

**LAPORAN KEMAJUAN  
PENELITIAN DOSEN PEMULA**



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN  
KONSUMEN PADA DEPOT AIR MINUM BENING SALMA  
DI PAYAMAN SOLOKURO LAMONGAN**

**Tahun Ke 1 dari Rencana 1 Tahun**

**TIM PENGUSUL:**

**ADI LUKMAN HAKIM, SE., M.M (0709059203)**  
**ERNA NUR FAIZAH, SE., M.M (0709077601)**  
**AGUS ARIF PRIYANTO (1901010031)**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH LAMONGAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
PROGRAM STUDI S1 AKUNTANSI**

**2020**

**HALAMAN PENGESAHAN  
PENELITIAN DOSEN PEMULA**

Judul Penelitian : Pengaruh Pelayanan Kualitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Depot Air Minum Bening Salma di Payaman Solokuro Lamongan

Bidang Penelitian : Pelayanan terhadap konsumen

Ketua Peneliti

a. Nama Lengkap : Adi Lukman Hakim, SE., M.M

b. NIDN : 0709059203

c. Jabatan Fungsional : Tenaga pendidik

d. Program Studi : Manajemen

e. Nomor HP : 085330932027

f. Alamat surel (email) : [adilukmanhakim@umla.ac.id](mailto:adilukmanhakim@umla.ac.id)

Anggota Peneliti (1)

a. Nama Lengkap : Erna Nur Faizah, SE., M.M

b. NIDN : 0718107902

c. Fakultas/prodi : FEB/ Manajemen

Anggota Peneliti (2)

a. Nama Lengkap : Agus Arif Priyanto

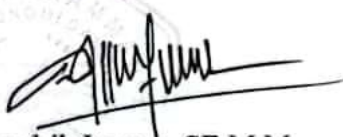
b. NIM : 1901010031

c. Fakultas/Prodi : FEB/ Manajemen


Biaya Peneliti : Rp 3.000.000

Lamongan, 02 Januari 2020

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ilmu Ekonomi

  
Hendrik Irawan, SE.M.M  
NIDN. 9907000243

Ketua Peneliti

  
Adi Lukman Hakim, SE., M.M  
NIDN 0709059203

Menyetujui  
LPPM

  
Abdul Rokhman, S.Kep.Ns.  
M.Kes.  
NIDN 0720108801



## RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Bening Salma Payaman Solokuro Lamongan. Dalam penelitian ini kualitas pelayanan meliputi bukti langsung, daya tanggap, jaminan keandalan dan empati. Populasi Penelitian ini adalah konsumen Bening Salma Payaman Solokuro Lamongan dengan Sampel Sebanyak 100 Responden. Penelitian ini akan melihat apakah ada pengaruh kualitas pelayanan secara signifikan terhadap kepuasan konsumen Bening Salma Solokuro Lamongan.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner, wawancara dan observasi yang dilakukan pada bulan Februari 2019 hingga Juli 2019. Teknik pengambilan sampel yang digunakan *Skala Likert* dimana semua data dianalisis dengan mendeskripsikan hasil dari kuesioner, Uji validitas, Uji reabilitas, Analisis regresi sederhana, koefisien determinasi  $R^2$  dan uji t. Hasil uji hipotesis yang dirumuskan tingkat kepercayaan 95% nilai probabilitas ( $\alpha$ ) 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Dan bisa dilihat dari  $T_{hitung} > T_{tabel}$  yaitu  $5,306 > 1,98447$ , yang berarti  $T_{hitung}$  lebih besar dari  $T_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Sehingga dapat disimpulkan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Dari hasil Pengujian Hipotesis bahwa hasil dari perhitungan dari uji t bahwa di peroleh  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dengan persamaan  $n - k - 1 ; \alpha / 2 = 100 - 1 - 1 ; 0,05 / 2 = 98 ; 0,025 = 1,98447$  pada signikan 95% Dengan demikian dari variabel yang ada di ketahui  $t_{hitung} 5,306 > t_{tabel} 1,98447$  dan Sig.  $0,000 < 0,05$ , maka  $H_0$  di tolak dan  $H_a$  diterima, artinya secara parsial ada pengaruh dari variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.

## **PRAKATA**

Puji syukur kehadirat Allah SWT, karena atas rahmat, taufiq dan hidayahnya, sehingga penullis dapat menyampaikan proposal penelitian ini dengan judul “Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada depot air minum bening salma di Payaman Solokuro Lamongan” hasil penelitian ini disusun dengan melibatkan banyak pihak, oleh karena itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak atas kerjasamanya dalam penyusunan hasil penelitian ini, yaitu :

1. Hendrix Irawan, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Lamongan, yang telah memberikan persetujuan dan fasilitas kegiatan penelitian melalui LPPM yang terus semakin berkembang.
2. Abdul Rohman, S.Kep. Ns. M.Kep., selaku Ketua LPPM Universitas Muhammadiyah Lamongan yang telah mengkoordinasi dan sebagai penanggung jawab kegiatan penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan hasil penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan, maka segala saran dan kritik yang bersifat membangun dari semua pihak sangat penulis harapkan.

Harapan penulis, penelitian ini dapat bermanfaat untuk semua pihak. Akhirnya penulis mohon maaf yang sebesar-besarnya jika ada kesalahan selama penyusunan hasil penelitian ini.

Lamongan, 02 Januari 2020

Penulis

## DAFTAR ISI

COVER.....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
RINGKASAN.....	iii
PRAKATA.....	ivv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR .....	viii
GAMBAR TABEL.....	viii
DAFTAR GRAFIK.....	ix
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Urgensi Penelitian.....	2
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA .....	3
2.1 Landasan Teori .....	3
2.1.1 Kepuasan .....	3
2.1.2 Konsumen.....	4
2.1.3 Pengambilan keputusan .....	5
2.1.4 Pemasaran.....	5
2.1.5 Pengertian jasa.....	6
2.2 Kerangka Pemikiran .....	8
BAB 3 TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN .....	9
3.1 Tujuan.....	9
3.2 Manfaat Penelitian.....	9
BAB 4 METODE PENELITIAN .....	10
4.1 Gambaran populasi objek penelitian .....	10
4.2 Populasi dan sampel .....	10

4.3 Alur penelitian .....	11
<b>BAB 5 HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI .....</b>	<b>13</b>
5.1 Hasil.....	13
5.2 Karakteristik Responden.....	23
5.3 Deskripsi Penelitian .....	26
<b>BAB 6 RENCANA TAHAPAN BERIKUTNYA.....</b>	<b>30</b>
6.1 Rencana Tahapan Berikutnya .....	30
<b>BAB 7 KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>31</b>
7.1 Kesimpulan.....	31
7.2 Saran .....	31
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>33</b>
Lampiran 1. Justifikasi Anggaran Penelitian .....	36
Lampiran 2. Realisasi Anggaran Penelitian Tahap Pertama.....	38
Lampiran 3. Susunan Organisasi dan Pembagian Tugas Tim Peneliti .....	40
Lampiran 4. Biodata Ketua dan Anggota .....	41

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	8
Gambar 5.1 Struktur Organisasi .....	14

## **GAMBAR TABEL**

Tabel 4.3 Alur Penelitian .....	11
Tabel 5.1 Responden menurut jenis kelamin .....	23
Tabel 5.2 Responden menurut umur .....	24
Tabel 5.3 Responden menurut berkunjung di bening salma .....	25
Tabel 5.4 Hasil skor kuesioner kualitas pelayanan (x) .....	26
Tabel 5.5 Hasil skor kuesioner kepuasan konsumen (y).....	29
Tabel 5.6 Rencana tahapan berikutnya .....	30



## **DAFTAR GRAFIK**

Grafik 5.1 Responden berdasarkan jenis kelamin.....	24
Grafik 5.2 Responden berdasarkan umur.....	25
Grafik 5.3 Responden berdasarkan berkunjung di bening salma .....	26

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pada dekade terakhir, peningkatan kualitas jasa yang ditawarkan semakin mendapatkan banyak perhatian dibidang perdagangan. Hal ini disebabkan karena meningkatnya intensitas persaingan dan jumlah pesaing sehingga menuntut para pengusaha dagang untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen serta berusaha memenuhi harapan konsumen dengan cara memberikan pelayanan yang lebih memuaskan dari pada yang telah dilakukan oleh pesaing. Dengan demikian, hanya usaha dagang yang pelayanan berkualitas yang dapat bersaing dan menguasai pasar.

Kualitas pelayanan dapat digunakan sebagai alat untuk mencapai keunggulan kompetitif. Dengan adanya peningkatan kualitas pelayanan yang baik maka dapat di harapkan menimbulkan loyalitas konsumen, kemungkinan besar menarik konsumen baru. Konsumen yang loyal pada suatu produk dapat diartikan konsumen tersebut merasa terpuaskan sehingga melakukan pembelian lebih dari sekali. Hal itu sangat menguntungkan pengusaha usaha dagang tersebut, karena melalui terpuasnya kebutuhan konsumen, konsumen tidak akan beralih ke tempat usaha yang sejenis dan adanya konsumen yang loyal maka mereka bisa melakukan promosi secara langsung kepada orang lain yang ditawarkan sehingga mereka tertarik membeli produk dari perusahaan tersebut.

Implementasi kualitas yang dilakukan oleh suatu usaha dagang yang bergerak di bidang pelayanan adalah dengan memberikan kualitas pelayanan yang terbaik bagi konsumen dengan tujuan untuk menciptakan kepuasan konsumen. Kualitas yang diberikan oleh suatu usaha dagang, Akan menimbulkan persepsi konsumen terhadap kualitas yang diberikan kepadanya. Untuk mengetahui apakah usaha dagang tersebut telah memberikan kualitas yang sesuai dengan harapan konsumen, maka perlu dilakukan evaluasi dari konsumennya.

Kualitas pelayanan dalam suatu perusahaan jasa meliputi lima dimensi dimana kelima dimensi tersebut menurut Parasuraman meliputi keandalan, berwujud, daya tanggap, jaminan dan empati. Untuk menghadapi persaingan usaha dagang tersebut harus membangun strategi pemasaran yang tangguh, dengan memperhatikan tingkat persaingan dan potensi pelanggan. Masyarakat saat ini semakin kritis dalam memilih, menciptakan kepuasan konsumen melalui pemberian pelayanan dengan kualitas yang baik dibandingkan para pesaing merupakan salah satu cara yang ditempuh. Kualitas dapat diukur dari kemampuan usaha dagang dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Kualitas ini diberikan melalui pelayanan pada mutu tingkat pelayanan yang dapat diterima dan menciptakan nilai bagi konsumen serta menghasilkan profit bagi para pengusaha dagang. Pada saat ini usaha dagang tanpa pelayanan yang berkualitas tinggi maka akan ditinggalkan oleh para konsumennya, secara langsung pula berakibat pada penurunan omset pada usaha dagang tersebut.

Peranan air minum semakin besar, hal ini terlihat dengan semakin bertambahnya jumlah air minum isi ulang dimana-mana. Maka persaingan sesama perusahaan air minum isi ulang semakin tajam. Peningkatan penduduk yang dibarengi dengan meningkatnya kebutuhan hidup memberikan lapangan pekerjaan atau bisnis baru. Salah satu contoh bisnis yang mempunyai prospek yang baik adalah bisnis dalam bidang penjualan air minum.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk mrngadakan penelitian tentang “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA DEPOT AIR MINUM BENING SALMA DI PAYAMAN SOLOKURO LAMONGAN ”

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka permasalahan yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

Apakah kualitas pelayanan mempengaruhi secara signifikan terhadap kepuasan konsumen air minum Bening Salma di Payaman?

### **1.3 Urgensi Penelitian**

Penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pola pikir masyarakat mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada depot air minum Bening Salma Di Payaman Solokuro Payaman.

