

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang analisisnya menggunakan analisis statistik. Dalam penelitian kuantitatif pengukuran terhadap gejala yang diminati konsumen menjadi penting, sehingga pengumpulan data dilakukan dengan memberikan daftar pertanyaan berstruktur atau angket yang disusun berdasarkan pengukuran terhadap variabel yang diteliti yang kemudian menghasilkan data kuantitatif.⁸⁸ Selanjutnya angket diberikan kepada obyek penelitian yang kemudian akan dikembalikan kepada peneliti dengan angket yang sudah terisi oleh orang yang bersangkutan tersebut.

Jenis penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian *asosiatif* (hubungan) yaitu penelitian yang mencari hubungan atau pengaruh sebab akibat dari sebuah hubungan atau pengaruh antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).⁸⁹ Dalam hal ini adalah pengaruh antara Kualitas Pelayanan dan Atribut Produk Syariah Terhadap Kepuasan Konsumen pada gerai Ayam Geprek Sa'i Blitar, kemudian dianalisis untuk dibuktikan kebenarannya dengan (*SPSS 16.0 for windows*).

⁸⁸ Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005), hal. 184

⁸⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2013), hal. 6

B. Populasi, Teknik Sampling dan Sampel Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁹⁰

Populasi dalam penelitian ini adalah pembeli atau konsumen yang pernah melakukan pembelian di Gerai Ayam Geprek Sa'i Blitar, yang jumlahnya tidak diketahui dan dapat dikatakan dalam kategori tidak terhingga.

Populasi tak terhingga yaitu populasi yang memiliki sumber data yang tidak dapat ditentukan batas-batasnya secara kuantitatif. Oleh karenanya luas populasi bersifat tak terhingga dan hanya dapat dijelaskan secara kualitatif.⁹¹

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *non probability* yakni Teknik *sampling insidental*, yakni teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.⁹²

Sampel adalah sebagian untuk diambil dari keseluruhan obyek yang diteliti dan dianggap mewakili seluruh populasi.⁹³ Pada penelitian ini, Pelanggan yang menjadi sampel responden adalah konsumen yang sedang membeli di Gerai Ayam Geprek Sa'i Blitar dengan menggunakan pengambilan sampel nonprobability atau juga disebut juga nonpeluang, adalah pengambilan sampel dengan sengaja (*purposive*) dan bersifat subjektif.⁹⁴ Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini

⁹⁰ Sugiyono, 1998, *Metode Penelitian Administrasi*, Alfabeta, Bandung, hal. 57

⁹¹ Burhan Bungin, 2009, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, hal. 99

⁹² Sugiono, 2012, *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung, hal. 56

⁹³ Soekidjo Notoatmodjo, 2003, *Metodologi Penelitian Kesehatan*, Rineka Cipta, Jakarta, hal.

79

⁹⁴ Rully Indrawan, & R. Poppy Yaniawati, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Campuran untuk Manajemen, Pembangunan, dan Pendidikan*, hal. 105

menggunakan rumus Lemeshow, hal ini dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui atau tidak terhingga. Berikut rumus Lameshow⁹⁵ yaitu:

$$n = \frac{z_{1-\alpha/2}^2 P(1-P)}{d^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

z = skor z pada kepercayaan 95 % = 1,96

p = maksimal estimasi = 0,5

d = alpha (0,10) atau sampling error = 10 %

Melalui rumus di atas, maka jumlah sampel yang akan diambil adalah:

$$n = \frac{z_{1-\alpha/2}^2 P(1-P)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 (1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01}$$

$$n = 96,04 = 100$$

Sehingga jika berdasarkan rumus tersebut maka n yang didapatkan adalah 96,04 = 100 orang sehingga pada penelitian ini setidaknya penulis harus mengambil data dari sampel sekurang-kurangnya sejumlah 100 responden.

⁹⁵ Stanley Lemeshow, David W. Hosmer J, Janeile Klar & Stephen K. Lwanga, 1997, *Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan*, Gajah Mada University Press, Yogyakarta, hal. 2

C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran

1) Sumber Data

Dalam hal ini yang dimaksud dengan sumber data dalam penelitian adalah subyek dari mana data diperoleh. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan sumber data primer. Dimana sumber data primer ini merupakan data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti. Adapun yang menjadi sumber data primer adalah pengunjung atau konsumen yang datang ke gerai Geprek Sa'i. Data yang akan diambil oleh peneliti dengan menggunakan metode kuesioner. Pertanyaan yang diajukan disebarluaskan melalui online yaitu dengan *google form*.

