

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEPERCAYAAN
PELANGGAN DAN CITA RASA TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PADA MIXUE BRONGGALAN SURABAYA**



Oleh :

VIKY ARDILA
NBI : 1212000071

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2024

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEPERCAYAAN PELANGGAN DAN CITA
RASA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA MIXUE BRONGGALAN
SURABAYA**

SKRIPSI

**Di Ajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Guna
Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen**

Oleh :

Viky Ardila

1212000071

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945
SURABAYA
2024**

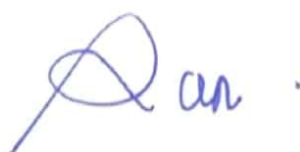
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama Lengkap : Viky Ardila
NBI : 1212000071
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Judul SKripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan Pelanggan dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Pda Mixue Bronggolan Surabaya.

Surabaya, 21 Desember 2023

Mengetahui / Menyetujui

Pembimbing



DRA. Ec. Ratnaningsih SY, MM

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Dipertahankan didepan sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen Pada tanggal :
16 Desember 2023

TIM PENGUJI TANDA TANGAN

1. Prof. Dr. drg. Ida Aju Brahmasari, Dipl. DHE., MPA

-Ketua



2. Dra. EC Ratnaningsih SY.MM

-Anggota



3. Dra. Ec.I.A Nuh Kartini, MM

-Anggota



Mengesahkan,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Dekan



Prof. Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA

NPP.20220930319

SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIASI

Saya, yang bertanda tangan dibawah ini :

1. Nama Lengkap : Viky Ardila
2. NBI : 1212000071
3. Fakultas : Ekonomi dan Bismis
4. Program Studi : Manajemen
5. NIK : 3578154903020002
6. Alamat Rumah : Kalianak Timur Lebar 05/07 RT 08 kec,
Krempangan Surabaya

Dengan ini menyatakan skripsi yang berjudul “Pengaruh kualitas Produk,Kepercayaan Pelanggan Dan Cita Rasa terhadap kepuasan Pada Mixue Bronggalan Surabaya” adalah benar-benar hasil rancangan, tulisan dan pemikiran saya sendiri, dan bukan merupakan plagiat atau menyalin atau menyadur dari karya tulis ilmiah orang lain baik berupa Artikel, Skripsi, Tesis maupun Disertasi.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, jika dikemudian hari ternyata terbukti bahwa skripsi yang saya tulis adalah hasil plagiat maka saya bersedia menerima sanksi apapun atas perbuatan saya dan bertanggungjawab secara mandiri tanpa ada sangkut pautnya dengan Dosen Pembimbing dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Surabaya, 21 Desember 2023



(Viky Ardila)



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN

Jl. Semolowaru 45 Surabaya
TELP. 031 593 1800 (Ext.311)

E-mail: perpus@untagsby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Viky Ardila
NBI : 1212000071
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Jenis Karya : Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi/Laporan Penelitian/Makalah

Demi perkembangan ilmu pengetahuan saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak bebas Royalti Noneksklusif (*Nonexclusive Royalty-Free Right*)**, atas karya saya yang berjudul :

“PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEPERCAYAAN PELANGGAN DAN CITA RASA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA MIXUE BRONGGALAN SURABAYA”

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Nonexclusive Royalty-Free Right*)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum nama saya sebagai penulis.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Pada Tanggal : 21 Desember 2023

Yang Menyatakan



HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur ALLAH SWT Yang Maha Esa, skripsi ini aku persembahkan untuk :

Bapak dan Ibuku tercinta, terima kasih atas limpahan doa, semangat, motivasi, dukungan, kasih sayang, dan perhatian yang telah diberikan selama ini.

Sahabat-sahabat dan orang tersayang terima kasih atas support dan doanya.

Dan untuk almamaterku jurusan manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, tempatku menimba ilmu serta belajar banyak tentang perjalanan hidup.

