13	39	2	4	4	4	97	411	4,24
P7	42	210	42	168	19	57	7	14	2	2	97	451	4,65
P8	44	220	35	140	8	24	7	14	1	1	97	399	4,11
P9	47	235	36	144	7	21	3	6	4	4	97	410	4,23
P10	50	250	33	132	7	21	1	2	7	7	97	412	4,25
Σ Total Nilai Rata-Rata													4,18

Sumber: Data primer yang diolah oleh peneliti tahun 2026

Berdasarkan Tabel 4.5 di atas, dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap variabel kebersihan (X1) memiliki nilai rata-rata keseluruhan sebesar 4,18. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tingkat kebersihan di Rumah Makan Tugu Nanas Kota Prabumulih berada pada kategori sudah baik. Namun demikian, disarankan agar pihak pengelola tetap meningkatkan perhatian pada kebersihan meja serta menjaga konsistensi kebersihan di seluruh area guna meningkatkan kenyamanan dan kepuasan pelanggan.

4.3.2 Tanggapan Responden Mengenai Pelayanan (X2)

Dalam kaitannya dengan pelayanan, maka dapat disajikan tanggapan responden mengenai pelayanan pada rumah makan pranynda Di Kota Prabumulih. pada tabel 4.6 sebagai berikut

Tabel 4.7
Tanggapan Responden Mengenai Pelayanan

Pelayanan	Frekuensi										TOTAL		X1
	SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS (1)				
P1	54	270	31	124	10	30	1	2	1	1	97	427	4,40
P2	44	220	40	160	9	27	3	6	1	1	97	414	4,27
P3	44	220	33	132	17	51	3	6	0	0	97	409	4,22

P4	46	230	35	140	11	33	5	10	0	0	97	413	4,26
P5	47	2135	32	128	12	36	4	8	2	2	97	409	4,22
P6	39	195	40	160	12	36	4	8	2	2	97	401	4,13
P7	41	205	40	160	12	36	3	6	1	1	97	408	4,21
P8	48	240	32	128	13	39	2	4	2	2	97	413	4,26
P9	55	275	30	120	9	27	1	2	2	2	97	426	4,39
P10	50	250	31	124	12	36	4	8	0	0	97	418	4,31
Σ Total Nilai Rata-Rata												4,27	

Sumber: Data primer yang diolah oleh peneliti tahun 2026

Berdasarkan Tabel 4.6 di atas, dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap variabel Pelayanan (X2) memiliki nilai rata-rata keseluruhan sebesar 4,27. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel pelayanan di Rumah Makan Tugu Nanas Kota Prabumulih berada pada kategori sangat baik. Oleh karena itu, disarankan agar pihak pengelola tetap mempertahankan kualitas pelayanan serta meningkatkan kesadaran karyawan dalam melayani pelanggan agar tercipta kenyamanan dan kepuasan pelanggan yang lebih optimal.

4.3.3 Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Pelanggan (Y)

Dalam kaitannya dengan kepuasan pelanggan, maka dapat disajikan tanggapan responden mengenai kepuasan pelanggan pada rumah makan pranynda Di Kota Prabumulih. pada tabel 4.7 sebagai berikut:

Tabel 4.8
Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan	Frekuensi										TOTAL	X1	
	SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS (1)				
P1	44	220	36	144	11	33	3	6	3	3	97	406	4,19
P2	44	220	34	136	15	45	4	8	0	0	97	409	4,22
P3	42	210	36	144	13	39	2	4	4	4	97	401	4,13
P4	41	205	42	168	10	30	3	6	0	0	97	409	4,22
P5	40	200	42	168	12	36	2	4	0	0	97	408	4,21
P6	56	280	30	120	8	24	3	6	0	0	97	430	4,43
P7	54	270	28	112	9	27	6	12	0	0	97	421	4,34
P8	51	255	32	128	13	39	0	0	0	0	97	422	4,35
P9	53	265	30	120	11	33	1	2	2	2	97	422	4,35

P10	56	280	28	112	8	24	3	6	2	2	97	424	4,37
Σ Total Nilai Rata-Rata													4,27

Sumber: Data primer yang diolah oleh peneliti tahun 2026

Berdasarkan Tabel 4.7 di atas, dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap variabel Kepuasan pelanggan (Y) memiliki nilai rata-rata keseluruhan sebesar 4,27. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel kepuasan pelanggan di Rumah Makan Tugu Nanas Kota Prabumulih secara keseluruhan berada pada kategori baik hingga sangat baik. Oleh karena itu, disarankan agar pihak pengelola tetap mempertahankan kualitas pelayanan, kebersihan, dan kenyamanan sehingga kepuasan pelanggan dapat terus meningkat serta pelanggan merasa puas dan loyal terhadap Rumah Makan Tugu Nanas Kota Prabumulih.

4.4 Data Hasil Penelitian

4.4.1 Uji Validitas

Penguji validitas dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 26 dengan kriteria sebagai berikut:

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas Kebersihan (X1)

Variable	Kode Item Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Kebersihan	X1.1	0,627	0,168	Valid
	X1.2	0,595	0,168	Valid
	X1.3	0,490	0,168	Valid
	X1.4	0,544	0,168	Valid
	X1.5	0,589	0,168	Valid
	X1.6	0,695	0,168	Valid
	X1.7	0,724	0,168	Valid
	X1.8	0,615	0,168	Valid
	X1.9	0,545	0,168	Valid
	X1.10	0,540	0,168	Valid

Sumber: Data diolah 2026 (SPSS 26)

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa semua item pertanyaan pada variabel kebersihan memenuhi persyaratan karena nilai korelasi mempunyai nilai diatas 0,168. hasil uji validitas variabel kebersihan (X1), dapat diketahui bahwa seluruh item pernyataan dinyatakan valid. Hal ini dikarenakan nilai r hitung pada setiap item pernyataan lebih besar dibandingkan nilai r tabel sebesar 0,168.

Karena seluruh nilai r hitung $>$ r tabel, maka semua butir pernyataan pada variabel kebersihan mampu mengukur variabel yang diteliti dengan baik dan layak digunakan dalam penelitian. Selain itu, item X1.7 memiliki nilai r hitung tertinggi

yaitu 0,724 yang menunjukkan bahwa item tersebut memiliki hubungan paling kuat terhadap variabel kebersihan.

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas Pelayanan (X2)

Variable	Kode Item Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Pelayanan	X2.1	0,587	0,168	Valid
	X2.2	0,512	0,168	Valid
	X2.3	0,510	0,168	Valid
	X2.4	0,506	0,168	Valid
	X2.5	0,564	0,168	Valid
	X2.6	0,589	0,168	Valid
	X2.7	0,498	0,168	Valid
	X2.8	0,535	0,168	Valid
	X2.9	0,476	0,168	Valid
	X2.10	0,501	0,168	Valid

Sumber: Data diolah 2026 (SPSS 26)

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa semua item pertanyaan pada variabel pelayanan memenuhi persyaratan karena nilai korelasi mempunyai nilai diatas 0,168. hasil uji validitas variabel pelayanan (X2), dapat diketahui bahwa seluruh item pernyataan dinyatakan valid. Hal ini dikarenakan nilai r hitung pada setiap item pernyataan lebih besar dibandingkan nilai r tabel sebesar 0,168. Nilai r hitung tertinggi terdapat pada item X2.6 sebesar 0,589, sedangkan nilai r hitung terendah terdapat pada item X2.9 sebesar 0,476. Karena seluruh nilai r hitung > r tabel, maka semua butir pernyataan pada variabel pelayanan layak digunakan sebagai alat pengumpulan data dalam penelitian. Dengan demikian, kuesioner variabel pelayanan mampu mengukur apa yang seharusnya diukur dan dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Tabel 4.11
Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)

Variable	Kode Item Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Kepuasan Pelanggan	Y.1	0,597	0,168	Valid
	Y.2	0,502	0,168	Valid
	Y.3	0,484	0,168	Valid
	Y.4	0,516	0,168	Valid
	Y.5	0,428	0,168	Valid
	Y.6	0,422	0,168	Valid
	Y.7	0,648	0,168	Valid
	Y.8	0,543	0,168	Valid
	Y.9	0,625	0,168	Valid
	Y.10	0,557	0,168	Valid

Sumber: Data diolah 2026 (SPSS 26)

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa semua item pertanyaan pada variabel kepuasan pelanggan memenuhi persyaratan karena nilai korelasi mempunyai nilai diatas 0,168. Hasil uji validitas variabel kepuasan pelanggan (Y), dapat diketahui bahwa seluruh item pernyataan dari Y1 sampai Y10 memiliki nilai r hitung lebih besar dibandingkan nilai r tabel sebesar 0,168. Nilai r hitung masing-masing item berada pada rentang 0,422 sampai 0,648. Karena seluruh nilai r hitung $> r$ tabel, maka semua item pernyataan dinyatakan valid.

Hal ini menunjukkan bahwa setiap butir pernyataan pada variabel kepuasan pelanggan mampu mengukur indikator yang ingin diteliti dengan baik dan dapat digunakan sebagai alat pengumpulan data dalam penelitian. Item dengan nilai validitas tertinggi terdapat pada pernyataan Y7 sebesar 0,648, sedangkan nilai terendah terdapat pada pernyataan Y6 sebesar 0,422, namun tetap memenuhi syarat validitas karena nilainya masih di atas r tabel 0,168.

4.4.2 Uji Reliabilitas

Suatu variabel dapat dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu dan suatu variabel dikatakan reliabel/konsisten apabila $\alpha > 0,60$

Tabel 4.12

Hasil Uji Reliabilitas Kebersihan (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.798	10

Sumber: Data diolah 2026 (SPSS 26)

Berdasarkan tabel 4.11 di atas, dapat dilihat bahwa variabel karyawan fresh graduate (X1) memiliki nilai koefisien alpha (r hitung) di atas 0,60 yaitu sebesar 0,798. Sehingga instrument untuk variabel kebersihan (X1) tersebut reliabel.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel kebersihan dinyatakan reliabel atau konsisten. Hal ini menunjukkan bahwa instrumen penelitian yang digunakan mampu memberikan hasil pengukuran yang stabil dan dapat dipercaya dalam mengukur variabel kebersihan pada Rumah Makan Pranynda di Kota Prabumulih .

