

SKRIPSI

PENGARUH INOVASI PRODUK, KUALITAS LAYANAN, DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN WARKOP LANGGANO DI MOJOAGUNG JOMBANG



Oleh :

ANGGI SETIA NINGRUM
NBI: 1212000247

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

2024

SKRIPSI

**PENGARUH INOVASI PRODUK, KUALITAS LAYANAN, DAN LOKASI
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN WARKOP LANGGANO DI
MOJOAGUNG JOMBANG**



Di Ajukan Oleh:
ANGGI SETIA NINGRUM
NBI: 1212000247

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

**PENGARUH INOVASI PRODUK, KUALITAS LAYANAN, DAN LOKASI
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN WARKOP LANGGANAN DI
MOJOAGUNG JOMBANG**

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi persyaratan mendapatkan gelar sarjana Ekonomi Program
Studi Manajamen Ekonomi dan Bisnis

Oleh:

ANGGI SETIA NINGRUM

NBI: 1212000247

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

2024

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

Nama Lengkap : Anggi Setia Ningrum
NBI : 1212000247
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Layanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Warkop Langgano di Mojoagung Jombang.

Surabaya, 10 Juni 2024
Mengetahui / Menyetujui Pembimbing,



Drs. Ec. Sigit Santoso, M.M.

LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI

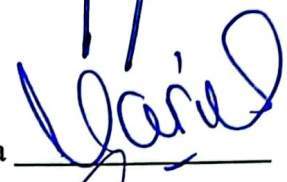
Dipertahankan di depan sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar sarjana Ekonomi pada tanggal 20 Juni 2024

TIM PENGUJI

1. Dr. Ida Bagus Cempena, M.M.

- Ketua 

2. Dra. Ec. Dyah Rini Prihastuty, M.M.

-Anggota 

3. Drs. Ec. Sigit Santoso, M.M.

-Anggota 

Mengesahkan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Dekan,



SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT

Saya, yang bertanda tangan dibawah ini:

1. Nama Lengkap : Anggi Setia Ningrum
2. NBI : 1212000247
3. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
4. Program Studi : Manajemen
5. NIK : 3517026305020002
6. Alamat Rumah : Dsn. Gempolan, Ds Gempollegundi, Kec. Gudo, Kab. Jombang.

Dengan ini menyatakan skripsi yang berjudul :

“Pengaruh Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Layanan, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Warkop Langgano di Mojoagung Jombang” adalah benar-benar hasil rancangan, tulisan dan pemikiran saya sendiri, dan bukan merupakan hasil 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 kemudian hari ternyata terbukti bahwa skripsi yang saya tulis adalah hasil plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi apapun atas perbuatan saya dan bertanggung jawab secara mandiri tanpa ada sangkut pautnya dengan Dosen Pembimbing dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Surabaya, 10 Juni 2024

Yang membuat



(Anggi Setia Ningrum)



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN

Jl. Semolowaru 45 Surabaya

Tlp. 031 593 1800 (ex.311)

Email: perpus@untag-sby.ac.id

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

~~Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang~~
bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Anggi Setia Ningrum

NBI : 1212000247

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Jenis Karya : Skripsi

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 Inovasi Produk, Kualitas Layanan, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Warkop Langgano di Mojoagung Jombang”

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 : 25 Juli 2024

Yang Menyatakan


31B4DALX194430199
(Anggi Setia Ningrum)

KATA PERSEMBAHAN DAN MOTTO

KATA PERSEMBAHAN

“Karya kecil ini saya persembahkan kepada kedua orang tua saya, Bapak Suroso dan Ibu Sriwiningsih yang telah merawat dan mendidik dengan penuh kasih sayang dengan pengorbanan yang ikhlas, mencurahkan segenap jiwa dan raga, memberikan kepercayaan, serta senantiasa berdoa untuk keberhasilan saya.”