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya sehingga saya diberikan kesempatan untuk melanjutkan Pendidikan Program Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan menyelesaikan skripsi ini dengan penuh kebanggaan. Saya mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan membimbing saya dalam menempuh Pendidikan dan menyelesaikan skripsi ini. Dalam penulisan skripsi ini, saya banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya saya tujukan kepada:

1. DRA. Ec. Ratnaningsih SY, MM selaku dosen pembimbing yang bersedia meluangkan waktu, tenaga, pikiran, untuk memberikan bimbingan, perhatian, kritik dan saran yang sangat berharga dengan penuh kesabaran dan kesungguhan hati sehingga skripsi ini terselesaikan dengan baik.
2. Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPAI. selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menuntut ilmu dan menyelesaikan pendidikan Program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus Surabaya.
3. Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, atas kesempatan dan fasilitas serta bimbingan yang telah diberikan kepada saya selama menempuh proses perkuliahan pada pendidikan Program Sarjana Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Dra. Ec. Ulfi Pristiana, M.Si. selaku kepala Program Studi Manajemen, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk memperbolehkan melakukan penelitian.
5. Para penguji yang telah memberikan waktu untuk pengarahan dan menambah wawasan keilmuan saya serta memberikan saran yang terbaik selama pelaksanaan penelitian hingga sidang skripsi. Terim

kasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses kuliah.

6. Seluruh dosen dan staf sekretariat Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 yang telah membantu dan mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak Felix selaku ketua cabang Mixue Bronggalan Surabaya yang telah membantu saya selama melakukan penelitian di Mixue Bronggalan Surabaya.
8. Darman dan Sumini orang tua saya yang tercinta. Terima kasih atas semua pengorbanan, kesabaran, doa dan semangat yang terus mengalir tanpa henti dari awal perkuliahan hingga akhirnya tugas akhir ini terselesaikan.
9. Terima kasih kakak anis sumiati dan adik dyon valienta yang telah memberi saya semangat untuk menyelesaikan skripsi.
10. Terima kasih kepada Muhammad Firdaus yang telah memotivasi saya dan memberikan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
11. Charisma Della Safitri, dan Junita Amelia teman saya dari awal mulai menjadi mahasiswi baru sampai menjadi mahasiswi semester akhir yang saling memberikan support satu sama lain.

Dengan ini penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, karena hal tersebut tidak lepas dari kelemahan dan keterbatasan penulis. Penulis berharap agar skripsi ini berguna sebagai tambahan ilmu pengetahuan serta dapat memberikan manfaat bagi semua pihak dan dijadikan implikasi selanjutnya bagi mahasiswa.

ABSTRACT

The type of research used is quantitative research methods. The population in this research is all mixue customers. The sampling technique used in this research was random sampling. The instrument used to measure variables in this research used a questionnaire. As an instrument, the questionnaire must meet the main requirements, namely valid and reliable. This questionnaire will later be distributed manually at the research location. From the results of the research that has been carried out, it can be seen that the product quality variable (x1) has a significant and positive effect on consumer satisfaction as proven by the t test. The customer trust variable (x2) has a significant and positive effect on customer satisfaction as proven by the t test. The taste variable (x3) has a significant and positive effect on customer satisfaction as proven by the t test. Meanwhile, product quality (x1), customer trust (x2) and taste (x3) simultaneously have a significant and positive effect on customer satisfaction as proven by the anova test which shows the f test or simultaneously obtained a significance value of 0.000 or smaller than 0.05 ($0.000 < 0.05$).