Sumber data dalam penelitian ini dengan menggunakan data primer atau data yang langsung diambil peneliti melalui pembagian angket (kuesioner) melalui internet atau *google form*.

2) Variabel Penelitian

Variabel adalah suatu hal yang terbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga memperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.⁹⁶ Dengan demikian variabel-variabel yang akan diukur dan diuji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a) Variabel *independen* atau variabel bebas yaitu variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi penyebab terjadi perubahan pada variabel dependen.⁹⁷ Dalam penelitian ini variabel bebasnya adalah kualitas pelayanan (X1), atribut produk syariah (X2).

⁹⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian.....*, hal. 31

⁹⁷ Rochmat Subagyo, *Metode Penelitian.....*, hal. 34

- b) Variabel *dependen* atau variabel terikat yaitu variabel yang dipengaruhi atau variabel yang menjadi akibat. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen (Y).⁹⁸

3) Skala Pengukuran

Skala pengukuran adalah penentuan atau penetapan skala atas suatu variabel berdasarkan jenis data yang melekat dalam variabel penelitian. Skala pengukuran merupakan acuan atau pedoman untuk menentukan alat ukur demi memperoleh hasil data kuantitatif.⁹⁹ Dalam penelitian ini menggunakan skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.¹⁰⁰ Dengan skala *likert* maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel yang kemudian dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item pertanyaan atau pernyataan. Dimana jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala ini memiliki gradasi dari yang sangat positif sampai sangat negatif. Untuk mengukur skor skala *likert* adalah sebagai berikut:

- a. SS = sangat setuju diberi skor 5
- b. ST = setuju diberi skor 4
- c. N = netral diberi skor 3
- d. TS = tidak setuju diberi skor 2
- e. STS = sangat tidak setuju diberi skor 1

⁹⁸ *Ibid.*, hal. 43

⁹⁹ *Ibid.*, hal 109

¹⁰⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 21007), hal. 86

D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

1) Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan Kuesioner (angket) melalui internet (*Google Form*). Kuesioner merupakan suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan sejumlah pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien apabila peneliti mengetahui dengan pasti variabel yang akan diukur dan apa yang diharapkan responden.

Kuesioner ini dapat berupa suatu pertanyaan atau pernyataan tertutup ataupun terbuka yang dapat diberikan kepada responden secara langsung atau melalui internet maupun pos.¹⁰¹ Kuesioner ini berisi jawaban antara tidak puas, kurang puas, ragu-ragu, puas, dan sangat puas akan pernyataan yang diajukan (tinggal di centang salah satunya). Adapun dalam penelitian ini, kuesioner dibagikan kepada konsumen gerai Ayam Geprek Sa'I Blitar melalui internet (*Google Form*).

2) Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena atau kejadian sosial maupun alam yang diamati. Dalam hal ini instrumen penelitiannya yaitu:

Tabel 3.1

Instrumen Penelitian

No.	Variabel	Indikator	Referensi
1.	Kualitas Pelayanan (X_1)	a. <i>Tangibles</i> (bukti Fisik)	Nirwana, <i>Prinsip-Prinsip Pemasaran Jasa</i> , (Malang: Dioma, 2004), hal. 29
		b. <i>Reliability</i> (kehandalan)	

¹⁰¹ *Ibid*, hal. 142

		c. <i>Responsiveness</i> (daya tanggap)	
		d. <i>Assurance</i> (jaminan)	
		e. <i>Empathy</i> (kepedulian)	
2.	Atribut Produk Syariah (X ₂)	a. Merek	Philip Kotler, <i>Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol</i> , Jakarta : PT. Prenhal indo, 2004) hlm. 329
		b. Label	
		c. Kemasan	
		d. Jaminan	
		e. Pelayanan	
		f. Kualitas	
3.	Kepuasan Konsumen (Y)	a. Kesesuaian harapan	Fandy Tjiptono, <i>Strategi Pemasaran Edisi 4</i> , Yogyakarta: Andi, 2015, hal. 101
		b. Minat berkunjung kembali	
		c. Kesiediaan merekomendasikan	

E. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan suatu kegiatan yang setelah data dari seluruh responden atau sumber data terkumpul. Kegiatan dalam analisis data ini adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan.¹⁰² Kemudian setelah data dari penelitian yang berupa jawaban responden atas kuesioner (angket) tersebut dibagikan, langkah selanjutnya melakukan analisis data dengan menggunakan:

3 Pengukuran Variabel

Pengukuran variabel dalam penelitian dengan menggunakan angket atau kuesioner yang dibagikan kepada responden berdasarkan pernyataan atau pertanyaan yang telah disusun. Responden kemudian memilih salah satu jawaban