Tabel 4.13
Hasil Uji Reliabilitas Pelayanan (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.712	10

Sumber: Data diolah 2026 (SPSS 26)

Berdasarkan table 4.12 di atas, dapat dilihat bahwa variabel pelayanan (X2) memiliki nilai koefisien alpha (r hitung) di atas 0,60 yaitu sebesar 0,712. Sehingga instrument untuk variabel pelayanan (X2) tersebut reliabel.

Dengan demikian, seluruh item pernyataan pada variabel pelayanan dapat digunakan sebagai alat ukur penelitian karena memiliki tingkat konsistensi yang baik dalam mengukur pelayanan pada Rumah Makan Pranynda di Kota Prabumulih.

Tabel 4.14
Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan(Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.719	10

Sumber: Data diolah 2026 (SPSS 26)

Berdasarkan table 4.13 di atas, dapat dilihat bahwa variabel kinerja (Y) memiliki nilai koefisien alpha (r hitung) di atas 0,60 yaitu sebesar 0,661. Sehingga instrument untuk variabel Kepuasan Pelanggan (Y) tersebut reliabel.

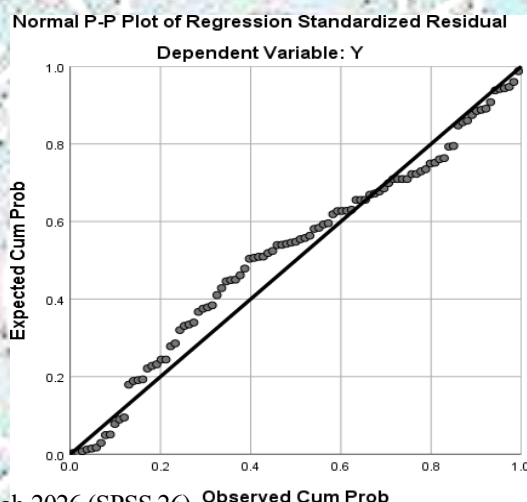
Sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian pada variabel kepuasan pelanggan dinyatakan reliabel. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan mampu mengukur variabel kepuasan pelanggan secara konsisten dan dapat dipercaya, sehingga layak digunakan dalam penelitian pada Rumah Makan Pranynda di Kota Prabumulih.

4.5 Uji Asumsi Klasik

4.5.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dapat dilakukan dengan cara analisis normal P-Plot. Jika titik-titik pada normal probability plot menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal, maka disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Hasil pengujian normalitas dengan menggunakan P-Plot dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

Gambar 4.15
Hasil Uji Normalitas



Sumber: Data diolah 2026 (SPSS 26)

Hasil pengujian normalitas menggunakan P-Plot di atas antara kebersihan dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada rumah makan pranynda Di Kota Prabumulih. Dapat dilihat pada gambar 4.2 grafik terlihat bahwa penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal grafik tidak menyebar jauh dari garis diagonal atau mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas Selain itu, uji normalitas dapat juga dilakukan dengan menggunakan One sample Kolmogorov yaitu dengan ketentuan apabila nilai signifikan diatas 0,05 maka data terdistribusi normal sebaliknya jika hasil sample Kolmogorov dibawah 0,05, maka tidak terdistribusi normal. Hasil uji normalitas menggunakan uji Kolmogorov Smirnov dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.16
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test
 Unstandardized Predicted Value

N		97
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	42.9072165
	Std. Deviation	2.62656650
Most Extreme Differences	Absolute	.055
	Positive	.055
	Negative	-.041
Test Statistic		.055
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

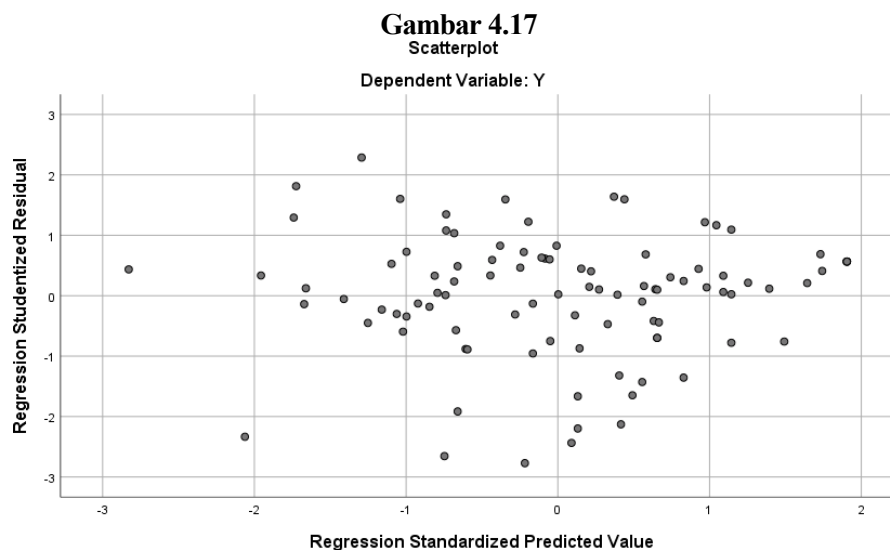
Sumber: Data diolah 2026 (SPSS 26)

Hasil pengujian pada Kolmogorov Smirnov test menunjukkan bahwa nilai signifikan lebih besar dari 0,05 yaitu sebesar 0,200. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal.

4.5.2 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghazali (2020:137) heteroskedastisitas memiliki arti bahwa terdapat varian-variabel pada model regresi yang tidak sama. Apabila terjadi sebaliknya varian-variabel pada model regresi miliki nilai yang sama maka disebut homoskedastitas. Untuk mendeteksi adanya masalah heteroskedastitas dapat menggunakan metode analisis grafik. Metode grafik ini dilakukan dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel dependen yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID (Ghozali 2020:188).

Hasil dari uji heteroskedastisitas berikut dapat dilihat pada gambar di bawah merupakan hasil dari scatterplot yang penulis dapat dalam melakukan tes di SPSS Versi 26:



Sumber: Data diolah 2026 (SPSS 26)

Berdasarkan gambar diatas dapat diketahui bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas sebab tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 ada Y, sehingga dapat dikatakan Uji Heterokendastisitas.

4.5.3 Uji Multikolinieritas

Menurut Ghazali (2020:107) uji multikolinearitas ini dimaksudkan untuk menguji apakah terdapat korelasi yang tinggi atau sempurna antara variabel bebas atau tidak dalam model regresi. Untuk mendeteksi adanya korelasi yang tinggi antar variabel independen dapat dilakukan dengan bebera cara salah satunya dengan menggunakan Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Menurut Ghazali (2020:108) tolerance mengukur variabilitas variabel independen terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi, tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi. Asumsi dari Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF) dapat dinyatakan sebagai berikut:

1. Jika $VIF > 10$ dan nilai Tolerance < 0.10 maka terjadi multikolinearitas.
2. Jika $VIF < 10$ dan nilai Tolerance > 0.10 maka tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 4.18

Hasil Uji Multikolinearitas			
Collinearity Statistics			
Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Kebersihan (X ₁)	0,958	1,043	Tidak Multikolinear
Pelayanan (X ₂)	0, 958	1,043	Tidak Multikolinear

Sumber: Data diolah 2026 (SPSS 26)

Berdasarkan tabel 4.15 dapat diketahui semua nilai VIF < 10 dan nilai tolerance diatas 0,10 berarti tidak terjadi Multikolonieritas, sehingga dapat disimpulkan bahwa uji Multikolonieritas terpenuhi.

4.5.4 Uji Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear bergana digunakan untuk menggambarkan garis yang menunjukkan arah hubungan antara variabel, serta dipergunakan untuk melakukan prediksi, dengan rumus sebagai berikut yaitu:

$$Y = a + B_1X_1 + B_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Kepuasan pelanggan

X1 = Kebersihan

X2 = Pelayanan

B1B2 = Koefisien Regresi a = Konstanta

e = Standar Error

Berdasarkan analisis diperoleh hasil analisis sebagai berikut:

Tabel 4.19
Hasil Uji Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15.065	4.117		3.659	.000
	Kebersihan	.229	.065	.302	3.504	.001
	Pelayanan	.428	.086	.430	4.987	.000

a. Dependent Variable: Y (Kepuasan Pelanggan)

Sumber: Data diolah 2026 (SPSS 26)

Dari Tabel 4.16 di atas dapat diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 15.065 + 0,229X_1 + 0,428X_2 + e$$

Persamaan diatas dapat diartikan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta koefisien regresi b0 dengan tanda positif yang merupakan nilai konstanta dimana diartikan bahwa jika variabel-variabel independen yaitu Kebersihan dan Pelayanan diasumsikan

dengan nilai konstan, maka nilai Constant akan naik sebesar 15.065.

2. Nilai koefisien regresi X1 sebesar 0,229, artinya untuk setiap kenaikan 1 skor variabel Kebersihan (X1) akan menaikkan skor kepuasan pelanggan
3. (Y) sebesar 0,229. Nilai koefisien regresi X2 sebesar 0,428, artinya untuk setiap kenaikan 1 skor variabel Pelayanan (X2) akan menaikkan skor kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,428. Dari hasil koefisien regresi berganda yang telah dijelaskan pada uraian di atas, selanjutnya akan dilakukan pengujian hipotesis yang dilakukan secara parsial dan simultan.