## **BAB 2**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Landasan Teori**

##### **2.1.1 Kepuasan**

Menurut pakar pemasaran Kotler dan Keller (2007), bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipresepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Apabila kinerja berada diatas persepsi konsumen, maka konsumen akan sangat puas dan demikian pula sebaliknya apabila kinerja yang ada berada dibawah persepsi konsumen, maka konsumen akan kecewa.

Sedangkan menurut Zeitham dan Biltner, kepuasan adalah konsep yang jauh lebih luas dari hanya sekedar penilaian kualitas pelayanan, namun juga dipengaruhi oleh faktor-faktor lain:

1. Kualitas pelayanan atau jasa, yaitu konsumen akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
2. Kualitas produk, yaitu konsumen akan merasa puas apabila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
3. Harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumen.
4. Faktor situasi, yaitu keadaan atau kondisi yang dialami oleh konsumen.
5. Faktor pribadi dari konsumen, yaitu karakteristik konsumen yang mencakup kebutuhan pribadi.

Setiap perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada konsumennya berusaha untuk memenuhi keinginan dan harapan pelanggannya. Kepuasan konsumen sesudah pembelian tergantung dari kinerja penawaran dibandingkan dengan harapan.

Hal tersebut ditambahkan kembali oleh Kotler dan Keller (2007) yaitu konsumen yang sangat puas biasanya akan tetap setia untuk waktu yang lebih lama, membeli lagi ketika perusahaan memperkenalkan produk baru dan memperbaharui

produk yang lama, membicarakan hal-hal baik tentang perusahaan dan produknya kepada orang lain dan tidak terlalu sensitif terhadap harga. Namun sebaliknya apabila konsumen kecewa dapat membawa dampak negatif bagi perusahaan yaitu menurunkan jumlah konsumen karena konsumen tidak tertarik lagi untuk menggunakan jasa maupun produk suatu perusahaan sehingga akan berdampak pada penurunan laba.

### **2.1.2 Konsumen**

Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Jika tujuan pembelian produk tersebut untuk dijual kembali, maka disebut pengecer atau distributor.

Menurut Kotler (2000), konsumen didefinisikan sebagai individu atau kelompok yang berusaha memenuhi atau mendapatkan barang atau jasa yang dipengaruhi untuk kehidupan pribadi atau kelompoknya.

Dalam bukunya Supranto, J. dan Nandan (2006:2). Para konsumen membuat keputusan mereka tidak dalam sebuah tempat yang terisolasi dari lingkungan sekitar. Perilaku membeli mereka sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor sebagai:

1. Faktor kebudayaan

Kebudayaan adalah faktor penentu keinginan dan perilaku seseorang yang paling mendasar. Jika makhluk yang lebih rendah perilakunya sebagian besar diatur oleh naluri, maka perilaku manusia sebagian besar adalah dipelajari.

2. Faktor sosial

Faktor sosial merupakan faktor yang meliputi kelompok referensi keluarga (kelompok-kelompok yang memberikan pengaruh baik secara langsung maupun tidak langsung), status dan peranan sosial.

3. Faktor pribadi

Faktor pribadi merupakan faktor yang meliputi ciri-ciri kepribadiannya, usia dan daur hidupnya, pekerjaannya, kondisi ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri.

4. Faktor Psikologis

Faktor psikologis ini merupakan faktor yang dipengaruhi oleh empat faktor utama yaitu: motivasi, persepsi, belajar, kepercayaan dan sikap.

### **2.1.3 Pengambilan Keputusan**

Pengambilan keputusan konsumen adalah suatu proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya. Dalam konteks perilaku konsumen dapat didefinisikan sebagai serangkaian proses dimana konsumen melakukan penilaian terhadap beberapa pilihan alternatif yang diperlukan dan perlu untuk dipertimbangkan. Amirullah (2002:62)

Basu swastha dan Irawan (1947:107)), menegaskan bahwa proses pengambilan keputusan diawali dengan adanya kebutuhan yang berusaha untuk dipenuhi. Pemenuhan kebutuhan ini terkait dengan beberapa alternatif sehingga perlu dilakukan evaluasi yang bertujuan untuk memperoleh alternatif terbaik dari persepsi konsumen. Didalam proses membandingkan ini konsumen memerlukan informasi yang jumlah dan tingkat kepentingannya tergantung dari kebutuhan konsumen serta situasi yang dihadapinya.

### **2.1.4 Pemasaran**

Pemasaran adalah suatu kegiatan dalam perekonomian dan membantu dalam menciptakan nilai ekonomi, pemasaran merupakan sebuah faktor penting dalam suatu siklus yang bermula dan berakhir dengan kebutuhan konsumen. Sehingga pemasaran merupakan kunci sukses bagi keberadaannya serta untuk mendapatkan laba. Karena peranannya yang sangat penting maka kegiatan pemasaran akan sangat berpengaruh terhadap kelangsungan hidup perusahaan.

Tujuan utama pemasaran ialah memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen secara memuaskan. Konsumen yang dipuaskan agar menjadi loyal. Konsumen yang loyal akan membeli berkali-kali, mengajak orang lain membeli dan menceritakan kepada orang lain tentang kebaikan produk atau perusahaan yang memproduksinya (Supranto, J. Pengukuran tingkat Kepuasan Pelanggan, cetakan ke 3, 2006).

Menurut Philip Kotler (2007:6) pemasaran adalah “suatu proses sosial didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukan produk yang bernilai dengan pihak lain”.

### 2.1.5 Pengertian Jasa

Menurut Kotler & Keller (2006), pengertian jasa (*service*) sebagai berikut: setiap tindakan atau kinerja yang ditawarkan oleh suatu pihak ke pihak lain yang secara prinsip tidak berwujud dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan.

Sedangkan menurut Garvin (2008:15). Kualitas memiliki delapan dimensi pengukuran yang terdiri dari aspek-aspek berikut:

1. Kinerja (*Performance*)

Kinerja disini merujuk pada karakter produk inti yang meliputi merek, atribut-atribut yang dapat diukur, dan aspek-aspek kinerja individu. Kinerja beberapa produk biasanya didasari oleh preferensi subjektif pelanggan yang pada dasarnya bersifat umum.

2. Keragaman Produk (*Features*)

Features suatu produk biasanya diukur secara subyektif oleh masing-masing individu (dalam hal ini konsumen) yang menunjukkan adanya perbedaan kualitas suatu produk atau jasa.

3. Keandalan (*Reliability*)

Keandalan suatu produk dalam industri jasa diukur dari tingkat akurasi dan waktu penyelesaian termasuk juga perhitunga kesalahan yang terjadi kelambatan yang tidak dapat diantisipasi.

4. Kesesuaian (*Conformance*)

Kesesuaian suatu produk dalam industri jasa diukur dari tingkat akurasi dan waktu penyelesaian termasuk juga perhitunga kesalahan yang terjadi kelambatan yang tidak dapat diantisipasi.

5. Daya tahan (*Durability*)

Ukuran ketahanan suatu produk meliputi nilai ekonomis maupun teknik. Ketahanan suatu produk didefinisikan sebagai sejumlah kegunaan yang diperoleh oleh seseorang sebelum mengalami penurunan kualitas.

6. Kemampuan pelayanan (*service ability*)

Kemampuan pelayanan jasa bisa disebut dengan kecepatan, kompetensi, kegunaan, dan kemudahan produk untuk diperbaiki.

7. Estetika (*Aes Thetiss*)

Estetika suatu produk dilihat melalui bagaimana suatu produk terdengar oleh konsumen, sebagaimana tampak luar suatu produk, rasa maupun bau.

#### 8. Kualitas yang diperepsikan (*Perceived Quality*)

Konsumen tidak selalu memiliki informasi yang lengkap mengenai atribut-atribut produk dan jasa. Namun demikian, biasanya konsumen memiliki informasi tentang produk secara tidak langsung. Misal: merek, dan Negara produsen.

Parasuraman et al, (1990:21) melakukan penelitian khusus terhadap beberapa jenis jasa dan berhasil mengidentifikasi 5 faktor yang menentukan kualitas jasa. Kelima faktor tersebut meliputi.

##### 1. Bukti langsung (*Tangibles*)

Meliputi penampilan sarana dan fasilitas fisik, perlengkapan atau perawatan, penampilan pegawai dan sarana komunikasi yang dapat diandalkan.

##### 2. Keandalan (*Reliability*)

Menunjukkan kemampuan untuk memberikan jasa atau pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, terpercaya, dan memuaskan.

##### 3. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Kemampuan dan keinginan karyawan untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.

##### 4. Jaminan (*Assuransi*)

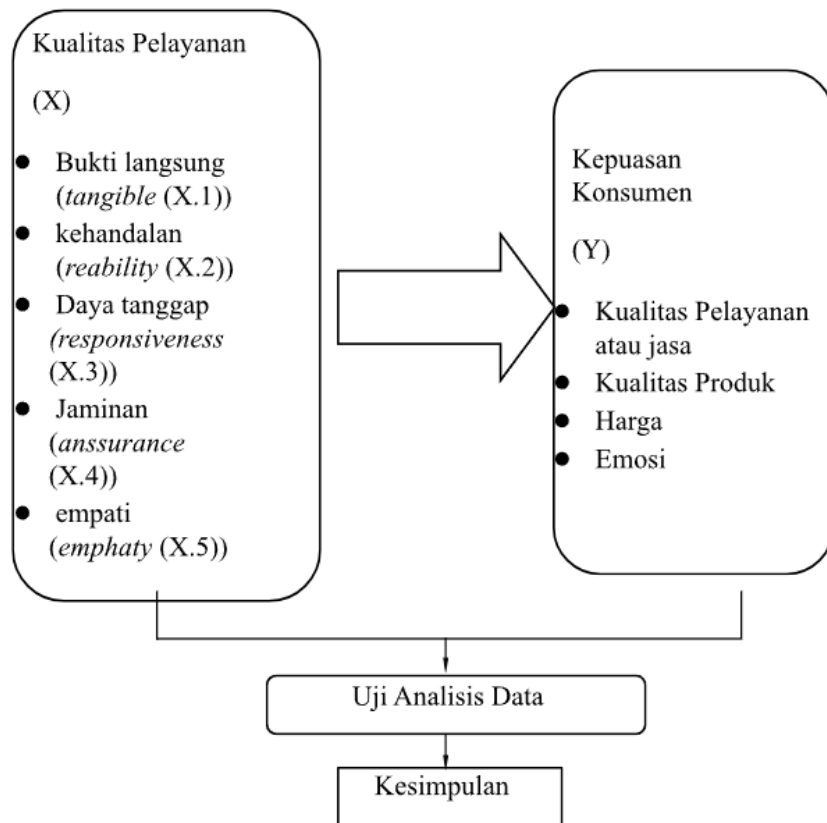
Pengetahuan dan kemampuan, kesopanan yang dimiliki para karyawan dalam memberikan pelayanan sehingga dapat menimbulkan kepercayaan dan tidak menimbulkan keraguan pelanggan terhadap pelayanan.

##### 5. Empati (*Empathy*)

Kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik dengan pelanggan, memberikan perhatian pribadi serta adanya upaya untuk memahami kebutuhan pelanggan



## 2.2 Kerangka Pemikiran



**Gambar 2.1** Kerangka Konseptual Penelitian

Keterangan :

Dalam model analisis ini dapat dijelaskan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan yang merupakan hasil dari perbandingan antara pelayanan yang diharapkan melalui 5 dimensi kualitas jasa yaitu *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy*

## **BAB 3**

### **TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN**

#### **3.1 Tujuan**

Berdasarkan rumusan diatas, Tujuan dari penelitian yang dilakukan ini adalah: Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan mempengaruhi secara signifikan terhadap kepuasan konsumen air Minum Bening Salma di Payaman Solokuro Lamongan.

