

**PENGARUH PRODUK, FASILITAS DAN TESTIMONI  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN  
GAO KOPI SEMURUP**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Salah Satu Syarat Guna  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi



Disusun oleh :  
**AFDHIL FAUZAN**  
NPM : 1810061201295

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SAKTI ALAM KERINCI  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
SUNGAI PENUH  
2023**

# PENGARUH PRODUK, FASILITAS DAN TESTIMONI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN GAO KOPI SEMURUP

AFDHIL FAUZAN

Pembimbing Melifia Liantifa, S.P., M.Si  
Program Studi Manajemen

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Sakti Alam Kerinci, Sungai Penuh

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Apakah terdapat pengaruh produk, fasilitas dan testimoni secara parsial maupun secara simultan terhadap kepuasan konsumen dan berapa besarnya pengaruh produk, fasilitas dan testimoni pada Gao Kopi Semurup? Penelitian ini dilakukan pada konsumen Gao Kopi Semurup sebanyak 90 orang. Dalam penelitian ini dilakukan dengan cara menggunakan metode *Probability Sampling*. Responden yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 90 orang konsumen Gao Kopi Semurup pada tanggal 14 maret 2023 s.d 27 maret 2023. Analisis data menggunakan Regresi Linear Berganda dan Koefisien Determinasi. Metode pengambilan data adalah dengan menggunakan kuisioner. Hasil dari penelitian ini terdapat pengaruh yang signifikan antara produk terhadap kepuasan konsumen di Gao Kopi Semurup dengan dibuktikan dengan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,318 > 1,66235$ ) serta dengan nilai signifikansi produk = ( $1,16 > 0,05$ ). Artinya nilai signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara produk terhadap kepuasan konsumen 15 %. Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, ini dibuktikan dengan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,239 > 1,66235$ ) serta dengan nilai signifikansi produk = ( $1,85 > 0,05$ ). Artinya nilai signifikansi  $> 0,05$ . maka  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara fasilitas terhadap kepuasan konsumen 14 %. Testimoni berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, ini dibuktikan dengan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,446 > 1,66235$ ) serta dengan nilai signifikansi produk = ( $0,67 > 0,05$ ). Artinya nilai signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara testimoni terhadap kepuasan konsumen 24 %. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan pedoman bagi Gao Kopi Semurup tetap memperhatikan produk, fasilitas dan testimoni serta memperhatikan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata Kunci : Produk, Fasilitas, Testimoni, Kepuasan Konsumen**

**ON CUSTOMER SATISFACTION  
GAO COFFEE SEMURUP**

**AFDHIL FAUZAN**

*Supervisor Melifia Liantifa, S.P., M.Sc*

*Management Study Program*

*Sakti Alam Kerinci College of Economics (STIE), Sungai Penuh*

**ABSTRACT**

*This study aims to determine whether there is an effect of products, facilities and testimonials partially or simultaneously on customer satisfaction and how much influence the products, facilities and testimonials have on Gao Kopi Semurup? This research was conducted on 90 consumers of Gao Kopi Semurup. This research was conducted by using the Probability Sampling method. Respondents used in this study were 90 consumers of Gao Kopi Semurup from March 14, 2023 to March 27, 2023. Data analysis used Multiple Linear Regression and the Coefficient of Determination. Data collection method is to use a questionnaire. The results of this study show that there is a significant effect between products on consumer satisfaction at Gao Kopi Semurup as evidenced by  $t$  count  $>$   $t$  table ( $2.318 > 1.66235$ ) and with product significance value = ( $1.16 > 0.05$ ). This means that the significance value is  $>$   $0.05$ , then  $H_0$  is rejected,  $H_a$  is accepted, meaning that there is a significant influence between products on consumer satisfaction, 15%. Facilities have a significant effect on customer satisfaction, this is evidenced by  $t$  count  $>$   $t$  table ( $2.239 > 1.66235$ ) and with a product significance value = ( $1.85 > 0.05$ ). This means that the significance value is  $>$   $0.05$ . then  $H_0$  is rejected  $H_a$  is accepted, meaning that there is a significant influence between facilities on consumer satisfaction 14%. Testimonials have a significant effect on consumer satisfaction, this is evidenced by  $t$  count  $>$   $t$  table ( $3.446 > 1.66235$ ) and with a product significance value = ( $0.67 > 0.05$ ). This means that the significance value is  $>$   $0.05$ , then  $H_0$  is rejected,  $H_a$  is accepted, meaning that there is a significant influence between testimonials on customer satisfaction, 24%. The results of this study are expected to be used as a guideline for Gao Kopi Semurup while still paying attention to products, facilities and testimonials as well as paying attention to other variables not examined in this study.*

**Keywords: Products, Facilities, Testimonials, Consumer Satisfaction**

SUNGAI PENUH