4.5.5 Analisis koefisien korelasi

Uji korelasi adalah cara untuk mengukur kedekatan atau keterkaitan antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini menggunakan product moment dengan formula panjang, yang mana penelitian ini hanya terdapat 1 variabel X dan 1 variabel Y. Untuk menganalisis tingkat hubungan, peneliti juga menggunakan bantuan SPSS version 26. Sedangkan untuk mengukur kuat tidaknya hubungan tersebut digunakan interpretasi koefisien. Menurut sugiyo pedoman korelasi sebagai berikut:

Tabel 4.20 Interpretasi Koefisien

Interval Koefisien (r)	Interpretasi
0,00 - 0,199	Sangat Rendah
0,20 - 0,399	Rendah
0,40 - 0,599	Sedang
0,60 - 0,799	Kuat
0,80 - 1.00	Sangat Kuat

Tabel 4.21 Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.574 ^a	.329	.315	3.78670

Predictors: (Constant), Kebersihan, Pelayanan

Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data diolah 2026 (SPSS 26)

Berdasarkan tabel diatas nilai signifikansi pada korelasi antara kebersihan dan pelayanan 0,000. Dasar pengambilan keputusan adalah jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka kedua variabel berkorelasi. Kedua variabel diatas memiliki signifikansi 0,000 kurang dari taraf signifikansi 0,05. Yang berarti bahwabahwa hubungan antara kebersihan, pelayanan dan kepuasan pelanggan adalah satu arah, dan ketika kebersihan dan pelayanan meningkat, kepuasan pelanggan juga meningkat. Nilai r atau korelasi Pearson sebesar 0,574 menunjukkan hubungan atau korelasi yang sedang.

4.6 Uji Hipotesis

4.6.1 Uji t (Persial)

Menurut Ghazali (2020:101) uji parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen yaitu , terhadap variabel dependen yaitu Pengendalian Internal. Kriteria uji parsial yang dilakukan yaitu:

1. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, $sig > 0,05$ maka variabel bebas secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel terikat (hipotesis ditolak).
2. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, $sig < 0,05$ maka variabel bebas secara individual berpengaruh terhadap variabel terikat (hipotesis diterima).

Tabel 4.22 Hasil Uji T

Coefficients^a

Unstandardized Coefficients				Standardized Coefficients	T	Sig.
Model	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	15.065	4.117		3.659	.000
	Kebersihan	.229	.065	.302	3.504	.001
	Pelayanan	.428	.086	.430	4.987	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan pelanggan

Sumber: Data diolah 2026 (SPSS 26)

Uji t merupakan pengujian untuk menunjukkan signifikansi pengaruh secara individual variabel-variabel bebas yang ada didalam model terhadap variabel terikat, apabila nilai signifikat lebih kecil dari 0,05 ($sig < 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

1. Pengaruh kebersihan terhadap kepuasan pelanggan

Berdasarkan hasil uji t pada variabel kebersihan diperoleh nilai t hitung $> t$ tabel. Maka dapat diketahui bahwa nilai t hitung $(3,504) > t$ tabel $(1,988)$ dengan nilai signifikan $0,001 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kebersihan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Pranynda Kota Prabumulih dan hipotesis diterima.

2. Pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil uji t pada variabel pelayanan diperoleh nilai t hitung $> t$ tabel. Maka dapat diketahui bahwa nilai t hitung $(4,987) > t$ tabel $(1,988)$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Pranynda Kota Prabumulih dan hipotesis diterima.

4.6.2 Uji F (Simultan)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat. Uji ini pada dasarnya digunakan untuk menguji apakah semua variabel bebas yang dimasukan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat, dengan tingkat keyakinan 95% ($\alpha=0,05$). Dasar pengambilan keputusan pengujian:

1. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ Maka H_1 diterima yang berarti model persamaan penelitian ini signifikan.
2. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ maka H_1 ditolak yang berarti model persamaan penelitian ini tidak signifikan.

Tabel 4.23

Hasil Uji F ANOVA^a

Model		Sum Squares	of Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	662.290	2	331.145	23.094	.000 ^b
	Residual	1347.875	94	14.339		
	Total	2010.165	96			

Dependent Variable: Kepuasan pelanggan

Predictors: (Constant), Kebersihan, Pelayanan

Sumber: Data diolah 2026 (SPSS 26)

Berdasarkan Tabel 4.20 diatas dapat dikatakan berpengaruh apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$. Sebaliknya tidak terdapat pengaruh apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$. Hasil penelitian diatas menunjukkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$. Atau $23.094 > 3,09$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh positif simultan kebersihan dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada rumah makan pranynda Di Kota Prabumulih. H3 Diterima

4.6.3 Uji Koefien Determinasi (R²)

Bila angka koefisien determinasi dalam model regresi terus menjadi kecil atau semakin dekat dengan nol maka semakin kecil pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat atau R² semakin mendekati 100% berarti semakin besar pengaruh semua variabel bebas terhadap variabel terikat.

Tabel 4.24
Hasil Uji R²

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.574 ^a	.329	.315	3.78670
Predictors: (Constant), Kebersihan, Pelayanan				
Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan				

Sumber: Data diolah 2026 (SPSS 26)

Diketahui bahwa nilai adjusted Rsquare adalah sebesar 0,315 artinya, variabel kebersihan (X1) dan pelayanan (X2) memiliki kontribusi positif sebesar 31,5% terhadap variabel dependent kepuasan pelanggan (Y) sedangkan sisanya adalah sebesar 68,5% di penaruhi oleh faktor variabel lainnya yang tidak di masukkan dalam penelitian seperti : Mutu produk, harga, waktu, keamanan, dll. Peneliti selanjutnya disarankan menambahkan variabel tersebut untuk penelitian selanjutnya.

4.7 Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian tentang ” yaitu pengaruh kebersihan dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada rumah makan pranynda Di Kota Prabumulih” di peroleh hasil berikut.

4.7.1 Pengaruh Kebersihan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hipotesis pertama (H1) menyatakan bahwa kebersihan (X1) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y). Berdasarkan hasil penelitian koefisien regresi X1 (Kebersihan) sebesar 0,229 artinya apabila variabel kebersihan mengalami kenaikan 1 satuan, maka pelayanan akan meningkat sebesar 0,229 variabel kebersihan (X1) memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y), dimana nilai t hitung $>$ t tabel yaitu $3,504 > 1,988$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kebersihan (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Pranynda di Kota Prabumulih.

4.7.2 Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hipotesis kedua (H2) menyatakan bahwa pelayanan (X2) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y). Berdasarkan hasil penelitian koefisien regresi X2 (Pelayanan) sebesar 0,428 artinya apabila variabel pelayanan mengalami kenaikan 1 satuan, maka pelayanan akan meningkat sebesar 0,428 variabel Pelayanan (X2) menunjukkan bahwa variabel pelayanan (X2) memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y), dimana nilai t hitung $>$ t tabel yaitu $4,987 > 1,988$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel pelayanan (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Pranynda di Kota Prabumulih.

4.7.3 Pengaruh Kebersihan Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Pengaruh kebersihan (X1) dan pelayanan (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) berdasarkan hasil uji F menunjukkan bahwa variabel kebersihan dan pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari nilai F hitung $>$ F tabel yaitu $23,094 > 3,09$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Artinya dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara kebersihan (X1) dan pelayanan (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada Rumah Makan Pranynda di Kota Prabumulih, sehingga H3 diterima.

Berdasarkan hasil uji determinasi diketahui bahwa besarnya pengaruh variabel kebersihan (X1) dan pelayanan (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) adalah sebesar 31,5%, sedangkan sisanya sebesar 68,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwa kebersihan dan pelayanan memiliki peranan penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Pranynda di Kota Prabumulih.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan peneliti mengenai pengaruh kebersihan dan pelayanan terhadap rumah makan pranynda Di Kota Prabumulih, serta objek dalam penelitian ini rumah makan pranynda Di Kota Prabumulih, dengan responden sebanyak 97 orang, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kebersihan (X1) berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan (Y) rumah makan pranynda Di Kota Prabumulih. Dimana bisa dilihat dari $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $3,504 > 1,988$ dengan nilai signifikan sebesar $0.001 < 0.05$.
2. Pelayanan (X2) berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan (Y) rumah makan pranynda Di Kota Prabumulih. Dimana bisa dilihat dari $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $4,987 > 1,988$ nilai signifikan sebesar $0.000 < 0.05$.
3. Kebersihan (X1) dan pelayanan (X2) berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan (Y) rumah makan pranynda Di Kota Prabumulih. Dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $23,094 > 3,09$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian dan kesimpulan pada penelitian ini, maka dapat diajukan beberapa saran sebagai berikut:

Saran :

1. Rumah Makan Pranynda disarankan untuk lebih meningkatkan kebersihan lingkungan rumah makan, seperti kebersihan meja, lantai, peralatan makan, dan area sekitar agar pelanggan merasa nyaman dan puas saat berkunjung. Selain itu, perlu dilakukan pembersihan secara rutin terutama untuk mengurangi debu akibat kendaraan besar di sekitar lokasi rumah makan. Sehingga pelanggan merasa nyaman dan kepuasan pelanggan dapat semakin meningkat.

2. Rumah Makan Pranynda diharapkan dapat meningkatkan kualitas pelayanan dengan memberikan pelayanan yang cepat, ramah, dan tepat kepada pelanggan, terutama pada saat rumah makan ramai. Penambahan karyawan dan pembagian tugas yang baik juga diperlukan agar pelayanan tetap optimal.
3. Peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, seperti harga, dan mutu produk, agar hasil penelitian menjadi lebih luas dan lengkap.