¹⁰² Sugiyono, *Metode Penelitian...*, hal. 147

yang sudah disediakan. Beberapa prosedur data variabel dengan menggunakan pengelolaan data yaitu sebagai berikut:

- a. Editing yaitu suatu kegiatan untuk memeriksa data yang dilaksanakan setelah peneliti selesai melakukan penghimpunan. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang penting karena kenyataannya data belum memenuhi harapan peneliti.
- b. *Cooding*, yaitu memberikan tanda atau kode supaya lebih mudah dalam memeriksa jawaban. Dalam penelitian ini kode yang digunakan yaitu sebagai berikut: keramahan masyarakat (X_1), fasilitas (X_2), daya tarik wisata (X_3), dan Kepuasan konsumen (Y).
- c. *Scoring*, yaitu dengan memberikan angka dan data yang dikuantitatifkan dan menghitungnya untuk setiap jawaban responden. Pemberian angka atau skor pada pilihan jawaban sebagai berikut:
 - 1) Skor 1 untuk jawaban tidak puas
 - 2) Skor 2 untuk jawaban kurang puas
 - 3) Skor 3 untuk jawaban ragu-ragu
 - 4) Skor 4 untuk jawaban puas
 - 5) Skor 5 untuk jawaban sangat puas
- d. Analisis, digunakan untuk mengelola dan membuat analisis data sebagai dasar dari penarikan kesimpulan. Analisis disini maksudnya memberikan perhitungan statistik pada data yang masuk.

2. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kevalidan atau kesesuaian angket yang digunakan oleh peneliti untuk memperoleh data dari responden, ketentuan dari validitas instrumen yang sah yaitu apabila r hitung lebih besar

dari pada r kritis (0.30), instrumen dikatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar dari r standar yaitu sebesar 0.3. Apabila korelasi setiap faktor positif dan nilainya sebesar 0.3 ke atas maka faktor tersebut merupakan *constuct* yang kuat.¹⁰³

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas. Reliabel atau terandal mengandung pengertian kemampuan kuesioner atau angket memberikan hasil pengukuran yang konsisten. Reliabilitas merupakan terjemahan dari kata *reliability* artinya keterandalan, keterpercayaan, dan konsistensi. Hasil pengukuran dapat dipercaya apabila dalam beberapa kali dalam pelaksanaan pengukuran terhadap subjek yang sama akan diperoleh hasil yang relatif sama, selama aspek yang diukur tersebut tidak berubah. Reliabilitas instrumen adalah hasil pengukuran yang dapat dipercaya. Reliabilitas ini digunakan untuk memperoleh data yang sesuai dengan tujuan dari pengukuran. Untuk mencapai tujuan tersebut, maka dilakukan uji reliabilitas dengan metode *Alpha Cronbach's* diukur berdasarkan skala *Alpha Cronbach's* 0 sampai dengan 1. Reliabilitas suatu variabel dikatakan baik apabila mempunyai nilai *Alpha Cronbach's* > 0.60 . Menurut Triton apabila skala tersebut dikelompokkan dalam lima kelas dengan reng yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Nilai alpha *Cronbach* 0.00 s.d. 0.20 artinya kurang reliabel.
- 2) Nilai alpha *Cronbach* 0.21 s.d. 0.40 artinya agak reliabel.
- 3) Nilai alpha *Cronbach* 0.42 s.d. 0.60 artinya cukup reliabel.
- 4) Nilai alpha *Cronbach* 0.61 s.d. 0.80 artinya reliabel.
- 5) Nilai alpha *Cronbach* 0.81 s.d. 1.00 artinya sangat reliabel.

3. Uji Linearitas

¹⁰³ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*, Jakarta: PT Prestasi Pustakaraya, 2009, hal. 96

a Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah data penelitian yang telah dilakukan memiliki distribusi yang normal atau tidak. Menurut Sujianto, uji distribusi normal adalah uji yang digunakan untuk mengukur apakah data penelitian yang kita miliki tersebut mempunyai distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistik parametrik. Dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas apabila nilai signfikansi lebih besar dari 0.05 maka data tersebut berdistribusi normal, dan sebaliknya, apabila nilai signifkansinya lebih kecil dari 0.05 maka data tersebut tidak berdistribusi normal.¹⁰⁴

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya hubungan atau korelasi antara variabel independen (bebas). Model regresi yang baik seharusnya tidak ada hubungan diantara variabel bebas. Dasar dari pengambilan keputusan pada uji ini dapat dilakukan dengan dua cara yaitu:¹⁰⁵