#### **3.2 Manfaat Penelitian**

Melalui penelitian mengenai kepuasan ini maka diharapkan dapat memberikan manfaat kepada:

a. Obyek Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan umpan balik sebagai evaluasi atas kualitas pelayanan terhadap kepuasan yang diberikan kepada konsumen selama ini, Sehingga Bening Salma dapat memperbaiki, mengembangkan dan mengimplementasikan strategi-strategi peningkatan kepuasan konsumen secara terus-menerus.

b. Bagi Peneliti

Merupakan suatu kesempatan untuk menambah pengetahuan, pengalaman, serta untuk mengaplikasikan teori-teori yang telah diperoleh selama kuliah dalam memecahkan permasalahan yang ada didalam perusahaan.

c. Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang berguna bagi orang yang berkepetingan dalam bidang pemasaran, khususnya yang menerapkan sistem pelayanan. Serta dapat digunakan

## **BAB 4**

### **METODE PENELITIAN**

#### **4.1 Gambaran populasi (Objek) penelitian**

Berdasarkan permasalahan dan tujuan penelitian yang akan dicapai maka jenis penelitian yang digunakan adalah *explanatory research* atau penelitian penjelasan. *Explanatory research* adalah penelitian yang menjelaskan hubungan kausal antara variabel - variabel melalui pengajuan hipotesis dengan menggunakan data yang sama. Dalam pelaksanaannya, *explanatory research* menggunakan metode penelitian survei. Pendekatan survei adalah penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Sampel dalam penelitian ini diambil dari konsumen Bening Salma di Payaman Solokuro Lamongan.

Penelitian ini bersifat Deskriptif Kuantitatif Pengambilan data dilakukan dengan menggunakan teknik sampling aksidental. Sampling aksidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiono, 1999:60). Sedangkan dilihat dari bagaimana penelitian memperlakukan variabel-variabel, penelitian ini termasuk penelitian lapangan atau *Field Research*.

#### **4.2 Populasi dan sampel**

##### **a. Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya, wilayah tersebut terdiri dari makhluk hidup yang ada di dalamnya. Pada penelitian ini tidak dilakukan analisis terhadap seluruh anggota populasi, namun hanya terhadap sebagian saja yang terpilih menjadi sampel.

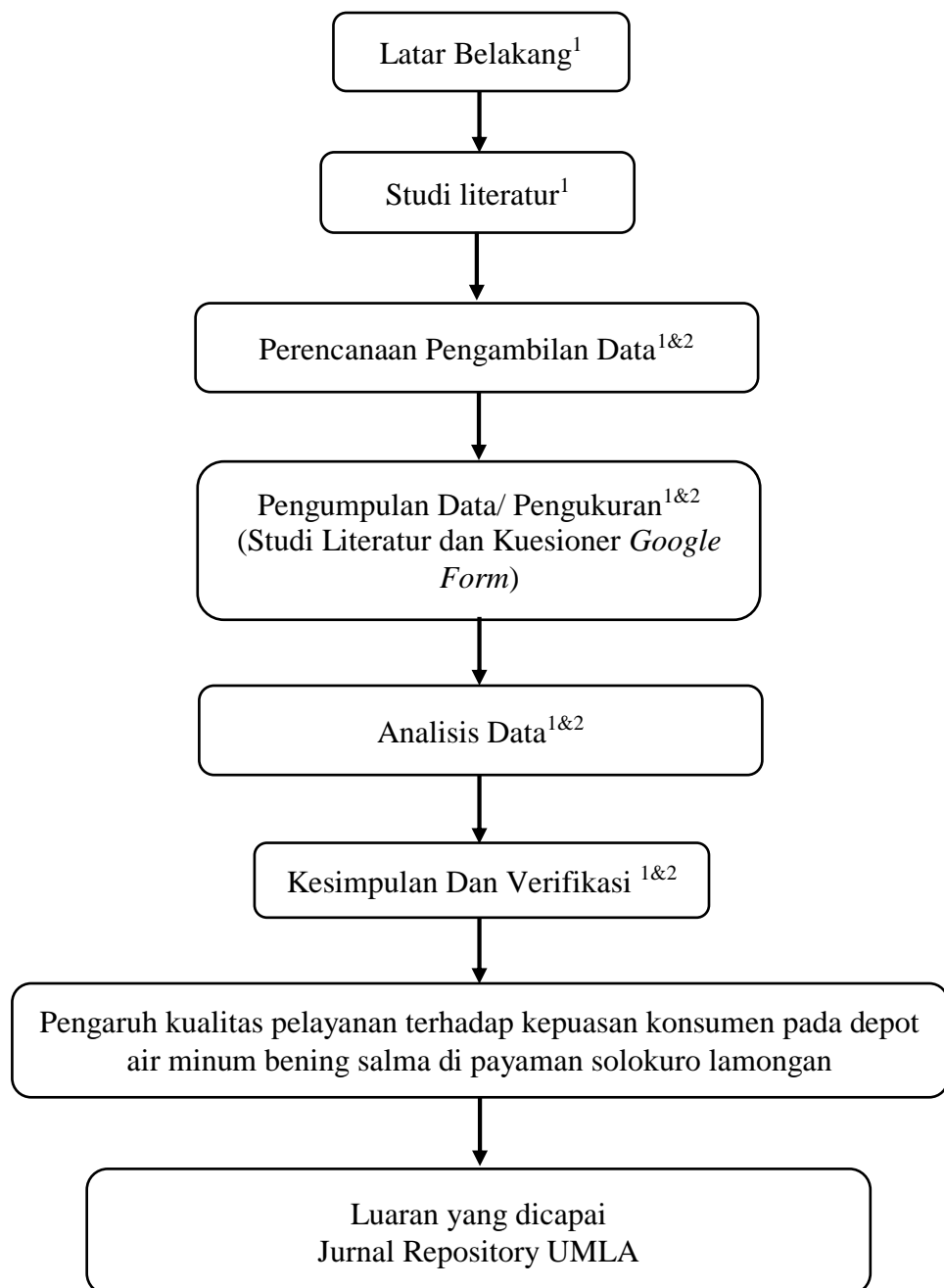
##### **b. Sampel.**

Penelitian ini termasuk dalam kategori *Non Probability Sampling*, yang mana Sampel penelitian ini diambil dengan menggunakan teknik Sampling aksidental. Teknik sampling aksidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang

secara kebetulan bertemu dengan penelitian dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiono, 1999:60). Dalam penelitian ini diambil 100 konsumen Bening Salma .

#### 4.3 Alur penelitian

Secara sistematis alur metode penelitian akan ditunjukkan pada diagram alir dibawah ini:



Keterangan

1) = tugas ketua pengusul

2) = tugas anggota pengusul

1 & 2) = tugas ketua dan anggota pengusul

## **BAB 5**

### **HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI**

#### **5.1 Hasil**

##### **a. Gambaran Umum Bening Salma**

Air minum Bening Salma yang berlokasi di Jl. Tlogo Ploso Desa Payaman Kecamatan Solokuro Kabupaten Lamongan di dirikan Pada Tahun 2015 Oleh Ibu Anik Mustariyah yang di kelola oleh Bapak Saiful Arif. Menjual Berbagai produk air minum yang di beri lebel Bening Salma.

Bahan baku yang di kirim langsung dari mata Air Pegunungan. CV. Westline Dharma Putra yang telah teruji pemeriksaan *bakteriologis* sampel air minum yang di lakukan oleh PERMEN KES RI LAB. AM.Kim/3/VII/2015 Menyatakan bahwa kadar coliform total dan faecal cocli =o MPN/100, Sehingga air minum layak untuk dikonsumsi oleh konsumen.

Keinginan dalam hati membuka usaha agar masyarakat memperoleh air minum yang layak konsumsi Serta menciptakan keuntungan bagi perusahaan.

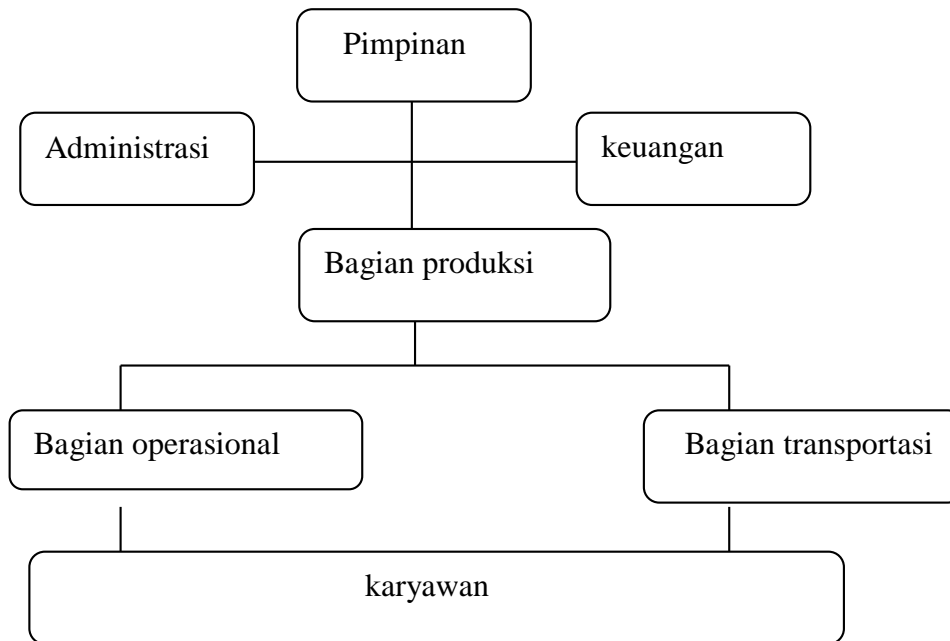
##### **b. Visi dan Misi**

Memberikan pelayanan yang terbaik kepada para konsumen, meningkatkan loyalitas konsumen, meningkatkan penjualan produk.

##### **c. Personalia**

Jumlah tenaga kerja pada depot air minum Bening Salma adalah sebanyak 5 orang karyawan, yang mempunyai tugas masing-masing melayani konsumen baik yang membeli secara langsung maupun yang diantar atau memesan lewat telepon. Perusahaan menginginkan karyawannya bekerja dengan nyaman, sehingga menghasilkan produktifitas yang baik. Untuk itu beberapa usaha dilakukan untuk mewujudkannya seperti dengan memberikan gaji pokok serta perusahaan juga menyediakan dana bantuan yang berupa tunjangan hari raya (THR).

## Struktur Organisasi Bening Salma Payaman solokuro Lamongan



Sumber: Data diolah

Gambar 5.1 Struktur Organisasi Bening Salma Payaman Solokuro Lamongan

Organisasi merupakan alat untuk mencapai tujuan dari suatu perusahaan dengan cara mengkoordinir personil-personil yang ada didalamnya. Sebab dalam suatu organisasi yang baik akan nampak dengan jelas antara tugas, wewenang, tanggung jawab dari masing-masing bagian atau personil yang ada dalam organisasi tersebut. bentuk Struktur Organisasi yang ditetapkan pada perusahaan Bening Salma adalah struktur garis atau lini, dimana para karyawan bertanggung jawab secara langsung terhadap kegiatan yang telah ditetapkan dalam bidangnya masing-masing, demikian pula pimpinan dapat secara langsung memberikan perintah kepada bawahannya Sedangkan tugas dan tanggung jawab dari masing-masing bagian dijelaskan sebagai berikut :

- a) Pimpinan perusahaan (Manager)
  - Bertanggung jawab atas maju mundurnya kelangsungan hidup perusahaan
  - Memutuskan masalah-masalah yang menyangkut kebijaksanaan perusahaan

- Melakukan pengawasan terhadap semua kegiatan perusahaan
  - Menjaga koordinasi yang baik antara semua bagian yang ada
- b) Bagian administrasi dan umum
- Membuat dan menyimpan surat-surat serta dokumen perusahaan.
  - Mencatat surat keluar dan masuk yang berhubungan dengan perusahaan
  - Mengatur kesejahteraan karyawan
  - Bertanggung jawab kepada pimpinan
- c) Bagian keuangan
- Menyusun anggaran keuangan
  - Mengatur pengeluaran dan penerimaan keuangan perusahaan
  - Membuat laporan keuangan secara periodic
  - Bertanggung jawab terhadap pimpinan
- d) Bagian operasional
- Mengawasi jalannya memproduksi
  - Membantu pimpinan dalam mengkoordinir karyawan yang izin
  - Bertanggung jawab terhadap seluruh perkembangan produksi
- e) Bagian pemasaran
- Memasarkan produk-produk yang tersedia
  - Mendistribusikan produk ketempat yang jauh
  - Berhubungan dengan pihak pasar dalam perkembangannya
- f) Bagian transportasi
- Mengantarkan produk yang dipesan
  - Menjaga keutuhan produk yang ada
  - Bertanggung jawab kepada pimpinan
- g) Bagian produksi
- Bertanggung jawab atas pelaksanaan kegiatan produksi serta mengawasi kelancaran barang yang diproduksi
  - Bertanggung jawab terhadap kuantitas dan kualitas hasil produksi.
  - Mengatur kelancaran proses produksi.
  - Mengatur persediaan bahan baku untuk produksi.
- h) Karyawan
- Melaksanakan pekerjaan yang telah ditetapkan
  - Bertanggung jawab atas pekerjaan yang dikerjakan kepada pimpinan



- Mematuhi peraturan yang telah ditetapkan pimpinan perusahaan

#### **d. Marketing Mix**

##### 1) Produk

Berbagai macam produk air minum yang ditawarkan oleh air minum Bening Salma mulai dari air minum biasa sampai air minum untuk kesehatan dan juga melayani berbagai produk Air minum Kemasan. Dari produk yang ditawarkan berupa air minum ini, rata-rata terjual sebanyak 60 galon per hari. Baik yang pembeliannya datang secara langsung maupun yang diantar ke toko-toko (Kawasan kecamatan Solokuro).