MOTTO

“Jika kamu merasa ingin menyerah, ingatlah mengapa kamu berusaha begitu lama”
(Antonie Griezmann)

“Keberhasilan bukanlah milik orang pintar, keberhasilan milik mereka yang
senantiasa berusaha”
(B. J. Habibie)

“work until you don’t have to introduce yourself”

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT berkat Rahmat, Hidayah, dan Karunia-Nya kepada penulis, memberikan kesehatan, kemudahan serta melapangkan pemikiran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pengaruh Inovasi, Kualitas Layanan, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Warkop Langgano di Mojoagung Jombang" ini dapat dikerjakan dan disusun sebaik mungkin. Penyusunan skripsi ini dilaksanakan sebagai pemenuhan kewajiban menyelesaikan tugas akhir untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terlaksana tanpa adanya dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, baik langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi:

1. Bapak Drs. Ec. Sigit Santoso, MM selaku dosen pembimbing tugas akhir, terimakasih atas bimbingan, kritik dan saran, dukungan, ilmu, serta selalu meluangkan waktu disela kesibukan selama proses pengerjaan tugas akhir. Semoga jerih payah bapak dibalas Allah SWT dan selalu diberikan kesehatan.
2. Prof. Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPAL selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menuntut ilmu dan menyelesaikan pendidikan Program Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomidan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Prof. Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Terimakasih telah memberikan kesempatan kepada penulis selama menempuh proses perkuliahan pada pendidikan Program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi Bisnis.
4. Ibu Dr. Ulfi Pristiana, M.S selaku Ketua Program Studi Manajemen, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Terimakasih telah memberikan kesempatan penulis untuk menyelesaikan tugas akhir dengan tepat waktu dan banyak membantu kelancaran proses perkuliahan penulis.
5. Bapak Dr. Ida Bagus Campena, M.M. dan Bapak Drs. Ec. Istiono, MBA selaku dosen penguji dalam seminar proposal. Serta kepada tim dosen penguji dalam ujian skripsi Bapak Dr.Ida Bagus Cempena, M.M. dan Ibu Dra. Ec. Dyah Rini Prihastuty, M.M. Terimakasih telah memberikan kritik dan saran, dukungan, ilmu, dan meluangkan waktu disela kesibukan selama proses pengerjaan tugas akhir. Semoga jerih payah bapak dan ibu dibalas Allah SWT dan selalu diberikan kesehatan.
6. Seluruh staff dan Karyawan Tata Usaha di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah banyak mendukung dan

- membantu penulis dari awal perkuliahan hingga ujian skripsi ini.
7. Orang tua penulis yang sangat dicintai dan dibanggakan. Bapak Suroso dan Ibu Sriwiningsih yang tiada hentinya selalu memberikan dorongan, doa, dukungan, semangat serta motivasi tiada henti dari beliau sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini hingga selesai dan dapat menyelesaikan pendidikan sampai sarjana. Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya, karena tanpa doa dan dukungan dari beliau saya tidak mungkin sampai di titik ini.
 8. Kedua saudara saya Andri Susanto dan Anita Rahmawati, dengan tulus dan penuh rasa syukur penulis mengucapkan terima kasih telah menjadi seorang yang berjasa setelah bapak dan ibu, terima kasih atas semua saran dan motivasi yang telah diberikan selama ini.
 9. Kepada kakak ipar saya Siti Nur Komariah terima kasih untuk mengucapkan telah memberikan perhatian dan doa nya. Serta kepada Nara, Jendra dan Padma yang selalu memotivasi saya menyelesaikan skripsi ini.
 10. Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada Latifa, Yahya, Riki, Silvia dan Nuris yang telah membersamai penulis selama masa perkuliahan serta membantu penulis dalam proses penyusunan skripsi dari awal hingga akhir.
 11. Kepada sahabat saya Galuh, Diah, dan Sofi terima kasih atas dukungan, dorongan, support, dan motivasinya selama ini.
 12. Kepada diri saya sendiri, Anggi Setia Ningrum. Terima kasih atas segala kerja kerasnya, terima kasih telah bertahan sampai detik ini.
 13. Semua pihak yang membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, yang tidak dapat sebutkan satu persatu.