DAFTAR PUSTAKA

- Amruddin, A., dkk. (2022). Metodologi penelitian kuantitatif. Bandung: CV Media Sains Indonesia.
- Arboretti, R., dkk. (2014). Customer satisfaction and service quality: A review. *Journal of Service Management*, 25(3), 345–360.
- Arikunto, S. (2000). Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik. Jakarta: Rineka Cipta.
- Aritonang, L. R. (2005). Kepuasan pelanggan. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Bahrin, K., & Putra, A. (2023). Pengaruh kinerja layanan terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 8(2), 112–121.
- Basori. (2019). Manajemen pelayanan publik. Jakarta: Bumi Aksara.
- Chandra, T., dkk. (2020). Service quality and customer satisfaction. *International Journal of Business Studies*, 5(1), 45–56.
- Diani, R., dkk. (2021). Pelayanan dan kepuasan pelanggan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6(1), 23–31.
- Djaali. (2020). Metodologi penelitian kuantitatif. Jakarta: Bumi Aksara.
- Fawzy, A., dkk. (2023). Service quality and customer satisfaction. *Journal of Business Research*, 12(1), 55–66.
- Fibriantyka, R., dkk. (2022). Pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 9(1), 88–97.
- Hardani, dkk. (2020). Metode penelitian kualitatif dan kuantitatif. Yogyakarta: Pustaka Ilmu.
- Harahap, N., dkk. (2023). Metodologi penelitian sosial. Medan: Perdana Publishing.
- Haryono, S. (2020). Metode SEM untuk penelitian manajemen. Jakarta: Luxima.
- Hidayat, R., & Sulistyani, S. (2021). Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(2), 101–110.
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan kepuasan pelanggan. Surabaya: Unitomo Press.
- Indriyani, A., dkk. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Manajemen Modern*, 7(2), 134–145.
- Kasmir. (2017). Customer service excellent. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. (2020). Pedoman sanitasi tempat pengelolaan makanan. Jakarta: Kemenkes RI.
- Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. (2021). Profil kesehatan Indonesia. Jakarta: Kemenkes RI.
- Kotler, P. (2000). Manajemen pemasaran. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2007). Prinsip-prinsip pemasaran. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kurnianto, A., & Corlita, D. (2024). Kesadaran kebersihan lingkungan masyarakat. *Jurnal Sosial dan Lingkungan*, 4(1), 1–10.
- Laia, R. (2025). Strategi pelayanan restoran dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 10(1), 25–34.
- Machfoedz, M. (2009). *Metodologi penelitian kuantitatif*. Yogyakarta: BPFE.
- Mangare, S. (2023). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 6(2), 77–86.
- Mentu, R., dkk. (2023). Kebersihan lingkungan dan kualitas hidup masyarakat. *Jurnal Kesehatan Lingkungan*, 5(1), 14–22.
- Nasution, M. N. (2010). *Manajemen jasa terpadu*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Prentice, C., & Kadan, M. (2020). Facility cleanliness and customer satisfaction. *Journal of Hospitality Management*, 9(2), 101–109.
- Purbandari, T., dkk. (2019). Faktor-faktor pelayanan publik. *Jurnal Administrasi Publik*, 4(1), 55–63.
- Rahayu, S., dkk. (2022). Pengaruh kebersihan tempat usaha terhadap kepuasan pelanggan rumah makan. *Jurnal Pariwisata dan Kuliner*, 5(2), 67–76.
- Ratminto, & Atik, S. W. (2005). *Manajemen pelayanan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Retno. (2002). *Sanitasi dan kesehatan lingkungan*. Jakarta: EGC.
- Santoso, S. (2000). *Buku latihan SPSS statistik parametrik*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Siregar, S. (2021). *Pelayanan publik berbasis komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Soegoto, A. S. (2013). *Perilaku konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Soekotjo, H., dkk. (2020). *Metode penelitian bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sodik, M. A., & Siyoto, S. (2015). *Dasar metodologi penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media.

L

A

M

P

I

R

A

N



Lampiran I Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

**PENGARUH KEBERSIHAN DAN PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PADA RUMAH MAKAN PRANYNDA DI
KOTA PRABUMULIH**

NAMA : DESTRI AMIRTA

NIM 2022110106

Saya mohon kesediaan saudara untuk mengisi kuesioner ini secara lengkap, informasi yang diterima dari kuesioner ini bersifat rahasia dan digunakan untuk kepentingan akademis, Atas partisipasinya saudara saya ucapkan terimakasih.

DAFTAR PERTANYAAN

Bagian 1

DAFTAR PERTANYAAN

Nama :

1. Jenis kelamin

☐ Laki-laki

☐ Perempuan

2. Usia

☐ < 30 tahun

☐ ≥ 50 tahun

☐ 30 - 50 tahun

3. Pendidikan

☐ SMA/SMK

☐ Sarjana (S1)

☐ Diploma (D3)

4. Pekerjaan

☐ Pelajar/Mahasiswa

☐ Wiraswasta

☐ Pegawai Negeri (PNS)

☐ Ibu Rumah Tangga

☐ Pegawai Swasta

☐ Sopir

5. Pendapatan

☐ < Rp1.000.000

☐ > Rp.

☐ Rp. 1.000.000 – Rp 5.000.000

5.000.000

Bagian II

B. PETUNJUK PENGISIAN

Berikan penilaian terhadap hal-hal dibawah ini dengan tanda (✓) yang paling tepat menurut saudara, Alternatif jawaban terdiri dari:

(SS) : Sangat Setuju (S) : Setuju (N) : Netral
(TS) : Tidak Setuju (STS) : Sangat Tidak Setuju

Variabel Kebersihan (X1)		Jawaban				
No.	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Meja yang saya gunakan selalu dalam keadaan bersih saat pertama kali digunakan.					
2	Permukaan meja bebas dari sisa makanan dan noda.					
3	Kebersihan meja membuatsaya merasa nyaman saat makan.					
4	Kaca jendela di rumah makan terlihat bersih dan bening.					
5	Tidak terdapat debu atau noda yang mengganggu pada kaca jendela.					
6	Kebersihan kaca jendela menciptakan suasana ruangan yang nyaman.					
7	Lantai rumah makan terlihat bersih dan terawat.					
8	Lantai bebas dari sampah dan sisa makanan.					
9	Lantai tidak licin sehingga aman untuk dilalui pelanggan.					
10	Kebersihan lantai meningkatkan kenyamanan saya selama berada di rumah makan.					

Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)		Jawaban				
N	Pertanyaan	SS	S	N	TS	ST
1	Pelayanan yang saya terima sesuai dengan harapan saya.					
2	Kebersihan rumah makan sesuai dengan yang saya harapkan.					
3	Saya berminat untuk kembali makan dirumahmakanini.					
4	Saya menjadikan rumah makan ini sebagai pilihan utama.					
5	Saya bersedia merekomendasikan rumah makan ini kepada orang lain.					
6	Saya akan menyarankan keluarga atau teman untuk makan di sini.					
7	Saya merasa keputusan memilih rumah makan ini sudah tepat.					
8	Saya tidak menyesal memilih rumah makan ini.					
9	Rumah makan ini memiliki citra yang baik di mata saya.					
10	Saya menilai rumah makan ini sebagai tempat makan yang berkualitas.					

Lampiran 2 : Tabulasi Data
Responden Variabel Kebersihan
(X1)

RESPONDEN	PERTANYAAN										TOTAL
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	
1	4	4	4	4	3	3	4	4	4	5	39
2	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	43
3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	5	39
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	41
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
8	4	4	3	3	5	3	3	5	4	4	38
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
11	4	4	4	3	4	3	5	4	4	4	39
12	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	38
13	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	43
14	4	4	5	3	3	5	4	4	4	5	41
15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
16	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	45
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
18	3	5	5	3	5	5	5	5	5	5	46
19	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	44
20	5	5	5	5	4	4	5	5	3	4	45
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
22	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	43
23	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41
24	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	37
25	4	4	5	5	3	3	4	5	5	3	41
26	4	5	5	3	3	3	4	4	4	4	39
27	4	3	3	3	5	4	5	5	4	5	41
28	4	4	5	3	2	4	4	4	5	5	40
29	4	5	5	4	4	1	4	5	5	5	42
30	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	47
31	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	46
32	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	44
33	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	44
34	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	45
35	4	4	4	5	1	4	5	4	5	4	40
36	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	45
37	4	4	5	5	5	4	4	4	1	4	40
38	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
39	5	2	5	5	5	5	5	3	5	5	45
40	1	2	3	2	1	2	1	2	3	3	20
41	1	2	3	4	5	5	5	5	5	5	40
42	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
43	3	5	4	4	5	5	5	5	4	4	44
44	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	45
45	3	4	5	5	5	5	4	4	5	4	44

46	5	4	5	3	4	4	4	5	5	5	44
47	5	5	4	4	5	3	5	3	4	5	43
48	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
49	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	48
50	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	45
51	3	4	4	3	1	1	2	4	1	2	25
52	1	1	3	3	3	4	2	4	5	4	30
53	5	4	3	5	2	5	5	4	4	5	42
54	2	3	4	2	3	4	5	3	4	4	34
55	3	4	5	4	5	4	4	2	3	4	38
56	4	5	4	5	5	3	3	4	4	5	42
57	4	3	3	5	5	5	5	4	4	4	42
58	4	5	4	3	5	5	5	5	5	5	46
59	5	5	4	5	4	5	5	3	5	1	42
60	4	4	2	5	4	5	4	3	3	5	39
61	1	2	1	4	4	4	2	5	5	4	32
62	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
63	5	5	5	5	5	4	4	3	1	1	38
64	2	2	5	5	5	4	5	4	4	4	40
65	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	46
66	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
67	5	5	4	4	5	5	5	5	4	3	45
68	5	3	4	4	1	1	2	3	3	4	30
69	5	4	5	4	5	5	5	5	4	3	45
70	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	48
71	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	47
72	5	4	4	4	4	3	4	2	4	1	35
73	5	3	5	1	2	5	2	1	5	1	30
74	2	2	4	4	4	4	2	4	4	5	35
75	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	45
76	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
77	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	47
78	5	5	5	5	5	5	4	5	4	3	46
79	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	48
80	5	5	5	3	2	4	4	5	4	5	42
81	1	1	4	4	3	4	5	5	5	5	37
82	3	3	4	4	4	3	5	2	5	5	38
83	4	5	4	3	3	5	4	5	5	5	43
84	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49
85	1	2	1	5	5	4	4	4	4	5	35
86	2	4	4	5	4	1	3	3	2	1	29
87	5	5	5	3	5	4	4	2	1	5	39
88	3	5	4	4	5	4	4	4	5	5	43
89	5	5	2	2	3	5	5	5	5	4	41
90	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	47
91	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
92	5	3	4	4	4	3	2	3	5	5	38
93	5	4	4	3	5	5	4	2	3	4	39
94	2	4	4	3	4	2	1	2	2	1	25
95	1	4	4	5	5	4	5	4	2	1	35
96	5	5	5	4	3	4	5	5	5	3	44
97	4	5	5	4	3	4	5	5	5	5	45