##### 2) Harga

Penetapan harga produk ditetapkan oleh perusahaan itu sendiri dan harga yang ditawarkan adalah mulai dari harga Rp 5000 – Rp 50.000

##### 3) Distribusi Barang

Bahan baku yang diperoleh dari mata air Pegunungan Pandaan PT. Westline Dharma Putra, Sedangkan untuk mendistribusikan produk jadinya, melakukan distribusi langsung di toko-toko ,maupun dengan pemesanan melalui telepon (diantar).

##### 4) Promosi

Promosi yang dilakukan adalah dengan cara menyebarkan brosur, dan juga melalui sosial media.

#### **e. Sterilisasi Air Minum**

Cara mensterilisasi air minum yang digunakan adalah sebagai berikut:

##### 1. Pemasakan atau Pendidihan Air

Pemasakan atau pendidihan air adalah sistem sterilisasi air minum cara memanaskan air sampai mendekati suhu 100°C, dengan cara pemanasan ini diharapkan bakteri-bakteri, virus dan protozoa akan mati karena pengaruh suhu yang tinggi.

##### 2. Filter Keramik

Filter karamik bekerja setelah air mengalir melalui suatu keramik yang memiliki celah-celah yang sangat kecil untuk menyaring kontaminan besar.

➤ Keistimewaannya :

- 1) Menyaring partikel-partikel besar
- 2) Kadar bakteri berkurang dalam waktu singkat
- 3) Filter keramik dapat dipakai ulang.

➤ Kekurangannya :

- 1) Tidak efektif dalam menghilangkan kontaminan organik atau sebagian besar kontaminan non organik.
- 2) Tidak mampu membunuh virus atau segala jenis bakteri
- 3) Harus sering dibersihkan dan dilap dengan obat disinfektan.

### 3. Pot Mineral

Air yang dituangkan ke dalam bejana yang berisi tumpukan batu karang dan batu kapur untuk menambah mineral dalam kandungan air. Sistem ini tidak mampu menghilangkan atau mematikan kontaminan kimiawi, bakteri maupun virus.

▪ Keistimewaannya :

- a. Tidak perlu memasang alat
- b. Menambah unsur magnesium dan kalsium dalam air.

▪ Kekurangannya :

- a. Tidak efektif menghilangkan mikroorganisme, kontaminan organik maupun non organik.
- b. Arus air yang mengandalkan gravitasi terlalu lamban dan tidak efektif.

### 4. Filter Hollow Fiber

Sistem pengolahan dengan teknologi fiber berlubang menggunakan pembuluh-pembuluh fiber dengan lubang berukuran 0,1 hingga 0,2 mikron untuk menyaring butir-butir pasir, sedimen dan kontaminan lain. Fiber yang baru dan bersih juga mampu menyaring bakteri.

▪ Keistimewaannya :

1. Efektif menyaring partikel-partikel kecil
2. Kadar bakteri berkurang dalam waktu singkat.

- Kekurangannya :
  1. Tidak efektif menghilangkan bakteri yang berdaya tahan tinggi
  2. Tidak efektif menghilangkan virus, kontaminan organik, dan sebagian besar kontaminan kimiawi non organik.
  3. Mudah tersumbat.

#### 5. Generator Alkaline

Alkaline Water Generators menggunakan aliran listrik untuk menghasilkan air asam atau air alkaline. Pemasar sistem ini pada umumnya menyatakan air alkaline dapat diminum, dengan berdalil bahwa air seperti itu lebih mudah diserap sel tubuh dan bahwa air asam dapat digunakan untuk membersihkan kulit. Pada kenyataannya, hal itu belum terbukti secara klinis, khususnya tentang khasiat air asam dan alkaline untuk tujuan seperti itu. Keistimewaannya adalah air yang diklaim lebih mudah diserap sel tubuh.

- Kekurangannya :
  - a. Tidak melenyapkan bakteri, zat-zat kimiawi organik maupun non organik, partikel-partikel kecil, bakteri, maupun virus.
  - b. Pada umumnya kurang didukung dengan pembuktian yang kuat.

#### 6. Penyulingan Distilasi

Dalam metode ini, air dipanaskan hingga menguap sekaligus membunuh bakteri dan virus serta memisahkannya dari kontaminan-kontaminan berat. Uap dikondensasikan menjadi air kembali, lalu dikeluarkan dari sistem tersebut ke dalam suatu penampungan.

- keistimewaannya :
  - 1) Mengurangi chlorine
  - 2) Mengurangi kontaminan non organik
  - 3) Mengurangi bakteri dan virus
  - 4) Mengurangi kontaminan organik bermolekul besar.

- Kekurangannya :
  - 1) Menghilangkan mineral yang bermanfaat
  - 2) Harus menghasilkan tenaga panas yang tinggi
  - 3) Berpotensi mengakibatkan air terasa hambar
  - 4) Terasa lamban, kurang praktis dan mahal
  - 5) Tidak mampu menghilangkan beberapa senyawa organik tertentu yang memiliki tingkat rebus yang rendah (misalnya : Chloroform).

#### 7. Reverse Osmosis (R.O)

Air ditekan mengalir melalui membran atau film tembus air yang sangat tipis sehingga mampu menyaring molekul berukuran tertentu, tetapi molekul yang sangat kecil tetap dapat menembusnya. Air yang telah melalui pengolahan awal ini dikumpulkan ke dalam sebuah tangki penampungan yang pada umumnya dihubungkan dengan sebuah kran terpisah disamping kran airnya.

- Keistimewaannya :
  - 1) Mengurangi senyawa non organik
  - 2) Dapat mengurangi beberapa senyawa organik tertentu
  - 3) Mengurangi parasit.
- Kekurangannya :
  - 1) Memerlukan tekanan air tinggi Menghilangkan mineral yang bermanfaat
  - 2) Tidak terjamin efektivitasnya dalam menghilangkan bakteri atau virus
  - 3) Lamban dan boros air
  - 4) Tidak terjamin efektivitasnya dalam menghilangkan beberapa senyawa organik tertentu.

#### 8. G.A.C (Granular Activated Charcoal)

Dalam sistem ini, partikel-partikel karbon aktif yang longgar berfungsi sebagai penyaring dari kontaminan yang ada sebagai penyerap bagi kontaminan lainnya.

- Keistimewaannya :

1. Mengurangi chlorine
  2. Tidak menghilangkan mineral yang bermanfaat.
- Kekurangannya :
    1. Karena longgar, karbon justru menjadi jalan masuk air yang belum terolah
    2. Tidak terjamin efektivitasnya dalam menghilangkan kontaminan organik
    3. Tidak membunuh bakteri ataupun virus.

#### 9. Pengolahan dengan Karbon / Perak

Perak dicampur dengan serbuk karbon aktif untuk mempertahankan keistimewaan filtrasi karbon dan mengendalikan bakteri dengan perak.

- Keistimewaannya :
  1. Efektif menghilangkan sebagian bakteri yang berbahaya dalam jumlah sangat terbatas
  2. Mengurangi chlorine.
- Kekurangannya :
  1. Air tercampur perak
  2. Tidak efektif terhadap sebagian besar mikroorganisme
  3. Menyebabkan masuknya kontaminan.

#### 10. Pertukaran Kation (Pelunakan Air)

Air mengalir melalui suatu jalur yang dinamakan resin bed. Kation dalam air diserap ketika ion lawan jenisnya, misalnya sodium dilepaskan ke dalam air. Keistimewaannya adalah dapat mengurangi kekerasan air yang disebabkan oleh magnesium dan kalsium yang berlebihan.

- Kekurangannya :
  1. Tidak mengurangi partikel-partikel kecil, senyawa organik maupun non organik, bakteri, maupun virus.
  2. Air tercampur dengan sodium Mineral yang bermanfaat justru hilang karenanya.

#### 11. Pertukaran Anion

Air mengalir melalui resin bed. Anion dalam air diserap saat ion lawan jenisnya, misalnya chloride dilepaskan ke dalam air. Keistimewaannya adalah dapat mengurangi nitrat dan sulfat.

Kekurangannya adalah tidak dapat mengurangi partikel-partikel kecil maupun senyawa organik, bakteri, ataupun virus.

## 12. Pitcher-Type / Pour-Through Filters

Resin atau serbuk karbon aktif menangkap kontaminan dalam air yang mengalir filter tersebut. Keistimewaannya adalah dapat menetralsisir rasa dan meningkatkan kejernihan air.

- Kekurangannya :
  1. Sebagian besar bukan dirancang untuk mengurangi kontaminan organik maupun non organik.
  2. Pitchers hanya mampu mengolah air didalam volume kecil
  3. Umur filter tidak tahan lama, biasanya sekitar satu bulan atau kurang.

Sebagian besar dari metode pengolahan air ini memiliki potensi untuk meningkatkan mutu air. Akan tetapi, perlu diperhatikan bahwa tak satupun dari teknologi atau metode tersebut mampu membasmi segala macam kontaminan yang terkandung dalam air ataupun efisien dari segi jumlah air siap minum yang dihasilkan dibandingkan dengan waktu atau biaya perawatannya.

### **f. Water Treatment Untuk Air Minum**

Air yang layak dikonsumsi haruslah bebas dari cemaran mikroba dan senyawa kimia beracun. Oleh karena itu dengan menggunakan water treatment mampu menghilangkan 99% mikroba berbahaya yang tidak hilang pada pemasakan atau sistem pengolahan yang lainnya dan mampu meminimalisir senyawa kimia berbahaya. Beberapa produk unggulan dari water treatment adalah sebagai berikut:

#### 1. Sand Filter

Berfungsi membuat air jernih, memberi kesegaran pada air serta dapat menyaring kotoran yang berukuran besar.

#### 2. GAC Filter (Granulated Active Carbon)

Berfungsi untuk menyerap senyawa kimia beracun dalam air, membantu pembunuhan lumut dan algae dalam air, menghilangkan kontaminan organik serta menghilangkan warna, bau tidak sedap dan rasa pada air.

### 3. CTO Carbon Blok

Berfungsi menghilangkan bau tidak sedap, warna, rasa air dan zat-zat beracun seperti klorin, trihalomethane, menyerap beberapa kontaminan organik pada air.

### 4. Sediment Filter

Berfungsi menghilangkan zat padat terlarut dalam air hingga yang berukuran 01 mikron. Selain zat padat larut, bakteri-bakteri berukuran besar (> 01 mikron) akan disaring.