Dengan segala kelebihan serta kekurangan yang ada, saya menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam skripsi ini, Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan khususnya bagi Jurusan Manajemen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Surabaya 23 Juli 2024

Anggi Setia Ningrum

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis apakah Inovasi Produk, Kualitas Layanan, dan Lokasi berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini dilakukan pada Konsumen Warkop Langgano setidaknya minimal sudah berkunjung sebanyak 2 kali. Dengan jumlah sampel 100 responden yang dikumpulkan menggunakan kuesioner dan teknik analisis yang digunakan adalah Uji Validitas, Uji Reliabilitas, dan Uji Regresi Linier Berganda dengan SPSS 27.

Hasil dari penelitian ini Inovasi Produk, Kualitas Layanan dan Lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Warkop Langgano, Inovasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Warkop Langgano Mojoagung, Kualitas Layanan berpengaruh positif berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Warkop Langgano Mojoagung, Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Warkop Langgano Mojoagung.

Kata Kunci: Inovasi Produk, Kualitas Layanan, dan Lokasi, Minat Beli

ABSTRACT

This research aims to analyze whether product innovation, service quality and location have an effect on consumer satisfaction, either partially or simultaneously. This research was conducted on Warkop Langgano consumers who had visited at least 2 times. With a sample size of 100 respondents collected using a questionnaire and the analysis techniques used were Validity Test, Reliability Test, and Multiple Linear Regression Test with SPSS 27.

The results of this research: Product Innovation, Service Quality and Location simultaneously have a significant effect on Consumer Satisfaction at Warkop Langgano, Product Innovation has a positive and significant effect on Consumer Satisfaction at Warkop Langgano Mojoagung, Service Quality has a positive effect on Consumer Satisfaction at Warkop Langgano Mojoagung, Location has a positive effect and significant impact on consumer satisfaction at Warkop Langgano Mojoagung.

Keywords: *Product Innovation, Service Quality and Location, Purchase Intention*

RINGKASAN

Kebiasaan menikmati kopi telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sejak zaman dahulu. Namun, di era modern ini minum kopi telah mengalami perluasan peran, tidak sekedar sebagai sumber kenikmatan, tetapi juga sebagai alat untuk berkomunikasi. Perubahan zaman dan tradisi telah mempengaruhi kebiasaan, dengan generasi muda mulai menikmati kopi sebagai cara untuk bersosialisasi. Hal ini tercermin dari pertumbuhan gerai kopi modern, atau yang sering disebut *café*. Warkop Langgano merupakan sebuah gerai kopi modern yang mengusung konsep “ngopi tenang dirumah dengan nuansa desa”. Terletak cukup pinggir dari pusat kota Jombang tetapi mereka tetap bisa bersaing dengan *café-café* yang berada dipusat kota. Achamad Saifulloh memilih kata “warkop” untuk gerainya ini karena menurutnya itu terdengar mudah dan lebih bermasyarakat daripada dengan kata *café*, meskipun design tempat mereka merupakan design *café-café* modern pada umumnya. Warkop Langgano ini terkenal dengan cita rasanya yang otentik dan kualitas layanan dan tempat yang nyaman.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Layanan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Warkop Langgano di Mojoagung Jombang. Dengan jumlah sampel 100 responden yang dikumpulkan dengan menggunakan Kuisioner dan teknik analisis yang digunakan adalah uji deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji regresi linear berganda dengan SPSS 27. Waktu dari penelitian ini yaitu dari April – Mei 2024. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif.

Hasil penelitian ini adalah Inovasi Produk, Kualitas Layanan, dan Lokasi simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Warkop Langgano di Mojoagung Jombang dilihat dari nilai $F_{hitung} > f_{tabel}$ yaitu $122.344 > 2.70$. Variabel Inovasi Produk berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Warkop Langgano di Mojoagung Jombang hal ini dilihat dari nilai t_{hitung} lebih dari nilai t_{table} ($8.003 > 1.661$) dengan tingkat signifikan $0.001 < 0.05$. Variabel Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen Warkop Langgano di Mojoagung Jombang hal ini dilihat dari nilai t_{tabel} ($2.381 > 1.661$) dengan tingkat signifikan $0.019 < 0.05$. variabel Kualitas Lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Warkop Langgano di Mojoagung Jombang hal ini dilihat dari nilai t_{tabel} ($2.001 > 1.661$) dengan tingkat signifikan $0.04 < 0.05$.