- 1) Melihat nilai tolerance, apabila nilai tolerance lebih besar dari 0.10 artinya tidak terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji. Dan sebaliknya apabila nilai tolerance lebih kecil dari 0.10 artinya terjadi multikolinearitas pada data yang diuji.
- 2) Melihat nilai VIF (*Variance Inflation Factor*). VIF adalah suatu estimasi berapa besar multikolinearitas meningkatkan varian pada suatu koefisien estimasi sebuah variabel penjelas. Apabila nilai VIF lebih kecil dari 10.00 artinya tidak terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji, dan sebaliknya apabila nilai VIF lebih besar dari 10.00 artinya terjadi

¹⁰⁴ *Ibid*, hal. 78

¹⁰⁵ *Ibid*, hal. 79

multikolinearitas terhadap data yang diuji. VIF yang tinggi menunjukkan bahwa multikolinearitas telah menaikkan sedikit varian koefisien estimasi, akibatnya menurunkan nilai t . Menurut Sarwoko yang dikutip oleh Sujianto menyatakan bahwa alternatif perbaikan karena adanya multikolinearitas yaitu membiarkan saja, menghapus variabel yang berlebihan, transformasi variabel multikolinearitas dan menambah ukuran sampel.

c Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas adalah uji untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual atau pengamatan lain. Heterokedastisitas pada umumnya sering terjadi pada model yang menggunakan data *cross section* dari pada *time series*. Namun, bukan berarti model yang menggunakan data *time series* bebas dari heterokedastisitas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heterokedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar *Scatterplot* pada data tersebut. Tidak terdapat heterokedastisitas apabila: (1) penyebaran titik-titik data sebaiknya tidak membentuk pola; (2) titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau ada disekitar angka 0; dan (3) titik-titik data tidak emngumpul hanya di atas atau di bawah saja.¹⁰⁶

4. Uji Analisis Regresi Liner Berganda

Analisis regresi adalah teknik dalam statistika yang digunakan untuk memeriksa dan memodelkan hubungan antara variabel-variabel. Pada saat ini, analisis regresi ini digunakan untuk menelaah hubungan dua variabel atau lebih dan utamanya untuk menelusuri pola hubungan yang modelnya belum diketahui dengan sempurna, sehingga penerapannya lebih bersifat eksploratif. Analisis regresi berganda berguna untuk mengatasi permasalahan analisis regresi yang melibatkan

¹⁰⁶ *Ibid*, hal. 80

hubungan dari dua atau lebih variabel bebas.¹⁰⁷ Model persamaan dari analisis regresi berganda yaitu sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y = variabel terikat (dependen)

a = konstanta

$b_1b_2b_3$ = koefisien korelasi ganda

X_1 = variabel kualitas pelayanan

X_2 = variabel atribut produk syariah

e = *error of term*

5. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan uji t. Menurut Widjarjono yang dikutip oleh Hendri dan Roy Setiawan. Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.¹⁰⁸ Dasar pengambilan keputusan untuk uji t-hitung dan t-tabel yaitu sebagai berikut:

- a. Apabila $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ maka variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.
- b. Apabila $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ maka variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

Dasar pengambilan keputusan berdasar nilai signifikansi hasil dari output SPSS yaitu sebagai berikut:

¹⁰⁷ *Ibid*, hal 55-58

¹⁰⁸ Hendri dan Roy Setiawan, Pengaruh Motivasi Kerja dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan di PT Samudra Bahari Utama, *AGORA*, Vol. 5, No. 1, 2017, hal. 3

- a. Apabila nilai Sig. < 0.05 maka variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.
- b. Apabila nilai Sig. > 0.05 maka variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

6. Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui tingkat ketepatan yang paling baik dalam menganalisa regresi dimana hal yang ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2) antara nol (0) dan satu (1). Koefisien determinasi nol (0) artinya variabel variabel independen tidak berpengaruh pada variabel dependen. Namun apabila, variabel koefisien determinasi mendekati satu (1) artinya variabel independen berpengaruh pada variabel dependen.

Dalam penelitian ini, teknik analisis data mulai dari uji validitas samapai dengan koefisien determinasi menggunakan bantuan software SPSS16.