### 5. Lampu Ultraviolet

Berfungsi membunuh bakteri, virus, protozoa dan algae. 99% dari mikroba ini dapat dibunuh serta semua jenis mikroba baik yang tidak dapat membentuk kista maupun yang dapat membentuk kista akan mati. Teknologi sterilisasi dengan lampu ultraviolet ini adalah teknologi baru, yang ditemukan pertama kali tahun 1996 oleh seorang ilmuwan yang bernama Ashok Gadgil di Lawrence Barkley National Laboratory. Teknologi ini telah diakui oleh WHO (World Health Organization) sebagai teknologi yang tercanggih dan paling aman digunakan. Pada sterilisasi ini, semua mikroba (bakteri, virus, protozoa dan algae) mati karena pengaruh panjang gelombang yang dipancarkan oleh lampu ultraviolet.

### 6. Generator Ozone

Ozone adalah oksigen unik yang digunakan untuk mengendalikan bakteri dan virus. Ozone dapat dihasilkan dengan percikan listrik atau sinar ultraviolet khusus dan pada dasarnya ozone mempunyai fungsi yang sama dengan ultraviolet hanya cara kerjanya yang berbeda. Cara kerja ozone adalah dengan sistem gas oksigen harus dicampur dengan air sedangkan ultraviolet bekerja dengan sistem radiasi. Injector dan mixing tank sangat diperlukan dalam proses ozonisasi, karena dapat mengoptimalkan fungsi ozone itu sendiri. Selain sebagai disinfectant, ozone juga berfungsi sebagai preoxidation yang digunakan untuk iron, manganese, dan sulfide.

## **g. Perawatan / Maintenance Alat**

Masing-masing komponen dari water treatment sistem memiliki cara perawatan sendiri-sendiri dan perawatan ini juga meliputi penggantian tiap-tiap komponen secara berkala. Cara perawatannya adalah sebagai berikut:

1. Tandon

Tandon baiknya dikuras setiap bulan sekali dan dibuang seluruh airnya.

2. Pre Filter dan Filter Sediment

Biasanya dilakukan pencucian tiap-tiap filter setiap dua minggu Sekali, kemudian masing-masing filter diganti apabila sudah buntu.

3. GAC (Granulated Active Carbon)

Perawatan terhadap GAC dilakukan dengan melakukan back wash (aliran balik). Back wash dilakukan biasanya setiap satu bulan sekali dan media GAC diganti setelah dua tahun.

4. Lampu Ultraviolet

Tidak ada perawatan khusus terhadap lampu ultraviolet, hanya saja lampu ultraviolet perlu diganti tiap satu tahun atau setelah pemakaian 9000 jam.

5. Ozone

Tidak ada perawatan khusus, kecuali selalu menjaga agar ozone tidak kehabisan oksigen dan aliran air balik

## 5.2 Karakteristik Responden

a. Responden Menurut Jenis kelamin

Data mengenai jenis kelamin Konsumen Bening Salma Payaman solokuro lamongan adalah sebagai berikut;

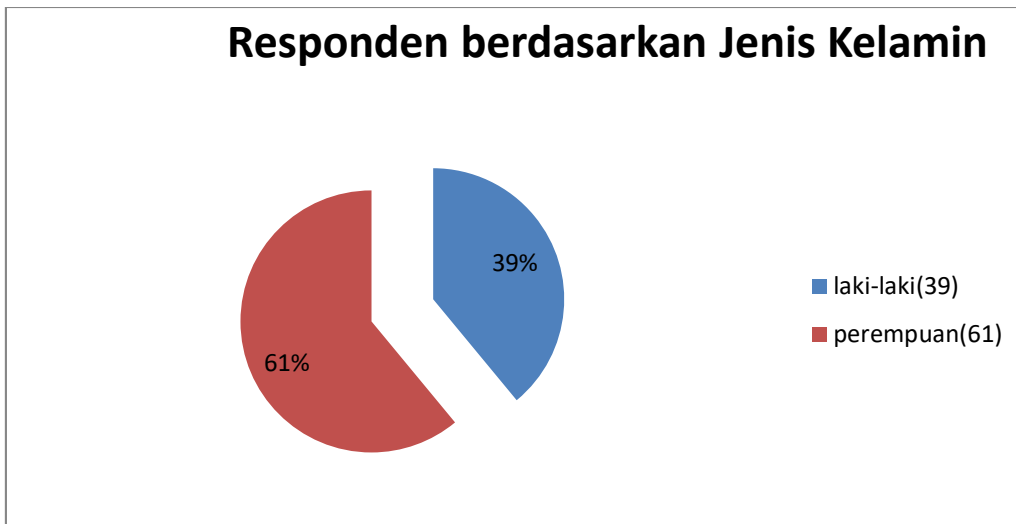
**Tabel 5.1**

Jenis Kelamin Responden Konsumen Bening Salma payaman Solokuro lamongan

Jenis_kelamin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	laki-laki	39	39.0	39.0	39.0
	perempuan	61	61.0	61.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

sumber: Data Primer yang diolah





Grafik 5.1 Responden Berdasarkan jenis kelamin

Berdasarkan keterangan tabel dan grafik 5.1 diatas , dapat diketahui tentang jenis kelamin responden Konsumen Bening Salma Payaman Solokuro Lamongan yang diambil sebagai responden yang menunjukkan bahwa mayoritas responden 61 adalah perempuan, sedangkan sisanya adalah responden 39 laki-laki. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar dari Konsumen Bening Salma Payaman Solokuro Lamongan yang diambil responden adalah perempuan.

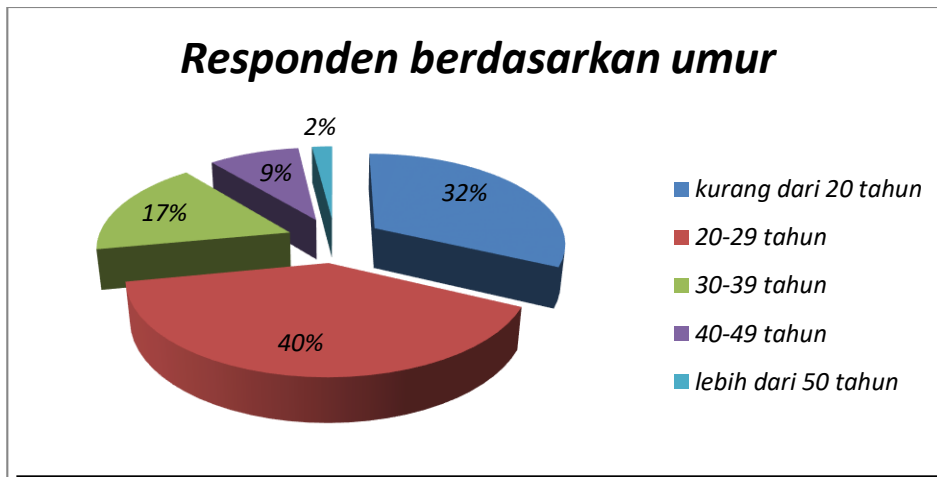
b. Responden Menurut Umur

Data mengenai Responden menurut umur Konsumen Bening Salma di Payaman Solokuro lamongan adalah sebagai berikut:

**Tabel 5.2**  
Umur Responden Konsumen Bening Salma payaman solokuro lamongan

Usia					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang dari 20 tahun	32	32.0	32.0	32.0
	20-29 tahun	40	40.0	40.0	72.0
	30-39 tahun	17	17.0	17.0	89.0
	40-49 tahun	9	9.0	9.0	98.0
	lebih dari 50 tahun	2	2.0	2.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang diolah



Grafik 5.2 Responden Berdasarkan Umur

Berdasarkan keterangan pada table dan Grafik 5.2, frekuensi responden berdasarkan umur kurang dari 20 tahun sebanyak 32 , 20-29 tahun sebanyak 40, 30-39 tahun sebanyak 17, dan lebih dari umur 50 tahun sebanyak 2.

c. Responden Menurut Berkunjung

Data mengenai Responden Konsumen yang berkunjung di Bening Salma Payaman Solokuro lamongan adalah sebagai berikut:

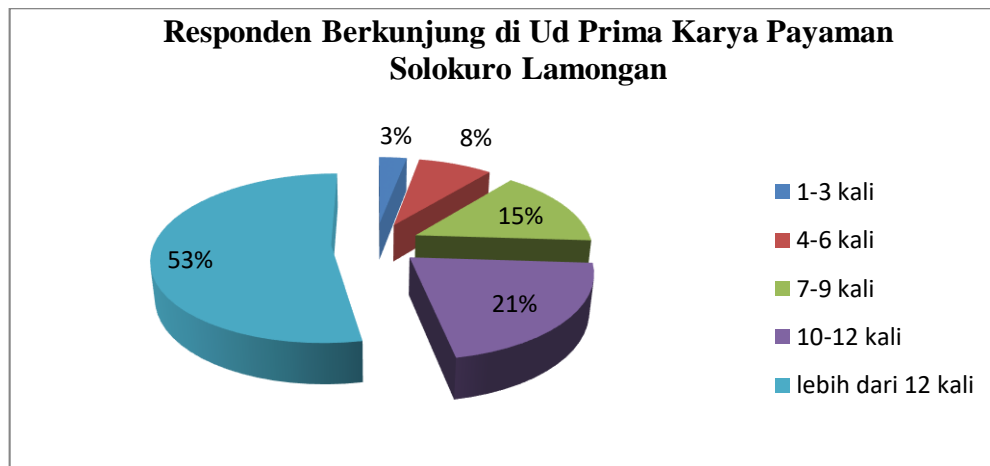
**Tabel 5.3**

Frekuensi Berkunjung Responden Konsumen Bening Salma payaman solokuro lamongan

Berkunjung					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1-3 kali	3	3.0	3.0	3.0
	4-6 kali	8	8.0	8.0	11.0
	7-9 kali	15	15.0	15.0	26.0
	10-12 kali	21	21.0	21.0	47.0
	lebih dari 12 kali	53	53.0	53.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

sumber: Data Primer yang diolah

Grafik 5.3 Responden Berdasarkan Berkunjung Di Bening Salma



Berdasarkan keterangan pada tabel 5.3 dan grafik, frekuensi berkunjung responden ke Bening Salma Payaman Solokuro Lamongan 1-3 kali sebanyak (3), 4-6 kali sebanyak (8), 7-9 kali sebanyak (15)%, 10-12 kali sebanyak (21) dan diatas 12 kali sebanyak (53).