Variabel pelayanan (X2)

RESPONDE N	PERTANYAAN										TOTAL L
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	
1	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	45
2	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	43
3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	3	4	4	3	5	4	4	4	3	3	37
6	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	45
7	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
8	4	4	4	3	5	4	4	3	3	4	38
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
12	4	5	4	4	5	5	4	4	3	3	41
13	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	42
14	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	37
15	4	5	5	4	3	4	4	4	4	4	41
16	3	3	3	5	5	3	5	3	3	3	36
17	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	40
18	5	5	3	4	3	3	4	4	5	5	41
19	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	35
20	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	48
21	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	38
22	3	5	5	5	3	3	3	3	4	4	38
23	5	5	5	5	5	4	4	4	3	4	44
24	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	35
25	3	3	4	4	4	4	3	3	3	5	36
26	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	34
27	4	3	4	5	4	2	3	5	5	4	39
28	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	45
29	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	45
30	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	45
31	5	4	4	5	5	4	3	5	4	4	43
32	4	4	3	3	4	4	5	5	5	4	41
33	5	4	3	4	2	4	4	2	4	5	37
34	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	45
35	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	43
36	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	44
37	4	2	4	5	5	3	3	2	5	2	35
38	3	4	3	5	3	4	4	5	3	4	38
39	5	4	3	5	4	3	4	5	5	5	43
40	5	5	4	4	3	4	2	1	4	5	37
41	2	2	3	3	3	3	2	5	5	3	31
42	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	45
43	4	2	4	4	5	4	5	5	2	5	40
44	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	48
45	5	5	5	5	4	4	5	3	4	5	45
46	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	44
47	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	46
48	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	44

49	5	5	4	5	2	1	5	1	1	4	33
50	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	45
51	5	5	5	4	4	2	5	4	5	5	44
52	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	48
53	5	5	5	5	4	4	4	3	1	2	38
54	5	5	4	4	3	4	5	5	5	2	42
55	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	46
56	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
57	4	5	5	5	5	4	3	5	5	5	46
58	5	4	3	4	4	4	5	5	5	5	44
59	1	1	4	3	2	4	4	3	5	5	32
60	5	5	5	4	4	3	4	4	4	5	43
61	4	4	2	2	5	5	5	5	5	3	40
62	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	46
63	3	3	5	5	4	4	5	5	5	3	42
64	4	5	4	4	4	3	3	5	5	4	41
65	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
66	4	4	5	5	4	3	4	3	4	3	39
67	5	4	4	2	1	5	5	5	5	5	41
68	5	5	5	2	2	2	4	4	4	4	37
69	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	48
70	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
71	5	5	5	5	4	4	5	5	5	2	45
72	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	46
73	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	48
74	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	48
75	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	47
76	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
77	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
78	5	5	5	3	3	5	5	5	4	5	45
79	5	4	2	3	3	4	4	5	5	3	38
80	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	46
81	5	5	3	2	5	5	1	5	5	3	39
82	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5	47
83	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	48
84	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	48
85	5	3	4	5	4	5	5	5	3	5	44
86	5	4	5	5	3	4	4	5	5	5	45
87	5	3	3	4	5	2	5	4	4	5	40
88	3	4	3	3	4	4	3	4	5	5	38
89	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	47
90	5	4	4	5	5	5	3	3	5	5	44
91	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
92	5	4	3	5	5	4	3	4	5	5	43
93	5	5	2	5	5	5	5	3	5	5	45
94	5	5	5	3	5	1	4	4	5	4	41
95	5	5	5	5	5	5	2	3	5	5	45
96	5	4	5	2	1	3	4	4	4	5	37
97	4	3	4	4	5	5	5	5	5	5	45

Variabel kepuasan pelanggan (Y)

RESPONDEN	PERTANYAAN										Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	
1	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	37
2	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	45
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	4	4	4	5	5	3	4	4	5	43
6	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	47
7	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	48
8	5	5	4	4	3	3	3	5	5	5	42
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
11	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	42
12	3	3	4	4	4	3	4	5	4	4	38
13	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	46
14	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39
15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
16	5	5	3	4	4	4	4	4	4	5	42
17	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	38
18	3	5	3	4	3	4	3	3	3	3	34
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
21	4	4	5	5	4	4	4	3	3	4	40
22	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	34
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
24	4	4	4	4	4	5	3	3	4	3	38
25	4	4	4	3	3	3	5	5	4	4	39
26	4	3	5	5	5	4	4	3	3	3	39
27	3	3	3	4	4	5	5	4	3	5	39
28	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	45
29	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	44
30	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	46
31	3	4	2	4	4	4	4	3	4	4	36
32	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	45
33	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	45
34	5	5	4	5	4	5	5	3	3	3	42
35	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	45
36	4	4	3	5	3	4	4	4	4	3	38
37	3	3	1	4	4	5	5	4	5	5	39
38	4	4	5	5	3	3	2	4	5	5	40
39	4	4	4	3	5	5	4	5	3	5	42
40	2	5	5	2	2	5	5	4	2	5	37
41	2	3	1	2	4	5	2	3	3	4	29
42	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	46
43	5	5	5	5	5	4	3	4	4	4	44
44	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	46
45	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	45
46	4	4	4	3	4	3	4	4	4	5	39
47	5	5	5	4	3	5	5	5	5	3	45

48	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	47
49	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	46
50	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	45
51	5	3	5	4	3	3	2	5	5	3	5	38
52	4	4	5	2	4	5	4	5	5	4	4	42
53	4	3	4	4	4	3	2	4	1	2	5	31
54	5	2	4	5	4	5	2	5	5	4	5	41
55	4	5	3	4	4	4	5	5	5	5	5	44
56	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
57	3	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	44
58	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	47
59	4	5	3	4	5	5	4	5	5	5	5	45
60	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	47
61	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	48
62	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	47
63	5	5	2	4	4	4	5	4	5	5	5	43
64	3	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	44
65	5	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	47
66	4	4	5	5	2	2	5	5	5	5	5	42
67	5	5	5	5	5	3	3	5	3	4	5	43
68	4	3	3	3	4	4	4	4	5	5	5	39
69	5	3	5	4	4	4	5	5	4	4	5	43
70	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
71	5	2	3	5	5	4	4	3	4	5	5	40
72	4	5	5	5	5	5	5	3	4	4	5	45
73	5	3	4	3	5	5	3	3	4	4	5	39
74	5	5	5	5	4	4	4	5	5	2	5	44
75	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	46
76	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
77	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	48
78	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	46
79	4	3	4	5	5	5	5	5	4	5	5	45
80	4	4	3	5	5	5	5	4	3	1	5	39
81	1	2	4	4	4	5	3	5	5	5	5	38
82	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
83	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
84	5	5	1	4	4	5	5	5	5	5	5	44
85	5	5	5	5	3	4	5	3	5	5	5	45
86	4	5	1	3	3	5	5	5	5	5	5	41
87	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	45
88	3	5	5	3	5	5	5	4	4	4	5	43
89	5	4	4	4	4	5	5	3	5	4	5	43
90	3	5	5	5	4	2	4	5	5	5	5	43
91	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49
92	3	5	5	4	4	4	5	3	3	5	5	41
93	1	2	5	5	5	2	4	4	5	2	5	35
94	4	4	4	4	3	4	5	5	5	5	5	43
95	2	5	3	4	5	5	2	4	1	1	5	32
96	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	46
97	1	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	42

1) Hasil Validitas Variabel Kebersihan (X1)