Keywords: *product quality, customer trust, taste, customer satisfaction*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kepercayaan pelanggan dan cita rasa terhadap kepuasan pelanggan pada mixue bronggalan surabaya jenis penelitian yang digunakan adalah menggunakan metode penelitian kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh pelanggan mixue. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu random sumpling. Instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Sebagai instrumen, kuesioner harus memnuhi persyaratan utama, yaitu valid dan reliabel. Kuesioner ini nantinya di sebar secara manual ditempat penelitian. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa variabel kualitas produk (x1) berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan dibuktikan dengan uji t. Variabel kepercayaan pelanggan (x2) berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan dibuktikan dengan uji t. Variabel cita rasa (x3) berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan dibuktikan dengan uji t. Sedangkan kualitas produk (x1) kepercayaan pelanggan (x2) dan cita rasa (x3) secara simultan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan dibuktikan dengan uji anova yang menunjukkan uji f atau simultan diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 atau lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$).

Kata kunci : *kualitas produk, kepercayaan pelanggan, cita rasa, kepuasan pelanggan*

RINGKASAN

PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEPERCAYAAN PELANGGAN DAN CITA RASA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA MIXUE BRONGGALAN SURABAYA

Perkembangan industri minuman, seperti ice cream kini berlangsung dengan cepat di seluruh dunia. Hal ini terlihat dari berbagai varian ice cream unik yang tersedia sesuai dengan perkembangan zaman saat ini. Saat ini, persaingan di industri sangat tinggi, dengan banyak pesaing yang berlomba-lomba untuk menarik konsumen dengan produk berkualitas tinggi, menciptakan kepercayaan pelanggan dan menyajikan cita rasa yang istimewa. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk memahami perilaku konsumen dengan menghadirkan produk berkualitas tinggi, memberikan pelayanan yang memuaskan dan membangun kepercayaan pelanggan.

Jenis penelitian yang digunakan adalah menggunakan metode penelitian kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh pelanggan Mixue. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu random sampling. Instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Sebagai instrumen, kuesioner harus memenuhi persyaratan utama, yaitu valid dan reliabel. Kuesioner ini nantinya di sebar secara manual ditempat penelitian. Penelitian ini menggunakan metode analisis data berupa analisis regresi linier berganda. Sebelum dilakukan uji asumsi klasik (uji prasyarat analisis) terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heterokedastisitas.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa variabel kualitas produk (X1) berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan dibuktikan dengan uji T, nilai t hitung lebih besar dari pada t tabel yaitu sebesar 2,298 dengan nilai signifikansi sebesar 0,024 lebih kecil dari 0,05 ($0,024 < 0,05$).

Variabel kepercayaan pelanggan (X2) berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan dibuktikan dengan uji T, nilai t hitung lebih

besar dari pada t tabel yaitu sebesar 2,223 dengan nilai signifikansi sebesar 0,029 lebih kecil dari 0,05 ($0,029 < 0,05$)

Variabel cita rasa (X3) berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan dibuktikan dengan uji T, nilai t hitung lebih besar dari pada t tabel yaitu sebesar 3,683 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$).

Sedangkan kualitas produk (X1) kepercayaan pelanggan (X2) dan cita rasa (X3) secara simultan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan dibuktikan dengan uji ANOVA yang menunjukkan uji F atau simultan diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 atau lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$).

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------|
| LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI..... | III |
| LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI..... | IV |
| SURAT ANTI PLAGIASI | V |
| LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASIKARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS | vi |
| HALAMAN PERSEMBAHAN..... | VII |
| KATA PENGANTAR..... | VIII |
| ABSTRACT..... | X |
| ABSTRAK..... | XI |
| RINGKASAN..... | XII |
| DAFTAR ISI..... | XIII |
| DAFTAR GAMBAR..... | XVI |
| DAFTAR TABEL | XVII |
| DAFTAR LAMPIRAN | XVIII |
| BAB 1 PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Penelitian | 1 |
| 1.2 Perumusan Masalah..... | 3 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 4 |
| 1.4 Manfaat Penelitian..... | 4 |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA..... | 5 |
| 2.1 Landasan Teori..... | 5 |
| 2.1.1 MANAJEMEN PEMASARAN..... | 5 |
| 2.1.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran | 5 |
| 2.1.2 Kualitas Produk..... | 5 |
| 2.1.2.1 Pengertian Kualitas Produk..... | 6 |
| 2.1.2.2 Indikator Kualitas Produk | 7 |