SUMMARY

The habit of enjoying coffee has been an inseparable part of life since ancient times. However, in this modern era drinking coffee has experienced an expanded role, not just as a source of enjoyment, but also as a tool for communication. Changing times and traditions have influenced habits, with the younger generation starting to enjoy coffee as a way to socialize. This is reflected in the growth of modern coffee outlets, or what are often called cafés. Warkop Langgano is a modern coffee shop that carries the concept of "quiet coffee at home with a village feel". Located quite on the edge of Jombang city center but they can still compete with cafes in the city center. Achamad Saifulloh chose the word "warkop" for his outlet because he thought it sounded easier and more social than the word café, even though the design of their place is the design of modern cafes in general. Warkop Langgano is famous for its authentic coffee taste and quality service and comfortable place.

This research aims to test and analyze the influence of product innovation and location service quality on consumer satisfaction at Warkop Langgano in Mojoagung Jombang. With a sample size of 100 respondents collected using a questionnaire and the analysis techniques used were descriptive tests, validity tests, reliability tests, multiple linear regression tests with SPSS 27. The time of this research is from April - May 2024. This type of research is quantitative.

The results of this research are that product innovation, service quality and location simultaneously have a significant effect on consumer satisfaction at Warkop Langgano in Mojoagung Jombang as seen from the calculated F value $> f$ table, namely $122,344 > 2.70$. The Product Innovation variable has a significant positive effect on Consumer Satisfaction at Warkop Langgano in Mojoagung Jombang, this can be seen from the calculated t value which is more than the t table value ($8.003 > 1.661$) with a significance level of $0.001 < 0.05$. The Service Quality variable has a positive effect on Warkop Langgano Consumer Satisfaction in Mojoagung Jombang, this can be seen from the t table value ($2.381 > 1.661$) with a significant level of $0.019 < 0.05$. The Location Quality variable has a significant positive effect on Warkop Langgano Consumer Satisfaction in Mojoagung Jombang, this can be seen from the t table value ($2.001 > 1.661$) with a significance level of $0.04 < 0.05$.

DAFTAR ISI

COVER LUAR.....	i
COVER DALAM	ii
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI.....	iv
SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT	v
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	vi
KATA PERSEMBAHAN DAN MOTTO	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK	x
<i>ABSTRACT</i>	xi
RINGKASAN	xii
<i>SUMMARY</i>	xiii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan 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 Pemasaran.....	5
2.1.2 Manajemen Pemasaran	5

2.1.3 Bauran Pemasaran	6
2.1.4 Perilaku Konsumen	7
2.1.5 Inovasi Produk.....	7
2.1.5.1 Dimensi Inovasi Produk	8
2.1.5.2 Indikator Inovasi Produk.....	8
2.1.6 Kualitas Layanan	9
2.1.6.1 Dimensi Kualitas Layanan	9
2.1.6.2 Indikator Kualitas Layanan	10
2.1.7 Lokasi	10
2.1.7.1 Indikator Lokasi	11
2.1.8 Kepuasan Konsumen	11
2.1.8.1 Dimensi Kepuasan Konsumen	11
2.1.8.2 Indikator Kepuasan Konsumen	12
2.2 Penelitian Terdahulu	12
2.3 Hubungan Antar Variabel	15
2.3.1 Hubungan antara Inovasi Produk terhadap Kepuasan Konsumen.....	15
2.3.2 Hubungan antara Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen	16
2.3.3 Hubungan antara Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen.....	16
2.4 Kerangka Konseptual	17
2.5 Hipotesis Penelitian.....	18
BAB III METODE PENELITIAN	19
3.1 Desain Penelitian.....	19
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	19
3.3 Jenis dan Sumber Data	19
3.3.1 Jenis Data.....	19
3.3.2 Sumber Data	19
3.4 Populasi dan Sampel	20
3.5 Teknik Pengumpulan Data	21