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	TOTAL
X1.1	Pearson Correlation	1	.650**	.473**	.208*	.170	.330**	.324**	.143	.185	.168	.627**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.041	.097	.001	.001	.163	.070	.100	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X1.2	Pearson Correlation	.650**	1	.458**	.209*	.263**	.227*	.340**	.280**	.045	.052	.595**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.040	.009	.025	.001	.006	.662	.616	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X1.3	Pearson Correlation	.473**	.458**	1	.193	.176	.158	.286**	.127	.104	.032	.490**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.059	.085	.123	.005	.216	.313	.757	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X1.4	Pearson Correlation	.208*	.209*	.193	1	.494**	.288**	.369**	.289**	.120	.151	.544**
	Sig. (2-tailed)	.041	.040	.059		.000	.004	.000	.004	.243	.140	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X1.5	Pearson Correlation	.170	.263**	.176	.494**	1	.460**	.426**	.227*	.102	.199	.589**
	Sig. (2-tailed)	.097	.009	.085	.000		.000	.000	.026	.319	.051	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X1.6	Pearson Correlation	.330**	.227*	.158	.288**	.460**	1	.540**	.359**	.447**	.331**	.695**
	Sig. (2-tailed)	.001	.025	.123	.004	.000		.000	.000	.000	.001	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X1.7	Pearson Correlation	.324**	.340**	.286**	.369**	.426**	.540**	1	.451**	.323**	.304**	.724**
	Sig. (2-tailed)	.001	.001	.005	.000	.000	.000		.000	.001	.003	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X1.8	Pearson Correlation	.143	.280**	.127	.289**	.227*	.359**	.451**	1	.424**	.414**	.615**
	Sig. (2-tailed)	.163	.006	.216	.004	.026	.000	.000		.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X1.9	Pearson Correlation	.185	.045	.104	.120	.102	.447**	.323**	.424**	1	.497**	.545**
	Sig. (2-tailed)	.070	.662	.313	.243	.319	.000	.001	.000		.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X1.10	Pearson Correlation	.168	.052	.032	.151	.199	.331**	.304**	.414**	.497**	1	.540**
	Sig. (2-tailed)	.100	.616	.757	.140	.051	.001	.003	.000	.000		.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
TOTAL	Pearson Correlation	.627**	.595**	.490**	.544**	.589**	.695**	.724**	.615**	.545**	.540**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	1	.570**	.256*	.212*	.170	.137	.244*	.156	.147	.307**	.587**
	Sig. (2-tailed)		.000	.012	.037	.095	.182	.016	.128	.150	.002	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X2.2	Pearson Correlation	.570**	1	.375**	.150	.135	.127	.112	.072	.113	.132	.512**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.143	.188	.214	.276	.483	.270	.197	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X2.3	Pearson Correlation	.256*	.375**	1	.339**	.160	.108	.212*	.089	.040	.168	.510**
	Sig. (2-tailed)	.012	.000		.001	.117	.290	.037	.388	.699	.101	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X2.4	Pearson Correlation	.212*	.150	.339**	1	.425**	.178	.197	-.006	.017	.162	.506**
	Sig. (2-tailed)	.037	.143	.001		.000	.081	.053	.954	.869	.113	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X2.5	Pearson Correlation	.170	.135	.160	.425**	1	.375**	.148	.232*	.161	.071	.564**
	Sig. (2-tailed)	.095	.188	.117	.000		.000	.147	.022	.115	.492	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X2.6	Pearson Correlation	.137	.127	.108	.178	.375**	1	.240*	.350**	.259*	.251*	.589**
	Sig. (2-tailed)	.182	.214	.290	.081	.000		.018	.000	.011	.013	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X2.7	Pearson Correlation	.244*	.112	.212*	.197	.148	.240*	1	.278**	.031	.185	.498**
	Sig. (2-tailed)	.016	.276	.037	.053	.147	.018		.006	.765	.070	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X2.8	Pearson Correlation	.156	.072	.089	-.006	.232*	.350**	.278**	1	.452**	.138	.535**
	Sig. (2-tailed)	.128	.483	.388	.954	.022	.000	.006		.000	.178	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X2.9	Pearson Correlation	.147	.113	.040	.017	.161	.259*	.031	.452**	1	.275**	.476**
	Sig. (2-tailed)	.150	.270	.699	.869	.115	.011	.765	.000		.006	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X2.10	Pearson Correlation	.307**	.132	.168	.162	.071	.251*	.185	.138	.275**	1	.501**
	Sig. (2-tailed)	.002	.197	.101	.113	.492	.013	.070	.178	.006		.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
TOTAL	Pearson Correlation	.587**	.512**	.510**	.506**	.564**	.589**	.498**	.535**	.476**	.501**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	TOTAL
Y.1	Pearson Correlation	1	.277**	.251*	.366**	.165	.155	.216*	.194	.277**	.179	.597**
	Sig. (2-tailed)		.006	.013	.000	.106	.130	.034	.057	.006	.079	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Y.2	Pearson Correlation	.277**	1	.159	.153	.032	.187	.354**	.166	.133	.188	.502**
	Sig. (2-tailed)											
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97

	Sig. (2-tailed)	.006		.119	.134	.753	.067	.000	.104	.193	.064	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Y.3	Pearson Correlation	.251*	.159	1	.370**	.162	-.088	.170	.230*	.135	.058	.484**
	Sig. (2-tailed)	.013	.119		.000	.113	.389	.096	.023	.188	.570	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Y.4	Pearson Correlation	.366**	.153	.370**	1	.358**	-.007	.194	.124	.238*	-.013	.516**
	Sig. (2-tailed)	.000	.134	.000		.000	.948	.058	.228	.019	.897	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Y.5	Pearson Correlation	.165	.032	.162	.358**	1	.389**	.111	.096	.061	.052	.428**
	Sig. (2-tailed)	.106	.753	.113	.000		.000	.281	.352	.550	.615	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Y.6	Pearson Correlation	.155	.187	-.088	-.007	.389**	1	.343**	.067	.111	.211*	.422**
	Sig. (2-tailed)	.130	.067	.389	.948	.000		.001	.517	.278	.038	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Y.7	Pearson Correlation	.216*	.354**	.170	.194	.111	.343**	1	.263**	.366**	.419**	.648**
	Sig. (2-tailed)	.034	.000	.096	.058	.281	.001		.009	.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Y.8	Pearson Correlation	.194	.166	.230*	.124	.096	.067	.263**	1	.509**	.332**	.543**
	Sig. (2-tailed)	.057	.104	.023	.228	.352	.517	.009		.000	.001	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Y.9	Pearson Correlation	.277**	.133	.135	.238*	.061	.111	.366**	.509**	1	.497**	.625**
	Sig. (2-tailed)	.006	.193	.188	.019	.550	.278	.000	.000		.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Y.10	Pearson Correlation	.179	.188	.058	-.013	.052	.211*	.419**	.332**	.497**	1	.557**
	Sig. (2-tailed)	.079	.064	.570	.897	.615	.038	.000	.001	.000		.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
TOTAL	Pearson Correlation	.597**	.502**	.484**	.516**	.428**	.422**	.648**	.543**	.625**	.557**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

1. Hasil Uji Reliabilitas

1) Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kebersihan (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.798	10

2) Hasil Uji Reliabilitas Pelayanan (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.712	10

3) Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

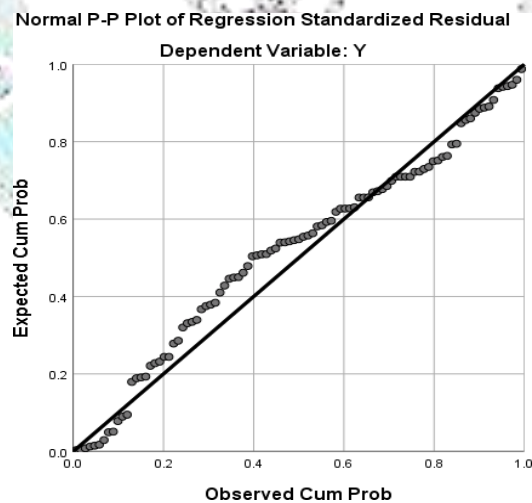
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.719	10

Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Hasil Uji Normalitas

1) Grafik P-Plot



2) Statistik (*Kp;mogorov-Smirnov Test*)

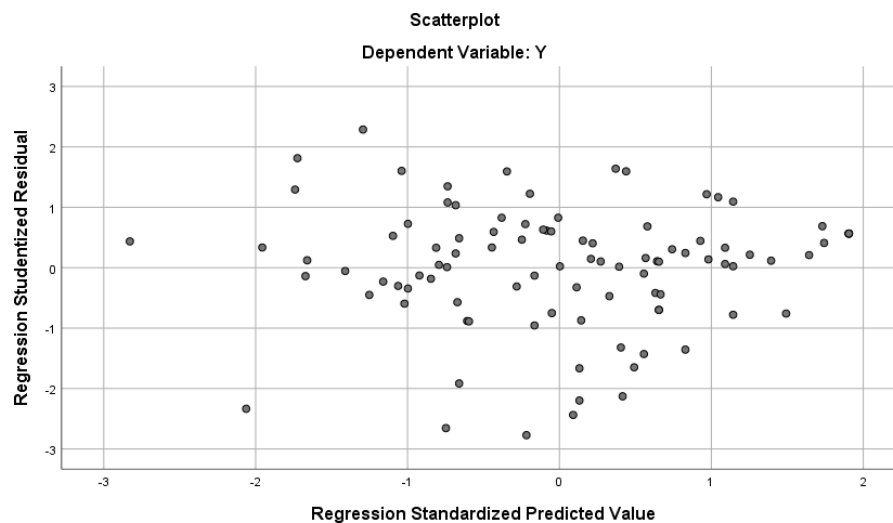
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Unstandardized Predicted Value

N		97
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	42.9072165
	Std. Deviation	2.62656650
Most Extreme Differences	Absolute	.055

Positive	.055
Negative	-.041
Test Statistic	.055
Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 ^{c,d}

3) Hasil Uji Heteroskedastisitas



4) Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Kebersihan (X1)	0,958	1,043	Tidak Multikolinear
Pelayanan (X2)	0,958	1,043	Tidak Multikolinear

5) Analisis Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15.065	4.117		3.659	.000
	Kebersihan	.229	.065	.302	3.504	.001
	Pelayanan	.428	.086	.430	4.987	.000

a. Dependent Variable: Y (Kepuasan Pelanggan)

6) Analisis koefisien korelasi

Tabel 4.18
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.574 ^a	.329	.315	3.78670

a. Predictors: (Constant), Kebersihan, Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Hasil Uji Hipotesis

1. Uji Parsial (Uji t)

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	15.065	4.117		.000
	Kebersihan	.229	.065	.302	.001
	Pelayanan	.428	.086	.430	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan pelanggan

2. Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	662.290	2	331.145	23.094	.000 ^b
	Residual	1347.875	94	14.339		
	Total	2010.165	96			

a. Dependent Variable: Kepuasan pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kebersihan, Pelayanan

3. Uji Koefien Determinasi (R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate

1	.574 ^a	.329	.315	3.78670
---	-------------------	------	------	---------

a. Predictors: (Constant), Kebersihan, Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Lampiran 4 Tabel Distribusi Statistik