| | |
|--|-----------|
| 2.1.3 KEPERCAYAAN PELANGGAN | 8 |
| 2.1.3.1 Pengertian Kepercayaan Pelanggan..... | 8 |
| 2.1.3.2 Indikator Kepercayaan Pelanggan | 9 |
| 2.1.4. CITA RASA..... | 9 |
| 2.1.4.1 Pengertian Cita Rasa..... | 9 |
| 2.1.4.2 Indikator Cita Rasa..... | 10 |
| 2.1.5 KEPUASAN PELANGGAN | 10 |
| 2.1.5.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan..... | 10 |
| 2.1.5.2 Indikator Kepuasan Pelanggan | 11 |
| 2.2 PENELITIAN TERDAHULU | 11 |
| 2.3 HUBUNGAN ANTAR VARIABEL | 14 |
| 2.3.1 Hubungan Variabel Kualitas Produk Dengan Kepuasan Pelanggan..... | 14 |
| 2.3.2 Hubungan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan | 14 |
| 2.3.3 Hubungan Variabel Cita rasa terhadap kepuasan pelanggan | 15 |
| 2.4 KERANGKA KONSEPTUAL | 15 |
| 2.5 HIPOTESIS | 16 |
| BAB III METODE PENELITIAN..... | 17 |
| 3.1 DESAIN PENELITIAN..... | 17 |
| 3.2 TEMPAT DAN WAKTU PENELITIAN | 17 |
| 3.2.1 Tempat Penelitian | 17 |
| 3.2.2 Waktu Penelitian..... | 17 |
| 3.3 JENIS DAN SUMBER DATA | 17 |
| 3.3.1 Jenis Data..... | 17 |
| 3.3.2 Sumber Data | 18 |
| 3.4 POPULASI DAN SAMPEL..... | 19 |
| 3.4.1 Populasi Penelitian | 19 |
| 3.4.2 Sampel Penelitian | 19 |
| 3.5 TEKNIK PENGUMPULAN DATA..... | 20 |
| 3.6 DEFINISI VARIABEL DAN DEFINISI OPERASIONAL..... | 21 |
| 3.6.1 Definisi Variabel..... | 21 |
| 3.6.2 Definisi Operasional Variabel | 23 |
| 3.7 PROSES PENGOLAHAN DATA..... | 25 |
| 3.8 METODE ANALISIS DATA DAN ANALISIS DATA | 26 |
| 3.8.1 Uji Validitas..... | 26 |

| | |
|---|-----------|
| 3.8.2 Uji Asumsi Klasik..... | 27 |
| 3.8.2.1 Uji Normalitas..... | 27 |
| 3.8.2.2 Uji Multikolonieritas..... | 27 |
| 3.8.2.3 Uji Heteroskedistisitas | 28 |
| 3.8.4 Analisis Regresi Linier Berganda | 28 |
| 3.8.2 Uji Reliabilitas | 28 |
| 3.9 TEKNIK PENGUJIAN HIPOTESIS | 29 |
| 3.9.1 Uji F..... | 29 |
| 3.9.2 Uji T..... | 29 |
| 3.9.3 Koefisien Determinasi (R^2)..... | 30 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 31 |
| 4.1 GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN | 31 |
| 4.2 DESKRIPSI HASIL PENELITIAN..... | 31 |
| 4.2.1 Deskripsi Berdasarkan Karakteristik Responden | 31 |
| 4.2.2 Deskripsi Berdasarkan Jenis Kelamin | 32 |
| 4.2.3 Deskripsi Berdasarkan Umur..... | 32 |
| 4.2.4 Deskripsi Berdasarkan Pekerjaan | 33 |
| 4.2.5 Deskripsi Berdasarkan Kualitas Produk (X_1)..... | 33 |
| 4.2.6 Deskriptif Berdasarkan Variabel Kepercayaan Pelanggan | 34 |
| 4.2.7 Deskriptif Berdasarkan Variabel cita rasa..... | 35 |
| 4.2.7 Deskriptif Berdasarkan Variabel kepuasan Pelanggan | 36 |
| 4.3 UJI INSTRUMEN..... | 37 |
| 4.3.1 Uji Validitas..... | 37 |
| 4.3.2 Uji Reabilitas | 39 |
| 4.4 ANALISIS DATA | 40 |
| 4.4.1 Uji Normalitas | 40 |
| 4.4.2 Uji Multikolinieritas | 41 |
| 4.4.3 Uji Heteroskedastisitas..... | 41 |
| 4.5 ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA..... | 42 |
| 4.6 PENGUJIAN HIPOTESIS | 43 |
| 4.6.1 Uji F (Simultan)..... | 44 |
| 4.6.2 Uji T (Parsial) | 44 |
| 4.6.3 koefisien Determinasi (R^2)..... | 46 |