### 5.3 Deskripsi Data Penelitian

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari kualitas pelayanan sebagai variabel bebas (*independent variabel*) dan Kepuasan Konsumen sebagai variabel terikat (*dependent variabel*). Data variabel-variabel tersebut diperoleh dari hasil kuisisioner yang disebar, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 5.4**  
Hasil Skor Kuesioner  
Variabel Kualitas Pelayanan (X)

Sub Variabel	Item Pernyataan	Total (SS)	%	Total (S)	%	Total (KS)	%	Total (TS)	%	Total (STS)	%
<i>Tangible</i>	bukti langsung 1	17	17%	67	67%	16	16%	0	0	0	0
	bukti langsung 2	13	13%	53	53%	34	34%	0	0	0	0
<i>Reability</i>	kehandalan 1	45	45%	46	46%	9	9%	0	0	0	0
	kehandalan 2	24	24%	62	62%	14	14%	0	0	0	0
<i>Responsiveness</i>	Daya tanggap 1	16	16%	66	66%	18	18%	0	0	0	0
	Daya tanggap 2	9	9%	55	55%	36	36%	0	0	0	0
<i>Anssurance</i>	jaminan 1	15	15%	54	54%	31	31%	0	0	0	0

	jaminan 2	19	19%	68	68%	13	13%	0	0	0	0
<i>emphati</i>	empati 1	24	24%	63	63%	13	13%	0	0	0	0
	empati 2	16	16%	75	75%	9	9%	0	0	0	0

Sumber: Data primer yang diolah

a. *Tangibles* (bukti fisik)

1. Item pernyataan bukti langsung 1=17 (17%) responden menyatakan sangat setuju Penampilan karyawan Bening Salma yang sopan dan rapi, sedangkan sisanya sebanyak 67 (67%) menyatakan setuju dan yang menyatakan Kurang setuju sebanyak 16 (16%).
2. Item pernyataan bukti langsung 2=13 (13%) responden menyatakan sangat setuju karyawan selalu berusaha membuat tata ruang Agar tetap nyaman bagi konsumen Bening Salma Payaman Solokuro Lamongan, sedangkan sisanya sebanyak 53 (53%) menyatakan setuju, menyatakan kurang setuju sebanyak 34 (34%)

b. *Reability* (Kehandalan)

1. Item pernyataan Kehandalan 1= 45 (45%) responden menyatakan sangat setuju Karyawan Bening Salma mampu mengantarkan pemesanan produk air minum dengan mudah dan cepat , sedangkan sisanya sebanyak 46 (46%) menyatakan setuju, dan yang menyatakan Kurang setuju sebanyak 9 (9%).
2. Item pernyataan Kehandalan 2=24(24%) responden menyatakan sangat setuju Karyawan CV. Bening Salma mampu menjelaskan kepada Konsumen berbagai jenis produk Air minum di Bening Salma Payaman Solokuro Lamongan, sedangkan sisanya sebanyak 62 (62%) menyatakan setuju, menyatakan Kurang setuju sebanyak 14 (14)%

c. *Responsiveness* ( Daya Tanggap )

1. Item pernyataan Daya tanggap 1= 16 (16%) responden menyatakan sangat setuju Penyampaian informasi dapat di mengerti pelanggan Bening Salma Payaman Solokuro Lamongan, sedangkan sisanya sebanyak 66 (66%) menyatakan setuju, menyatakan Kurang setuju sebanyak 18 (18%)

2. Item pernyataan Daya tanggap 2= 9(9%) responden menyatakan sangat setuju Daya tanggap karyawan dalam menangani kebersihan Galon (Kemasan) Bening Salma Payaman Solokuro Lamongan, sedangkan sisanya sebanyak 55 (55%) menyatakan setuju, Kurang setuju sebanyak 36 (36%)

d. *Assurance* (jaminan)

1. Item pernyataan jaminan 1=15 (15%) responden menyatakan sangat setuju bahwa pelanggan merasa puas atas pelayanan di Bening Salma Payaman Solokuro Lamongan, sedangkan sisanya sebanyak 54(54%) menyatakan setuju, menyatakan Kurang setuju sebanyak 31 (31%) .
2. Item pernyataan jaminan 2= 19 (20%) responden menyatakan sangat setuju Karyawan menunjukkan sikap yang sopan dan Sabar kepada pelanggan, sedangkan sisanya sebanyak 68 (68%) menyatakan setuju dan yang menyatakan Kurang setuju sebanyak 18 (18%) .

e. *Empathy* (empati)

1. Item pernyataan empati 1= 24 (24%) responden menyatakan sangat setuju Keramahan karyawan kepada Konsumen Bening Salma Payaman Solokuro Lamongan, sedangkan sisanya sebanyak 63 (63%) menyatakan setuju, menyatakan Kurang setuju sebanyak 13 (12%)
2. Item pernyataan empati 2=16 (16%) responden menyatakan sangat setuju karyawan memahami setia p kebutuhan Konsumen dari segi Jenis Air minum Bening Salma Payaman Solokuro Lamongan, sedangkan sisanya sebanyak 75 (75%) menyatakan setuju, menyatakan Kurang setuju sebanyak 9 (9%).

**Tabel 5.5**  
**Hasil Skor Kuesioner**

Variabel Kepuasan Konsumen(Y)

Item Pernyataan	Total (SS)	%	Total (S)	%	Total (KS)	%	Total (TS)	%	Total (STS)	%
Kualitas Pelayanan	26	26%	63	63%	9	9%	2	2%	0	0
Kualitas Produk	15	15%	73	73%	10	10%	2	2%	0	0
Harga	52	52%	40	40%	6	6%	2	2%	0	0
Emosi	16	16%	79	79%	5	5%	0	0	0	0

Sumber: Data primer yang diolah

1. Kualitas Pelayanan

Item pernyataan kualitas pelayanan =26 (26%) responden menyatakan sangat setuju Pelayanan yang diberikan oleh Bening Salma sangat Baik dan ramah, sedangkan sisanya sebanyak 63 (63%) menyatakan setuju , menyatakan kurang setuju sebanyak 9 (9%) dan yang menyatakan tidak setuju 2 (2%).

2. Kualitas Produk

Item pernyataan kualitas produk =15(15.%) responden menyatakan sangat setuju Produk yang terdapat di Bening Salma Payaman solokuro Lamongan sangat berkualitas sehingga Membuat pelanggan puas, sedangkan sisanya sebanyak 73 (73%) menyatakan setuju dan yang menyatakan kurang setuju sebanyak 10 (10%) dan yang menyatakan tidak setuju 2(2%).

3. Harga

Item pernyataan harga = 52 (52%) responden menyatakan sangat setuju karena Merasa puas telah menjadi Konsumen di Bening Salma, sedangkan sisanya sebanyak 40 (40%) menyatakan setuju , menyatakan kurang setuju sebanyak 6 (6)% dan yang menyatakan tidak setuju 2 (2)%.

4. Emosi

Item pernyataan emosi = 16 (16%) responden menyatakan sangat setuju karena Berbagai Jenis air minum mempunyai merek Beragam Dan berkualitas, sedangkan sisanya sebanyak 79 (79%) dan yang menyatakan setuju , menyatakan kurang setuju 5 (5%)

**BAB 6**  
**RENCANA TAHAPAN BERIKUTNYA**

**6.1 Rencana Tahapan Berikutnya**

Penelitian ini telah berlangsung pada Februari-Mei 2020, dan Tahap berikutnya akan dilaksanakan sesuai dengan tabel di bawah ini.

**Tabel 5. 6 Jadwal Kegiatan Penelitian**

No	Jenis Kegiatan	Tahun ke-1											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	Pengumuman Pengusulan Proposal		■										
2	Penerimaan Pengusulan		■										
3	Rapat Tim Pengusul		■										
4	Survei Pendahuluan dan Pengurusan Perizinan Penelitian		■										
5	Pengumpulan data penelitian			■	■	■	■	■					
6	Analisis data dan penyusunan hasil penelitian					■	■	■					
7	Laporan Kemajuan Penelitian								■				
8	Penyempurnaan laporan hasil penelitian									■			
9	Laporan akhir/monitoring Ke-II										■		
10	Perbaikan laporan akhir dari monitoring ke-II										■	■	
11	Unggah Laporan akhir											■	
12	Publikasi Luaran											■	

Keterangan:

- : Sudah terealisasi

## BAB 7

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 7.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya, dengan mengacu pada hipotesis yang dirumuskan dan tingkat kepercayaan 95% ( $\alpha=0,05$ ), maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Variabel Kualitas Pelayanan (X) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini dilihat dengan nilai probabilitas ( $\alpha$ ) 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Dan bisa dilihat dari  $T_{hitung} > T_{tabel}$  yaitu  $5,306 > 1,98447$ , yang berarti  $T_{hitung}$  lebih besar dari  $T_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Sehingga dapat disimpulkan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.
- b. Berdasarkan nilai determinasi ( $R^2$ ) diperoleh 0.223. Hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas memberikan pengaruh Sedikit terhadap variabel terikat yaitu sebesar 22,3%, sedangkan sisanya 77,7% dipengaruhi variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

#### 7.2 Saran

Dari keterangan hasil penelitian yang telah dijelaskan peneliti diatas, maka peneliti mengambil implikasi sebagai berikut:

- a. Implikasi teoritis

Kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Suatu perusahaan (Depot) jika memiliki kualitas pelayanan yang baik, maka akan menjadi nilai positif bagi konsumen. sehingga konsumen tetap berlangganan di Bening Salma.

- b. Implikasi praktis

Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk pertimbangan, sekaligus sebagai masukan pemikiran bagi perusahaan (Depot) untuk memperhatikan kualitas pelayanan, semakin baik kualitas pelayanan maka konsumen akan tetap berlangganan di Depot air minum Bening Salma.

Adapun penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Indah Purwati (2015) dengan judul pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada UD. Ayu indah stationery Hasil analisis regresi memperlihatkan bahwa dari pengujian secara bersama-sama diperoleh  $F_{hitung}$  sebesar 1,472 dan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Sehingga secara simultan variabel bebas *Bukti Langsung* ( $X_1$ ), *Keandalan* ( $X_2$ ), *Daya Tanggap* ( $X_3$ ), *Jaminan* ( $X_4$ ), *Empati* ( $X_5$ )



tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen UD. Ayu Indah Stationery di Payaman.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahyaruddin, M., Marlina, E., Azmi, Z., Putri, A. A., Anriv, D. H., Bidin, I., Agus, A., & Lawita, N. F. (2017). Akuntabilitas dan transparansi pengelolaan keuangan mesjid di Kota Pekanbaru. *Jurnal Pengabdian UntukMu NegeRI*, 1(1), 7–12. <https://doi.org/10.37859/jpumri.v1i1.27>
- Alam, S., & Alam, R. (2019). Akuntabilitas pengelolaan keuangan Masjid butuh komitmen dan kompetensi pengelola. *EQUITY: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 17(2), 54–71. <https://doi.org/https://doi.org/10.37086/equity.v14i2.81>
- Amir, A., & Nuhung, M. (2018). Konsistensi, akuntabilitas dan transparansi pengelolaan keuangan Masjid Al Markas Al-Islami berdasarkan PSAK 109. *Jurnal Ar-Ribh Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 1–17. <https://doi.org/10.26618/jei.v1i2.2558>
- Andarsari, P. R. (2017). Laporan keuangan organisasi nirlaba (lembaga masjid). *Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 1(2), 143–152. <https://doi.org/10.30737/ekonika.v1i2.12>
- Boseke, M. M. (2021). Pengelolaan dana desa dalam pemberdayaan masyarakat di desa tumaratas satu Kecamatan Langowan Barat Kabupaten Minahasa. *Jurnal Politico*, 10(4), 1–14.
- BPS. (2019). *No Title. Badan Pusat Statistik.* <https://lamongankab.bps.go.id/indicator/108/202/1/penduduk-menurut-agama.html>
- Dewi, D. E., & Adi, P. H. (2019). Transparansi, akuntabilitas, partisipasi masyarakat dalam pengelolaan keuangan dana desa (Studi Kasus Desa Candirejo Kecamatan Pringapus Kabupaten Semarang). *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 3(02), 287–299. <https://doi.org/10.29040/jie.v3i02.595>
- Endang. (2017). Penerapan akuntabilitas dan transparansi dalam pengelolaan keuangan Masjid Jami an-Nur Sekayu. *Jurnal ACSY Politeknik Sekayu*, 6(1), 41–56.
- Fachruddin, F., Pahlevi, M. R., Ismail, M., & Rasywir, E. (2020). Pengujian implementasi sistem pengelolaan keuangan masjid berbasis web dan android. *Paradigma - Jurnal Komputer Dan Informatika*, 22(2), 124–131. <https://doi.org/10.31294/p.v22i2.8908>
- Fahmi, R. A. (2018). Manajemen keuangan masjid di Kota Yogyakarta. *Al-Tijary Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3(1), 69. <https://doi.org/10.21093/at.v3i1.1058>
- Haryanti, S., & Kaubab, M. E. (2019). Analisis transparansi dan akuntabilitas keuangan Masjid di Wonosobo (studi empiris pada Masjid yang terdaftar di Kemenag Kabupaten Wonosobo Tahun 2019). *Journal of Economic, Business and Engineering*, 1(1), 140–149. <https://doi.org/https://doi.org/10.32500/jebe.v1i1.883>
- Karimah, H., & Baehaqi, A. (2022). Akuntabilitas dan transparansi manajemen keuangan Masjid Agung Al Barkah Kota Bekasi. *JIAI (Jurnal Ilmiah Akuntansi Indonesia)*, 7(1), 1–13. <https://doi.org/10.32528/jiai.v7i1.6898>
- Kurniasari, W. (2011). Transparansi pengelolaan masjid dengan laporan keuangan berdasarkan pernyataan standar akuntansi keuangan (PSAK 45). *Muqtasid: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 2(1), 135. <https://doi.org/10.18326/muqtasid.v2i1.135-152>
- Locke, E. A. (1978). The ubiquity of the technique of goal setting in theories of and approaches to employee motivation. *Academy of Management Review*, 3(3).