1. Tabel r (r tabel)

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392

33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678

76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258

2. Tabel t (t tabel)

3.	t _{0.10}	t _{0.05}	t _{0.025}	t _{0.01}	t _{0.005}
1	3.078	6.314	12.71	31.82	63.66
2	1.886	2.920	4.303	6.965	9.925
3	1.638	2.353	3.182	4.541	5.841
4	1.533	2.132	2.776	3.747	4.604
5	1.476	2.015	2.571	3.365	4.032
6	1.440	1.943	2.447	3.143	3.707
7	1.415	1.895	2.365	2.998	3.499
8	1.397	1.860	2.306	2.896	3.355
9	1.383	1.833	2.262	2.821	3.250
10	1.372	1.812	2.228	2.764	3.169
11	1.363	1.796	2.201	2.718	3.106
12	1.356	1.782	2.179	2.681	3.055
13	1.350	1.771	2.160	2.650	3.012
14	1.345	1.761	2.145	2.624	2.977
15	1.341	1.753	2.131	2.602	2.947
16	1.337	1.746	2.120	2.583	2.921
17	1.333	1.740	2.110	2.567	2.898
18	1.330	1.734	2.101	2.552	2.878
19	1.328	1.729	2.093	2.539	2.861
20	1.325	1.725	2.086	2.528	2.845
21	1.323	1.721	2.080	2.518	2.831
22	1.321	1.717	2.074	2.508	2.819
23	1.319	1.714	2.069	2.500	2.807
24	1.318	1.711	2.064	2.492	2.797
25	1.316	1.708	2.060	2.485	2.787
26	1.315	1.706	2.056	2.479	2.779

27	1.314	1.703	2.052	2.473	2.771
28	1.313	1.701	2.048	2.467	2.763
29	1.311	1.699	2.045	2.462	2.756
30	1.310	1.697	2.042	2.457	2.750
31	1.309	1.696	2.040	2.453	2.744
32	1.309	1.694	2.037	2.449	2.738
33	1.308	1.692	2.035	2.445	2.733
34	1.307	1.691	2.032	2.441	2.728
35	1.306	1.690	2.030	2.438	2.724
36	1.306	1.688	2.028	2.434	2.719
37	1.305	1.687	2.026	2.431	2.715
38	1.304	1.686	2.024	2.429	2.712
39	1.304	1.685	2.023	2.426	2.708
40	1.303	1.684	2.021	2.423	2.704
41	1.303	1.683	2.020	2.421	2.701
42	1.302	1.682	2.018	2.418	2.698
43	1.302	1.681	2.017	2.416	2.695
44	1.301	1.680	2.015	2.414	2.692
45	1.301	1.679	2.014	2.412	2.690
46	1.300	1.679	2.013	2.410	2.687
47	1.300	1.678	2.012	2.408	2.685
48	1.299	1.677	2.011	2.407	2.682
49	1.299	1.677	2.010	2.405	2.680
50	1.299	1.676	2.009	2.403	2.678
51	1.298	1.675	2.008	2.402	2.676
52	1.298	1.675	2.007	2.400	2.674
53	1.298	1.674	2.006	2.399	2.672
54	1.297	1.674	2.005	2.397	2.670
55	1.297	1.673	2.004	2.396	2.668
56	1.297	1.673	2.003	2.395	2.667
57	1.297	1.672	2.002	2.394	2.665
58	1.296	1.672	2.002	2.392	2.663
59	1.296	1.671	2.001	2.391	2.662
60	1.296	1.671	2.000	2.390	2.660
61	1.296	1.671	2.000	2.390	2.659
62	1.296	1.671	1.999	2.389	2.659
63	1.296	1.670	1.999	2.389	2.658
64	1.296	1.670	1.999	2.388	2.657
65	1.296	1.670	1.998	2.388	2.657
66	1.295	1.670	1.998	2.387	2.656
67	1.295	1.670	1.998	2.387	2.655
68	1.295	1.670	1.997	2.386	2.655
69	1.295	1.669	1.997	2.386	2.654
70	1.295	1.669	1.997	2.385	2.653
71	1.295	1.669	1.996	2.385	2.653
72	1.295	1.669	1.996	2.384	2.652
73	1.295	1.669	1.996	2.384	2.651
74	1.295	1.668	1.995	2.383	2.651
75	1.295	1.668	1.995	2.383	2.650
76	1.294	1.668	1.995	2.382	2.649
77	1.294	1.668	1.994	2.382	2.649
78	1.294	1.668	1.994	2.381	2.648
79	1.294	1.668	1.994	2.381	2.647
80	1.294	1.667	1.993	2.380	2.647
81	1.294	1.667	1.993	2.380	2.646
82	1.294	1.667	1.993	2.379	2.645
83	1.294	1.667	1.992	2.379	2.645
84	1.294	1.667	1.992	2.378	2.644
85	1.294	1.666	1.992	2.378	2.643
86	1.293	1.666	1.991	2.377	2.643
87	1.293	1.666	1.991	2.377	2.642
88	1.293	1.666	1.991	2.376	2.641
89	1.293	1.666	1.990	2.376	2.641
90	1.293	1.666	1.990	2.375	2.640
91	1.293	1.665	1.990	2.374	2.639
92	1.293	1.665	1.989	2.374	2.639
93	1.293	1.665	1.989	2.373	2.638

94	1.293	1.665	1.989	2.373	2.637
95	1.293	1.665	1.988	2.372	2.637
96	1.292	1.664	1.988	2.372	2.636
97	1.292	1.664	1.988	2.371	2.635

3. Tabel F (F tabel)

df untuk penye- but (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	161	199	216	225	230	234	237	239	241	242	243	244	245	245	246
2	18.5 1	19.0 0	19.1 6	19.2 5	19.3 0	19.3 3	19.3 5	19.3 7	19.3 8	19.4 0	19.4 0	19.4 1	19.4 42	19.4 2	19.4 3
3	10.1 3	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.76	8.74	8.73	8.71	8.70
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.94	5.91	5.89	5.87	5.86
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.70	4.68	4.66	4.64	4.62
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.03	4.00	3.98	3.96	3.94
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.60	3.57	3.55	3.53	3.51
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35	3.31	3.28	3.26	3.24	3.22
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.10	3.07	3.05	3.03	3.01
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.94	2.91	2.89	2.86	2.85
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.82	2.79	2.76	2.74	2.72
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75	2.72	2.69	2.66	2.64	2.62
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.63	2.60	2.58	2.55	2.53
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.57	2.53	2.51	2.48	2.46
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.51	2.48	2.45	2.42	2.40
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.46	2.42	2.40	2.37	2.35
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.41	2.38	2.35	2.33	2.31
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.37	2.34	2.31	2.29	2.27
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.34	2.31	2.28	2.26	2.23
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.31	2.28	2.25	2.22	2.20
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32	2.28	2.25	2.22	2.20	2.18
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.26	2.23	2.20	2.17	2.15
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27	2.24	2.20	2.18	2.15	2.13
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	2.22	2.18	2.15	2.13	2.11
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24	2.20	2.16	2.14	2.11	2.09
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22	2.18	2.15	2.12	2.09	2.07
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25	2.20	2.17	2.13	2.10	2.08	2.06
28	4.18	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15	2.12	2.09	2.06	2.04
29	4.17	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18	2.14	2.10	2.08	2.05	2.03
30	4.16	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	2.13	2.09	2.06	2.04	2.01
31	4.15	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.20	2.15	2.11	2.08	2.05	2.03	2.00
32	4.14	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24	2.19	2.14	2.10	2.07	2.04	2.01	1.99
33	4.13	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03	2.00	1.98
34	4.12	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17	2.12	2.08	2.05	2.02	1.99	1.97
35	4.11	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11	2.07	2.04	2.01	1.99	1.96
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21	2.15	2.11	2.07	2.03	2.00	1.98	1.95
37		3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20	2.14	2.10	2.06	2.02	2.00	1.97	1.95

38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14	2.09	2.05	2.02	1.9	1.96	1.94
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46	2.34	2.26	2.19	2.13	2.08	2.04	2.01	1.9	1.95	1.93
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08	2.04	2.00	1.9	1.95	1.92
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44	2.33	2.24	2.17	2.12	2.07	2.03	2.00	1.9	1.94	1.92
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17	2.11	2.06	2.03	1.99	1.9	1.94	1.91
43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43	2.32	2.23	2.16	2.11	2.06	2.02	1.99	1.9	1.93	1.91
44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16	2.10	2.05	2.01	1.98	1.9	1.92	1.90
45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15	2.10	2.05	2.01	1.97	1.9	1.92	1.89
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04	2.00	1.97	1.9	1.91	1.89
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04	2.00	1.96	1.9	1.91	1.88
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.9	1.90	1.88
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03	1.99	1.96	1.9	1.90	1.88
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.9	1.89	1.87
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.9	1.89	1.87
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98	1.94	1.9	1.89	1.86
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.9	1.88	1.86
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.9	1.88	1.86
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97	1.93	1.9	1.88	1.85
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.9	1.87	1.85
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.9	1.87	1.85
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96	1.92	1.8	1.87	1.84
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00	1.96	1.92	1.8	1.86	1.84
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.8	1.86	1.84
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95	1.91	1.8	1.86	1.83
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95	1.91	1.8	1.85	1.83
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.8	1.85	1.83
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.8	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.8	1.85	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.8	1.84	1.82
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.90	1.8	1.84	1.82
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.8	1.84	1.82
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.8	1.84	1.81
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.8	1.84	1.81
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.8	1.83	1.81
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.8	1.83	1.81
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.8	1.83	1.81
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.8	1.83	1.80
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.8	1.83	1.80
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.8	1.82	1.80
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96	1.92	1.88	1.8	1.82	1.80
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.8	1.82	1.80
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.8	1.82	1.79
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.8	1.82	1.79
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.8	1.82	1.79
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.8	1.81	1.79
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.87	1.8	1.81	1.79
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.90	1.87	1.8	1.81	1.79
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.8	1.81	1.79
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.8	1.81	1.78
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.8	1.81	1.78
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.86	1.8	1.81	1.78
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.8	1.80	1.78
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.8	1.80	1.78
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.8	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.8	1.80	1.78