| | |
|--|----|
| 4.7 PEMBAHASAN HASIL TEMUAN PENELITIAN | 46 |
| 4.8 IMPLIKASI PENELITIAN | 48 |
| 4.8 KETERBATASAN PENELITIAN | 49 |
| BAB V PENUTUP | 51 |
| 5.1 KESIMPULAN | 51 |
| 5.2 SARAN..... | 51 |
| DAFTAR PUSTAKA | 53 |
| DAFTAR LAMPIRAN | 57 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 1. 1 Perkembangan Warabala di Indonesia..... | 2 |
| Gambar 2.1 Kerangka Hipotesis 1 | 15 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 4. 1 Deskripsi Jenis Kelamin Responden | 32 |
| Tabel 4. 2 Deskripsi Umur Responden..... | 32 |
| Tabel 4. 3 Deskripsi Pekerjaan Responden | 33 |
| Tabel 4. 4 Interval Penilaian Skala Likert | 33 |
| Tabel 4. 5 Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X1) | 34 |
| Tabel 4. 6 Analisis Deskriptif Variabel Kepercayaan Pelanggan (X2)..... | 35 |
| Tabel 4. 7 Analisis Deskriptif Variabel Cita Rasa (X3) | 36 |
| Tabel 4. 8 Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)..... | 36 |
| Tabel 4. 9 Hasil Uji validitas Variabel Kualitas Produk (X1) | 38 |
| Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan Pelanggan (X2) | 38 |
| Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Variabel Cita Rasa (X3) | 38 |
| Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) | 39 |
| Tabel 4. 13 Hasil Uji Reabilitas Variabel Penelitian..... | 39 |
| Tabel 4. 14 Hasil Uji Normalitas | 40 |
| Tabel 4. 15 Hasil Uji Multikolinieritas | 41 |
| Tabel 4. 16 Hasil Uji Heteroskedastisitas | 42 |
| Tabel 4. 17 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda..... | 42 |
| Tabel 4. 18 Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)..... | 44 |
| Tabel 4. 19 Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji T) | 45 |
| Tabel 4. 20 Hasil uji hipotesis koefisien determinasi (adjusted R ²) | 46 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|----|
| Lampiran 1 Kuesioner | 57 |
| Lampiran 2 Tabulasi Kuesioner | 60 |
| Lampiran 3 Tabel Nilai Kritis Distribusi T..... | 72 |
| Lampiran 4 Deskriptif Berdasarkan Karakteristik Responden | 72 |
| Lampiran 5 Deskriptif Berdasarkan Rata-rata Jawaban Variabel..... | 73 |
| Lampiran 6 Uji instrumen..... | 75 |
| Lampiran 7 Uji Asumsi Klasik | 80 |

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEPERCAYAAN
PELANGGAN DAN CITA RASA TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PADA MIXUE BRONGGALAN SURABAYA**



Oleh :

VIKY ARDILA
NBI : 1212000071

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2024