LAMPIRAN: KISI-KISI INSTRUMEN PENELITIAN

No.	Variabel	Indikator	Item
1.	Kualitas Pelayanan (X ₁)	1) <i>Tangibles</i> (bukti Fisik)	1. Gerai Ayam Geprek Sa'I Blitar memiliki fasilitas dan prasarana yang memadai seperti ruang mushola, toilet, dan ruang makan. 2. Karyawan Gerai Ayam Geprek Sa'I Blitar berpenampilan sopan dan rapi.
		2) <i>Reliability</i> (kehandalan),	1. Pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang dijanjikan. 2. Sikap amanah, jujur, dan bertanggung jawab yang ditunjukkan karyawan Gerai Ayam Geprek Sa'I Blitar sangat membantu konsumen.
		3) <i>Responsiveness</i> (daya tanggap)	1. Karyawan Gerai Ayam Geprek Sa'I Blitar memberikan layanan dengan tepat. 2. Karyawan Gerai Ayam Geprek Sa'I Blitar tanggap atas keluhan yang disampaikan konsumen.
		4) <i>Assurance</i> (jaminan)	1. Gerai Ayam Geprek Sa'I Blitar memberikan ganti rugi apabila terjadi masalah pada konsumen pada saat mengkonsumsi produk Gerai Ayam Geprek Sa'I Blitar.
		5) <i>Empathy</i> (kepedulian)	1. Gerai Ayam Geprek Sa'I Blitar sering mengadakan kegiatan berbagi dan memberikan santunan kepada anak yatim piatu.
2.	Atribut Produk Syariah (X ₂)	1) Merek	2. Merek produk makanan dan minuman Gerai Ayam Geprek Sa'I Blitar khas sehingga dapat membedakannya dengan merek lain 3. Merek produk makanan dan minuman Gerai Ayam Geprek Sa'I Blitar mudah diingat oleh konsumen 4. Merek produk makanan dan minuman Gerai Ayam Geprek Sa'I Blitar tidak asing didengar.
		2) Label	1. Gerai Ayam Geprek Sa'I Blitar mempunyai label penjualan

			halal. 2. Produk makanan dan minuman yang dijual Gerai Ayam Geprek sa'I adalah halal
		3) Kemasan	1. Kemasan makanan pada Gerai Ayam Geprek Sa'I Blitar dilihat dari aspek, warna, dan bentuk maupun desainnya memberikan daya tarik bagi konsumen. 2. Produk makanan Gerai Ayam Geprek Sa'I Blitar di kemas dengan sangat baik, dan 3. Konsumen merasa puas dengan tampilan makanan yang diberikan.
		4) Jaminan	1. Mudahnya menggunakan fasilitas ibadah 2. Gerai Ayam Geprek Sa'I Blitar memberikan pelayanan yang ramah dan baik sehingga tidak perlu ragu dan khawatir dari resiko yang ada.
		5) Pelayanan	1. Sikap amanah, jujur, dan bertanggung jawab yang ditunjukkan karyawan Gerai Ayam Geprek Sa'I Blitar sangat membantu konsumen. 2. Karyawan Gerai Ayam Geprek Sa'I Blitar memiliki budaya kerja islami, seperti memberikan salam kepada konsumen.
		6) Kualitas	1. Fasilitas yang lengkap dan memadai 2. Fasilitas yang ada sesuai dengan harga yang dibayar 3. Fasilitas yang ada sangat mudah untuk digunakan. 4. Produk makanan Gerai Ayam Geprek Sa'I Blitar memberikan hasil yang sesuai dengan harapan konsumen.
	Kepuasan Konsumen	1) Kesesuaian harapan	1. Pelayanan sesuai dengan harapan 2. Lokasi yang bersih dan rapi. 3. Harga produk Gerai Ayam Geprek Sa'I Blitar terjangkau. 4. Produk makanan dan minuman Gerai Ayam Geprek Sa'I Blitar bervariasi. 5. Harga produk Gerai Ayam

			Geprek Sa'I Blitar sesuai dengan kualitas produk tersebut.
		2) Minat berkunjung kembali	1. Membeli kembali produk yang ditawarkan Gerai Ayam Geprek Sa'I Blitar 2. Lebih memilih Gerai Ayam Geprek Sa'I Blitar dari pada produk sejenis dari perusahaan lain. 3. Merasa puas dengan segala sesuatu yang tersedia di gerai Gerai Ayam Geprek Sa'I Blitar
		3) Kesiediaan merekomendasikan	1. Mempromosikan/ merekomendasikan pada teman, sahabat, keluarga untuk datang ke Gerai Ayam Geprek Sa'i 2. Memberikan informasi kepada kerabat mengenai kebaikan dan kemanfaatan produk makanan Gerai Ayam Geprek Sa'I Blitar. 3. memberikan informasi kepada kerabat mengenai kepuasan yang dirasakan di Gerai Ayam Geprek Sa'I Blitar.