<https://doi.org/https://doi.org/10.5465/amr.1978.4305786>

- Locke, E. A., & Latham, G. P. (2006). New directions in goal-setting theory. *Current Directions in Psychological Science*, 15(5), 265–268. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8721.2006.00449.x>
- Lunenburg, F. C. (2011). Goal-setting theory of motivation. *International Journal of Management, Business and Administration*, 15(1), 1–6.
- Mahardika, M., Prasetyo, A., & Amalia, F. A. (2022). Akuntabilitas dan transparansi pengelolaan keuangan Masjid. *El Muhasaba Jurnal Akuntansi*, 13(2), 135–147. <https://doi.org/10.18860/em.v13i2.15479>
- Maulana, A. F., & Ridwan, R. (2020). Akuntabilitas dan transparansi pelaporan keuangan masjid (studi empiris: Masjid Jami' Di Kota Banda Aceh). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi*, 5(2), 270–277. <https://doi.org/10.24815/jimeka.v5i2.15589>
- Mulyandani, V. C., & Supriatna, I. (2021). Rancangan sistem akuntansi pokok lembaga pengelola Masjid untuk akuntabilitas pengelolaan keuangan Masjid (studi kasus DKM At-Taqwa KPAD dan Luqmanul Hakim POLBAN). *ProBank: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan*, 1(1), 14–33. <https://doi.org/10.36587/probank.v6i1.841>
- Nurfaizah, N., Faizah, A. N., & Sholihati, Z. I. (2021). Pelatihan pengelolaan keuangan masjid untuk meningkatkan transparansi dan akuntabilitas dana masjid. *Jurnal Pengabdian Mitra Masyarakat (JPMM)*, 3(1), 10–17. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.35671/jpmm.v3i1.1224>
- Overman, S., & Schillemans, T. (2022). Toward a public administration theory of felt accountability. *Public Administration Review*, 82(1), 12–22. <https://doi.org/10.1111/puar.13417>
- Pradesyah, R., Susanti, D. A., & Rahman, A. (2021). Analisis manajemen keuangan masjid. *Jurnal Kajian Islam Dan Masyarakat*, 4(2), 154–168. <https://doi.org/https://doi.org/10.24853/ma.4.2.153-170>
- Puriyanti, T., & Mukhibad, H. (2020). Faktor - faktor yang mempengaruhi kualitas laba. *Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan, Dan Perbankan Syariah*, 4(1), 109–125. <https://doi.org/10.21009/japa.0201.07>
- Rahayu, L. S. (2021). *Seluruh hibah Rp 130 M untuk Masjid Sriwijaya ludes jadi kerugian negara*. Detiknews.com.
- Rahayu, R. A. (2014). Tranparansi dan akuntabilitas pelaporan keuangan Masjid Agung Al-Akbar Surabaya. *Jurnal Reviu Akuntansi Dan Keuangan*, 4(2), 631–638. <https://doi.org/10.22219/jrak.v4i2.4948>
- Ramli, A. (2023). *Berkas perkara tiga tersangka kasus dugaan korupsi Masjid Asrama Haji Kemenag Babel masuk tahap dua*. Bangka.Tribunnews.Com. <https://bangka.tribunnews.com/2023/01/03/berkas-perkara-tiga-tersangka-kasus-dugaan-korupsi-masjid-asrama-haji-kemenag-babel-masuk-tahap-dua>
- Rini, R. (2019). Pengelolaan keuangan masjid di Jabodetabek. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Islam*, 6(2), 109–126. <https://doi.org/10.35836/jakis.v6i2.1>
- Saifullah. (2023). *KPK sebut ayah Merin terima uang gratifikasi di Kawasan Masjid Raya Baiturrahman*. Ajnn.net.

- Saputra, A. (2023). *Berapa jumlah masjid dan mushala di Indonesia? ini datanya*. Republika.co.id.
- Saputra, Z. (2022). *Dugaan korupsi dana hibah pembangunan Masjid di Lamongan dilaporkan ke polisi*. Jatimnet.com.
- Sari, M., Mintarti, S., & Fitria, Y. (2018). Akuntabilitas pengelolaan keuangan organisasi keagamaan. *Kinerja*, 15(2), 45. <https://doi.org/10.29264/jkin.v15i2.4029>
- Setiawan, R. A., Ramashar, W., Puji, D., & Sari, P. (2022). Nilai budaya adat basandi syarak-syarak basandi Kitabullah dalam mewujudkan integrasi akuntabilitas dan transparansi sebagai pertanggungjawaban pengelolaan keuangan Masjid. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(1), 2535–2549. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/3307>
- Simanjuntak, D. A., & Januarsi, Y. (2011). Akuntabilitas dan pengelolaan keuangan di Masjid. *Simposium Nasional Akuntansi XIV Aceh 2011, Fakultas Ekonomi Universitas Syiah Kuala Banda Aceh*.
- Siskawati, E., Ferdawati, & Surya, F. (2016). Bagaimana masjid dan masyarakat saling memakmurkan? pemaknaan akuntabilitas masjid. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 7(1), 70–80. <https://doi.org/10.18202/jamal.2016.04.7006>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sunardi, N., & Lesmana, R. (2020). Pelaksanaan alokasi dana desa terhadap manajemen keuangan desa dalam meningkatkan efektivitas program desa sejahtera mandiri di Desa Cihambulu Kecamatan Paburuan Kabupaten Subang. *Jurnal Sekuritas*, 3(1), 277–288.
- Supawanhar, S., Askani, A., Charolina, O., Ditasman, D., & Hartono, R. (2022). Akuntabilitas dan transparansi keuangan Masjid melalui pelatihan administrasi keuangan Masjid Al-Muttaqin Kota Bengkulu. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bumi Raflesia*, 5(1), 817–823. <https://doi.org/10.36085/jpmb.v5i1.3147>
- Suratman, S., Yulianti, Y., & Wahdi, N. (2019). Pendampingan penyusunan aplikasi laporan keuangan Masjid yang akuntabel sesuai PSAK 45. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 3(2), 139–147. <https://doi.org/10.31764/jmm.v0i0.1158>
- Syukur, M. (2023). *Jaksa beri sinyal penetapan tersangka korupsi Masjid di Pekanbaru*. Liputan6.com.
- Ula, I. D., Halim, M., & Nastiti, A. S. (2021). Penerapan ISAK 35 pada Masjid Baitul Hidayah Puger Jember. *Progress: Jurnal Pendidikan, Akuntansi Dan Keuangan*, 4(2), 152–162. <https://doi.org/10.47080/progress.v4i2.1286>

## Lampiran 1. Justifikasi Anggaran Penelitian

<b>1. Bahan Habis Pakai</b>				
<b>Material</b>	<b>Justifikasi</b>	<b>Kuantitas</b>	<b>Harga Satuan (Rp)</b>	<b>Harga Peralatan Penunjang (Rp)</b>
				<b>Tahun Sekarang</b>
Bahan	Biaya cetak	2 Bendel	40.000	80.000
Bahan	Kertas A4 (ATK)	1 Rim	60.000	60.000
Bahan	Kuitansi (ATK)	2 Buah	5.000	10.000
Bahan	Map Kertas (ATK)	1 Pack	30.000	30.000
Bahan	Amplop (ATK)	1 Box	12.000	12.000
Bahan	Materai 10 Ribu (ATK)	4 Buah	12.000	48.000
Bahan	Paket data internet (2 anggota)	3 Paket	50.000	150.000
<b>SUB TOTAL (Rp)</b>				<b>400.000</b>
<b>2. Pengumpulan Data</b>				
<b>Material</b>	<b>Justifikasi</b>	<b>Kuantitas</b>	<b>Harga Satuan (Rp)</b>	<b>Harga Peralatan Penunjang (Rp)</b>
				<b>Tahun Sekarang</b>
Pengumpulan Data	HR Pembantu Peneliti (HR Mahasiswa Pengumpulan Data)	2 orang	190.000	380.000
Pengumpulan Data	FGD Persiapan Penelitian	4 Paket	85.000	340.000
Pengumpulan Data	Uang Harian Rapat didalam Kantor (HR Lembur)	2 orang	160.000	480.000
<b>SUB TOTAL (Rp)</b>				<b>1.200.000</b>
<b>3. Analisa Data</b>				
<b>Material</b>	<b>Justifikasi</b>	<b>Kuantitas</b>	<b>Harga Satuan (Rp)</b>	<b>Harga Peralatan Penunjang (Rp)</b>
				<b>Tahun Sekarang</b>
Analisis Data	Biaya Analisis Data (Pengolahan Data/ Reduksi Data)	2 Paket	150.000	300.000

Analisis Data	Honorarium Pengolah Data (Biaya olah data—HR Mahasiswa untuk konfirmasi data)	2 Paket	200.000	400.000
<b>SUB TOTAL (Rp)</b>				<b>700.000</b>
<b>4. Pelaporan, Luaran Wajib, Luaran Tambahan</b>				
Material	Justifikasi	Kuantitas	Harga Satuan (Rp)	Harga Peralatan Penunjang (Rp)
				Tahun Sekarang
Pelaporan, Luaran Wajib, dan Luaran Tambahan	Biaya Publikasi Sinta 3	1 Artikel	550.000	550.000
Pelaporan, Luaran Wajib, dan Luaran Tambahan	Jasa penerjemah artikel ke Bahasa Inggris	1 Artikel	150.000	150.000
<b>SUB TOTAL (Rp)</b>				<b>700.000</b>
<b>TOTAL ANGGARAN YANG DIPERLUKAN SETIAP TAHUN (Rp)</b>				<b>3.000.000</b>
<b>TOTAL ANGGARAN YANG DIPERLUKAN SELURUHNYA (Rp)</b>				<b>3.000.000</b>

## Lampiran 2. Realisasi Anggaran Penelitian Tahap Pertama

Dana yang masuk pada termin 1 senilai Rp. 3.000.000,-

<b>1. Bahan Habis Pakai</b>					
Material	Justifikasi	Kuantitas	Harga Satuan (Rp)	RAB Harga Peralatan Penunjang (Rp)	Realisasi
				Tahun Sekarang	Tahun Sekarang
Bahan	Biaya cetak	2 Bendel	40.000	40.000	80.000
Bahan	Kertas A4 (ATK)	1 Rim	60.000	60.000	60.000
Bahan	Kuitansi (ATK)	2 Buah	5.000	10.000	10.000
Bahan	Map Kertas (ATK)	1 Pack	30.000	30.000	30.000
Bahan	Amplop (ATK)	1 Box	12.000	12.000	12.000
Bahan	Materai 10 Ribu (ATK)	4 Buah	12.000	48.000	48.000
Bahan	Paket data internet (2 anggota)	3 Paket	50.000	150.000	150.000
<b>SUB TOTAL (Rp)</b>				<b>400.000</b>	<b>400.000</b>
<b>2. Pengumpulan Data</b>					
Material	Justifikasi	Kuantitas	Harga Satuan (Rp)	RAB Harga Peralatan Penunjang (Rp)	Realisasi
				Tahun Sekarang	Tahun Sekarang
Pengumpulan Data	HR Pembantu Peneliti (HR Mahasiswa Pengumpulan Data)	2 orang	190.000	190.000	380.000
Pengumpulan Data	FGD Persiapan Penelitian	4 Paket	85.000	340.000	340.000
Pengumpulan Data	Uang Harian Rapat didalam Kantor (HR Lembur)	2 orang	160.000	480.000	480.000
<b>SUB TOTAL (Rp)</b>				<b>1.200.000</b>	<b>1.200.000</b>
<b>3. Analisa Data</b>					