3.6	Definisi Variabel dan Definisi Oprasional	21
3.6.1	Definisi Variabel	21
3.6.2	Definisi Oprasional.....	22
3.7	Proses Pengelolaan Data	23
3.8	Metode Analisis.....	23
3.8.1	Uji Instrumen.....	23
3.8.2	Uji Asumsi Klasik	24
3.9	Teknik Pengujian Hipotesis	25
3.9.1	Uji Parsial (Uji T).....	25
3.9.2	Uji Simultan (Uji F).....	25
3.9.3	Analisis Data	26
3.9.3.1	Analisis Linear Berganda	26
3.9.3.2	Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	26
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	27
4.1	Gambaran Umum Perusahaan	27
4.1.1	Sejarah Warkop Langgano	27
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian	28
4.2.1	Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Asal.	28
4.2.2	Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.	28
4.2.3	Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Konsumen Warkop Langgano.	29
4.2.4	Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Konsumen Warkop Langgano.	29
4.2.5	Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Minimal Kedatangan di Warkop Langgano.	30
4.3	Deskripsi Jawaban Responden.	30
4.3.1	Hasil Analisis Deskriptif Variabel Inovasi Produk (X1).....	31
4.3.2	Hasil Analisi Deskriptif Variabel Kualitas Layanan (X2).....	32
4.3.3	Hasil Analisis Deskriptif Variabel Lokasi (X3)	33

4.3.4 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen (Y)	34
4.4 Uji Instrument Validitas dan Reliabilitas	36
4.4.1 Uji Validitas.....	36
4.4.2 Uji Reliabilitas.....	37
4.5 Uji Asumsi Klasik	38
4.5.1 Uji Normalitas	38
4.5.2 Uji Multikolinearitas	39
4.5.3 Uji Heterokedastisitas.....	39
4.6 Teknik Analisis Data	40
4.6.1 Analisi Linear Regresi Berganda.....	40
4.6.2 Uji Determinasi (R^2) model summary	42
4.7 Pengujian Hipotesis.....	42
4.7.1 Uji F (Simultan).....	42
4.7.2 Uji T (Uji Parsial).....	43
4.8 Pembahasan Hasil Penelitian	44
4.8.1 Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kepuasan Konsumen Warkop Langgano di Mojoagung Jombang.	44
4.8.2 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen Warkop Langgano di Mojoagung Jombang.	45
4.8.3 Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen Warkop Langgano di Mojoagung Jombang.	46
4.9 ImPlikasi Penelitian.....	46
4.10 Keterbatasan Penelitian	47
BAB V PENUTUP	49
5.1 Simpulan	49
5.2 Saran.....	49
DAFTAR PUSTAKA.....	51
LAMPIRAN.....	53

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skala Likert	23
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Daerah Asal Konsumen Warkop Langgano.	28
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	29
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Usia.....	29
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	30
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Minimal Kedatangan.	30
Tabel 4.6 Skala Mean.....	31
Tabel 4.7 Deskripsi Variabel Inovasi Produk (X1).....	31
Tabel 4.8 Deskripsi Kualitas Layanan (X2).....	32
Tabel 4.9 Deskripsi Variabel Lokasi (X3)	33
Tabel 4.10 Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen (Y)	35
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas.....	36
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas	38
Tabel 4.13 Uji Normalitas.....	38
Tabel 4.14 Uji Multikolinearitas	39
Tabel 4.15 Analisis Regresi Linear Berganda.....	41
Tabel 4.16 Uji Determinasi R^2	42
Tabel 4.17 Uji F	43
Tabel 4.18 Uji T	43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	17
Gambar 4.1 Logo Warkop Langgano.....	27
Gambar 4.2 Uji Heterokedasitsitas.....	40

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Identifikasi Responden dan Pernyataan	53
Lampiran 2 Kuesioner	58
Lampiran 3 Hasil Uji SPSS	65
Lampiran 4 tabel t	73
Lampiran 5 Surat Izin Penelitian	74
Lampiran 6 Foto Objek Warkop Langgano Mojoagung Jombang	75
Lampiran 7 Kartu Bimbingan Skripsi	80
Lampiran 8 Hasil Turniti	81