93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.8	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.8	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.8	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.8	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.8	1.80	1.77



Lampiran 5 Kartu Bimbingan

1. Kartu Bimbingan Pembimbing 1



UNIVERSITAS PRABUMULIH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

NAMA MAHASISWA : Destri Amirta
NIM : 2022110106
JUDUL SKRIPSI : pengaruh kebersihan dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada rumah makan pranynda di kota prabumulih
DOSEN PEMBIMBING I : Yudi Tusri S.E.,M.Si

Tanggal	Pembahasan	Komentar	Tanda Tangan	Ket
9/12/2021	Bab I	Perbaiki Latar belakang. Mam fons Penelitian Bisnis Penelitian		
16/12/2021	Bab II	Perbaiki yg di beri formula 1. Ace		
23/12/2021	Bab III	Perbaiki: tambahkan teori yg keluar tambahkan Jurnal/Ace		
30/12/2021	Bab IV	Perbaiki yg di beri Ace		

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis



Dr. H. Desliana, S.E., M.M.
NUPK 2544740641230233

Dosen Pembimbing I



Yudi Tusri S.E., M.Si
NIDN.0214087201

3 Muli Patra No.50 RT. 01 RW. 03 Kelurahan Sukaraja Kecamatan Prabumulih Selatan
Kota Prabumulih, Sumatera Selatan, Indonesia Telepon (0713)3224417 Faximile (0713) 322418
e-mail: mail@unpra.ac.id



**UNIVERSITAS PRABUMULIH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**KARTU BIMBINGAN SKRIPSI
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

NAMA MAHASISWA : Destri Amirta
NIM : 2022110106
JUDUL SKRIPSI : pengaruh kebersihan dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada rumah makan pranynda di kota prabumulih
DOSEN PEMBIMBING I : Yudi Tusri S.E.,M.Si

Tanggal	Pembahasan	Komentar	Tanda Tangan	Ket
11/5 2026	Bab IV	Perbaiki kata kerja awal Perbaiki Penulisan Awal Ura		
18/5 2026	Bab IV	Perbaiki Penulisan awal Penulisan awal		
25/5 2026	Bab IV	Ace		
25/5 2026	Bab V	Perbaiki dan rajut titik		
3/6 2026	Bab V	Ace		

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis

Dr. Hj. Desiliana, S.E., M.M
 NIDN. 2544740641230233

Dosen Pembimbing I

Yudi Tusri S.E., M.Si
 NIDN. 0214087201

Jalan Putra No.50 RT. 01 RW. 03 Kelurahan Sukaraja Kecamatan Prabumulih Selatan
 Kota Prabumulih, Sumatera Selatan, Indonesia Telepon (0713) 3224417 Faximile (0713) 322418
 e-mail: mail@unpra.ac.id

2. Kartu Bimbingan Pembimbing 2



UNIVERSITAS PRABUMULIH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

NAMA MAHASISWA : Destri Amirta
NIM : 2022110106
JUDUL SKRIPSI : pengaruh kebersihan dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada rumah makan pranynda di kota prabumulih
DOSEN PEMBIMBING II : Sebri Hesinto, S.E., M.Si.

Tanggal	Pembahasan	Komentar	Tanda Tangan	Ket
	penggunaan judul	ACC		
1/25 1/12	BAB II - Kelima judul & cover - Latar belakang - Rumusan masalah - Tujuan & manfaat - Sistematika penulisan	Revisi	 	
8/12 1/12	BAB III	ACC		

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis



Dr. Hj. Desliana, S.E., M.M.
NUPK 2544740641230233

Dosen Pembimbing II



Sebri Hesinto, S.E., M.Si.
NIDN.0203098701

Jalan Patra No.50 RT. 01 RW. 03 Kelurahan Sukaraja Kecamatan Prabumulih Selatan
 Kota Prabumulih, Sumatera Selatan, Indonesia Telepon (0713)3224417 Faximile (0713) 322418
 e-mail: prabumulih@prabumulih.ac.id



**UNIVERSITAS PRABUMULIH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**KARTU BIMBINGAN SKRIPSI
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

NAMA MAHASISWA : Destri Amirta
NIM : 2022110106
JUDUL SKRIPSI : pengaruh kebersihan dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada rumah makan pranynda di kota prabumulih
DOSEN PEMBIMBING II : Sebri Hesinto, S.E., M.Si.

Tanggal	Pembahasan	Komentar	Tanda Tangan	Ket
15/2025 8	Bab II 'teori'	Revisi		
22/2025 12	penelitian terdahulu	Acc		
9/2026 8	Bab III - pustakawan	Revisi penelitian		
9/2026 11	Bab III	Acc		

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis

Dr. H. Desliana, S.E., M.M
 NIDN. 2544740641230233

Dosen Pembimbing II

Sebri Hesinto, S.E., M.Si.
 NIDN.0203098701

Jalan Patra No.50 RT. 01 RW. 03 Kelurahan Sukaraja Kecamatan Prabumulih Selatan
 Kota Prabumulih, Sumatera Selatan, Indonesia Telepon (0713)3224417 Faximile (0713) 322418
 e-mail: unpra@unpra.ac.id



UNIVERSITAS PRABUMULIH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

NAMA MAHASISWA : Destri Amirta
NIM : 2022110106
JUDUL SKRIPSI : pengaruh kebersihan dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada rumah makan pranynda di kota prabumulih
DOSEN PEMBIMBING II : Seabri Hesinto, S.E., M.Si.

Tanggal	Pembahasan	Komentar	Tanda Tangan	Ket
28/11/21	Revisi bab I & II	Revisi bab I & II		
29/11/21	bab I & II	Revisi		
30/11/21	bab II	Revisi bab II dan bab III		
5/12/21	bab II & III	Revisi bab II dan bab III - Uraian bab II & III - Uraian bab II & III		
8/12/21	bab II & III	Revisi bab II dan bab III		

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis

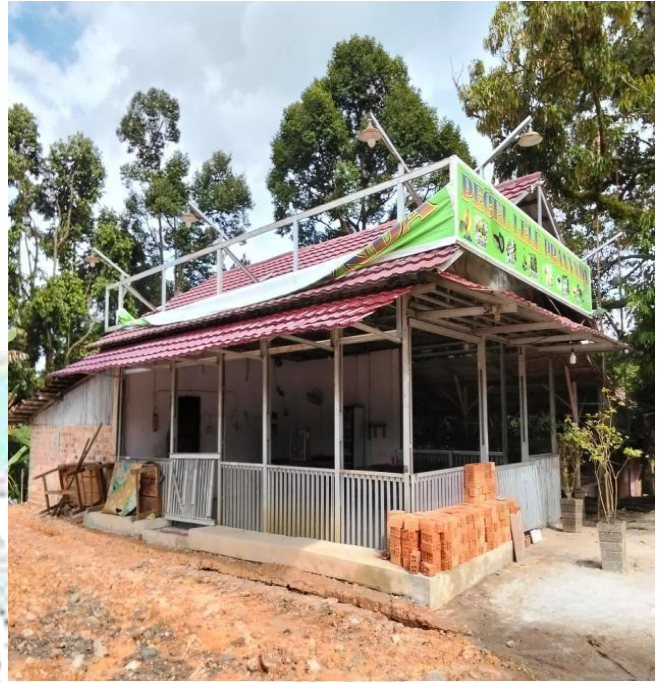
Dr. H. Deslana, S.E., M.M.
 NUPN. 2544740641230233

Dosen Pembimbing II

Seabri Hesinto, S.E., M.Si.
 NIDN. 0201098701

Jalan Pagar No. 50 RT. 01 RW. 03 Kelurahan Sukaraja Kecamatan Prabumulih Selatan
 Kota Prabumulih, Sumatera Selatan, Indonesia Telepon (0713) 5224477 Faksimile (0713) 522418
 e-mail: [prabumulih.ac.id](mailto:mailto:prabumulih.ac.id)

Lampiran 6 : Dokumentasi Penelitian





Lampiran 7 : Riwayat Hidup



Destri Amirta adalah penulis dari skripsi ini penulis lahir di Desa Negeri Agung Kecamatan Rambang Kabupaten Muara Enim Provinsi Sumatera Selatan tanggal 28 Desember 2002 sebagai anak ke-3 dari 3 bersaudara dari bapak Mirsa Wadi dan Ibu Erna Nita penulis memulai pendidikan formal di SD Negeri 13 Rambang pada tahun 2008 dan berhasil menyelesaikan pada tahun 2015 Pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan ke SMP Negeri 7

Kota Prabumulih dan lulus pada tahun 2018 selanjutnya penulis melanjutkan pendidikan ke SMK Negeri 2 Prabumulih dengan mengambil jurusan TKJ (Teknik komputer jaringan) dan lulus pada tahun 2021 setelah menyelesaikan pendidikan menengah Penulis tidak langsung melanjutkan pendidikan ke jenjang perguruan tinggi dikarenakan penulis bekerja dan pada tahun 2022 penulis melanjutkan pendidikan ke jenjang perguruan tinggi di Universitas Prabumulih program studi manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan Insyaallah akan menyelesaikan pendidikan pada tahun 2026 ini selama menempuh pendidikan tersebut penulis menyusun skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi dengan semangat motivasi dan ketekunan yang tinggi untuk terus belajar dan berusaha penulis akhirnya dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini sebagai bentuk tanggung jawab akademik selama masa perkuliahan Akhir kata penulis mengucapkan rasa syukur yang sebesar-besarnya atas terselesaikan skripsi ini yang berjudul “ **Pengaruh Kebersihan Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Pranynda Di Kota Prabumulih** “