Material	Justifikasi	Kuantitas	Harga Satuan (Rp)	RAB Harga Peralatan Penunjang (Rp)	Realisasi
				Tahun Sekarang	Tahun Sekarang
Analisis Data	Biaya Analisis Data (Pengolahan Data/ Reduksi Data)	2 Paket	150.000	300.000	300.000
Analisis Data	Honorarium Pengolah Data (Biaya olah data—HR Mahasiswa untuk konfirmasi data)	2 Paket	200.000	400.000	400.000
<b>SUB TOTAL (Rp)</b>				<b>700.000</b>	<b>700.000</b>
<b>4. Pelaporan, Luaran Wajib, Luaran Tambahan</b>					
Material	Justifikasi	Kuantitas	Harga Satuan (Rp)	RAB Harga Peralatan Penunjang (Rp)	Realisasi
				Tahun Sekarang	Tahun Sekarang
Pelaporan, Luaran Wajib, dan Luaran Tambahan	Biaya Publikasi Sinta 3	1 Artikel	550.000	550.000	550.000
Pelaporan, Luaran Wajib, dan Luaran Tambahan	Jasa penerjemah artikel ke Bahasa Inggris	1 Artikel	150.000	150.000	150.000
<b>SUB TOTAL (Rp)</b>				<b>700.000</b>	<b>700.000</b>
<b>TOTAL ANGGARAN YANG DIPERLUKAN SETIAP TAHUN (Rp)</b>				<b>3.000.000</b>	<b>3.000.000</b>
<b>TOTAL ANGGARAN YANG DIPERLUKAN SELURUHNYA (Rp)</b>				<b>3.000.000</b>	<b>3.000.000</b>
<b>SELISIH DANA YANG DIPERLUKAN (KEKURANGAN DANA DI TERMIN KE 2)</b>					<b>0</b>



**Lampiran 3. Susunan Organisasi dan Pembagian Tugas Tim Peneliti**

No	Nama/NIDN	InstansiAsal	Bidang Ilmu	Alokasi Waktu (jam/minggu)	Uraian Tugas
1	Adi Lukman Hakim, SE., M.M/ 0709059203	Universitas Muhammadiyah Lamongan	Manajemen	15 jam  (Rincian: 1 Hari = 3 Jam Masa Kerja 5 Hari dalam 1 Minggu)	1. Menyusun Latar Belakang 2. Komparasi Studi Literatur 3. Merencanakan Pengambilan Data 4. Pengumpulan Data/ Pengukuran 5. Analisis Data 6. Kesimpulan dan Verifikasi 7. Publikasi Luaran Jurnal
2	Erna Nur Faizah, SE., M.M/ 0718107902	Universitas Muhammadiyah Lamongan	Manajemen	10 Jam  (Rincian: 1 Hari = 2 Jam Masa Kerja 5 Hari dalam 1 Minggu)	1. Merencanakan Pengambilan Data 2. Pengumpulan Data/ Pengukuran 3. Analisis Data 4. Kesimpulan dan Verifikasi
3	Agus Arif Priyanto/ 1901010031	Universitas Muhammadiyah Lamongan	Manajemen	10 Jam  (Rincian: 1 Hari = 2 Jam Masa Kerja 5 Hari dalam 1 Minggu)	1. Merencanakan Pengambilan Data 2. Pengumpulan Data/ Pengukuran 3. Analisis Data 4. Kesimpulan dan Verifikasi

## Lampiran 4. Biodata Ketua dan Anggota

### A. Identitas Diri (Ketua Pengusul)

1	Nama Lengkap (dengan gelar)	Adi Lukman Hakim, SE., M.M
2	Jenis Kelamin	L
3	Jabatan Fungsional	Asisten Ahli
4	NIP/NIK	19920509202001132/0709059203
5	NIDN	0709059203
6	Tempat dan Tanggal Lahir	Pontianak, 09 Mei 1992
7	E-mail	<a href="mailto:adilukmanhakim@umla.ac.id">adilukmanhakim@umla.ac.id</a>
8	Nomor Telepon/HP	085330932027
9	Alamat Kantor	Jl. Raya Plalangan, Plosowahyu, Lamongan
10	Nomor Telepon/Fax	0322-322356
11	Lulusan yang Telah Dihasilkan	-
12	Mata Kuliah yang Diampu	MSDM Internasional
		Hubungan Internasional
		Manajemen SDM
		Pengantar Manajemen
		Bisnis Internasional
		Budaya Organisasi
		Etika Bisnis
		Perekonomian Indonesia
		Metode Penelitian
		Perilaku Organisasi
		Hubungan industrial
		Evaluasi kinerja
Perencanaan dan pengembangan karir		

### B. Riwayat Pendidikan

	S-1	S-2	S-3
Nama Perguruan Tinggi	Universitas Muhammadiyah Malang	Universitas Negeri Malang	
Bidang Ilmu	Manajemen	Magister Manajemen	
Tahun Lulus	2015	2018	

### C. Pengalaman Penelitian Dalam 5 Tahun Terakhir

(Bukan Skripsi, Tesis dan Disertasi)

No.	Tahun	Judul Penelitian	Pendanaan	
			Sumber*	Jml (Juta Rp)
1	2020	<i>Analysis The Effect of Trading Volume Activity and External Factors to Composite Stock Price Index</i>	UMLA	Rp 2.000.000,-
2	2020	<i>The Effect of Work Motivation and Work Discipline on Employee</i>	UMLA	Rp 2.000.000,-

3	2020	Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Moderasi	UMLA	Rp 2.000.000,-
---	------	---	------	----------------

\*Tuliskan sumber pendanaan baik dari skema penelitian DRPM maupun dari sumber lainnya.

#### D. Pengalaman Pengabdian Kepada Masyarakat dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Tahun	Judul Pengabdian Kepada Masyarakat	Pendanaan	
			Sumber*	Jml (Juta Rp)
1	2020	Pelatihan dan Workshop Pengelolaan Koperasi Sekolah di SMP dan SMA Al-Ghozali Paserean Arosbaya	UMLA	Rp 2.000.000,-
2	2020	Customer Relationship Management (CRM) Training in Increasing Business Sales During The Covid-19 Pandemic	UMLA	Rp 2.000.000,-

\*Tuliskan sumber pendanaan baik dari skema penelitian DRPM maupun dari sumber lainnya.

#### E. Publikasi Artikel Ilmiah Dalam Jurnal dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Judul Artikel Ilmiah	Nama Jurnal	Volume/ Nomor/Tahun
1	<i>Analysis The Effect of Trading Volume Activity and External Factors to Composite Stock Price Index</i>	Faculty of Economics, State Islamic University of Maulana Malik Ibrahim Malang - MEC-J (Management and Economics Journal)	2020
2	<i>The Effect of Work Motivation and Work Discipline on Employee Performance</i>	Magister of Management Program in Economics and Business Faculty, University of DR Soetomo - Sinergi : Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen	2020

#### F. Pemakalah Seminar Ilmiah (Oral Presentation) dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Nama Temu Ilmiah /Seminar	Judul Artikel Ilmiah	Waktu dan Tempat
1			

#### G. Karya Buku dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Judul Buku	Tahun	Jumlah Halaman	Penerbit
1				

#### H. Perolehan HKI dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Judul/Tema HKI	Tahun	Jenis	Nomor P/ID
1				

**I. Pengalaman Merumuskan Kebijakan Publik/Rekayasa Sosial Lainnya dalam 5 Tahun Terakhir**

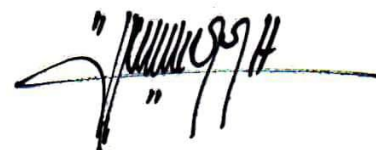
No.	Judul/Tema/Jenis Rekayasa Sosial Lainnya yang Telah Diterapkan	Tahun	Tempat Penerapan	Respon Masyarakat
1				

**J. Penghargaan dalam 5 tahun Terakhir (dari pemerintah, asosiasi atau institusi lainnya)**

No.	Jenis Penghargaan	Institusi Pemberi Penghargaan	Tahun
1			

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi. Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan Penugasan penelitian dosen pemula tahun 2020.

Lamongan, 02 Januari 2020  
Ketua



(Adi Lukman Hakim, SE., M.M)

**A. Identitas Diri (Anggota)**

1	Nama Lengkap (dengan gelar)	Erna Nur Faizah, SE., M.M
2	Jenis Kelamin	P
3	Jabatan Fungsional	Asisten ahli
4	NIP/NIK	19791018200508012
5	NIDN	0718107902
6	Tempat dan Tanggal Lahir	Surabaya, 18 Oktober 1979
7	E-mail	<a href="mailto:faizahnurerna@gmail.com">faizahnurerna@gmail.com</a>
8	Nomor Telepon/HP	-
9	Alamat Kantor	Jl. Raya Plalangan, Plosowahyu, Lamongan
10	Nomor Telepon/Fax	0322-322356
11	Lulusan yang Telah Dihilangkan	-
12	Mata Kuliah yang Diampu	

**B. Riwayat Pendidikan**

	S-1	S-2	S-3
Nama Perguruan Tinggi	STIE KH AD Lamongan	STIE ABI Surabaya	
Bidang Ilmu	Manajemen	MSDM	
Tahun Lulus	2005	2010	

**C. Pengalaman Penelitian Dalam 5 Tahun Terakhir**

(Bukan Skripsi, Tesis dan Disertasi)

No.	Tahun	Judul Penelitian	Pendanaan	
			Sumber*	Jml (Juta Rp)
1				

*\*Tuliskan sumber pendanaan baik dari skema penelitian DRPM maupun dari sumber lainnya.***D. Pengalaman Pengabdian Kepada Masyarakat dalam 5 Tahun Terakhir**

No.	Tahun	Judul Pengabdian Kepada Masyarakat	Pendanaan	
			Sumber*	Jml (Juta Rp)
1				

*\*Tuliskan sumber pendanaan baik dari skema penelitian DRPM maupun dari sumber lainnya.***E. Publikasi Artikel Ilmiah Dalam Jurnal dalam 5 Tahun Terakhir**

No.	Judul Artikel Ilmiah	Nama Jurnal	Volume/ Nomor/Tahun
1			

**F. Pemakalah Seminar Ilmiah (Oral Presentation) dalam 5 Tahun Terakhir**

No.	Nama Temu Ilmiah /Seminar	Judul Artikel Ilmiah	Waktu dan Tempat
1			

**G. Karya Buku dalam 5 Tahun Terakhir**

No.	Judul Buku	Tahun	Jumlah Halaman	Penerbit
1				

**H. Perolehan HKI dalam 5 Tahun Terakhir**

No.	Judul/Tema HKI	Tahun	Jenis	Nomor P/ID
1				

**I. Pengalaman Merumuskan Kebijakan Publik/Rekayasa Sosial Lainnya dalam 5 Tahun Terakhir**

No.	Judul/Tema/Jenis Rekayasa Sosial Lainnya yang Telah Diterapkan	Tahun	Tempat Penerapan	Respon Masyarakat
1				

**J. Penghargaan dalam 5 tahun Terakhir (dari pemerintah, asosiasi atau institusi lainnya)**

No.	Jenis Penghargaan	Institusi Pemberi Penghargaan	Tahun
1			

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi. Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan Penugasan penelitian dosen pemula tahun 2020.

Lamongan, 02 Januari 2020  
Anggota



(Erna Nur Faizah, SE., MM)

## A. Identitas Diri Anggota 2

1	Nama Lengkap	Agus Arif Priyanto
2	Jenis Kelamin	L
3	NIM	1901010031
4	Instansi	Universitas Muhammadiyah Lamongan

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi. Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan Penugasan penelitian tahun 2020.

Lamongan, 02 Januari 2020  
Anggota



(Agus Arif Priyanto)