



SEKOLAH TINGGI KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
(STKIP) PGRI BANGKALAN
PUSAT BAHASA

Jl. Soekarno Hatta No. 52 Bangkalan Telp/Fax. (031) (031) 99301078 / 3092325
e-mail: admin@stkipgri-bkl.ac.id website: www.stkipgri-bkl.ac.id

SURAT KETERANGAN

Nomor: 164/B11/C/IX/2022

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Arfiyan Ridwan, M.Pd

NIDN : 0723078802

Jabatan : Kepala Pusat Bahasa

Menerangkan bahwa artikel di bawah ini:

- a) Nama penulis : Ihwan Firmansyah, M.Pd
- b) Judul artikel : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Terhadap Rumah Makan Mie Cokro Bangkalan
- c) Nama Jurnal : Eco-Socio: Jurnal ilmu dan Pendidikan Ekonomi
- d) Vol/No/tahun : 4 / 2/ 2019
- e) Tingkat similaritas : 23 %

telah diperiksa tingkat plagiasinya dengan menggunakan perangkat *Turnitin* dengan hasil yang dilampirkan bersama surat ini.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan digunakan sebagaimana mestinya.

Bangkalan, 8 September 2022

Kepala Pusat Bahasa



Arfiyan Ridwan, M.Pd
NIDN 0723078802

Article 4

by Ihwan Firmansyah

Submission date: 07-Sep-2022 03:30PM (UTC-0400)

Submission ID: 1894578848

File name: 4._FACTORS_AFFECTING_CUSTOMER_SATISFACTION_TOWARDS_HOME.pdf (183.5K)

Word count: 3638

Character count: 22691



FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP RUMAH MAKAN MIE COKRO BANGKALAN

FACTORS AFFECTING CUSTOMER SATISFACTION TOWARDS HOME EATING COKRO NOODLES BANGKALAN

Joko septaryanto, M.Pd
STKIP PGRI BANGKALAN
joko@stkipgri-bkl.ac.id

Ihwan Firmansyah, M.Pd
STKIP PGRI BANGKALAN
ihwan@stkipgri-bkl.ac.id

Abstract

This study aimed to determine factors consisted of service, price and product simultaneously and partially affect the consumer satisfaction at Mie Restaurant Cokro Bangkalan. In this study used descriptive quantitative, the analytical method used multiple linear regression analysis, the population was one hundred people, the sample was fifty respondents, and sampling technique used Non Probability. The result showed that simultaneously all variables had an effect consumer satisfaction an Mie Restaurant Cokro Bangkalan, while the partial price is a variable that had a significant effect on consumer satisfaction.

Keywords: Servis, Price, Product, Consumer Satisfaction

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor yang terdiri dari pelayanan, harga dan produk secara simultan dan parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Mie Cokro Bangkalan. Dalam penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif deskriptif, metode analisisnya menggunakan analisis Regresi Linier Berganda, populasi sebanyak seratus orang, sampel lima puluh responden, dan teknik pengambilan sampel adalah menggunakan Non Probability. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan semua variabel berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di rumah makan Mie Cokro Bangkalan, sedangkan secara parsial harga adalah variabel yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata kunci: Pelayanan, Harga, Produk, Kepuasan Konsumen

PENDAHULUAN

Makanan merupakan kebutuhan pokok manusia yang di butuhkan setiap saat dan dimanapun ia berada serta memerlukan pengelolaan yang baik dan benar agar bermanfaat bagi tubuh. Tanpa adanya makanan dan minuman manusia tidak dapat melangsungkan hidupnya, seperti pendapat yang dikemukakan oleh Abraham Maslow dan Bahtiar (2010:47) bahwa terdapat lima kebutuhan dasar manusia salah satunya ialah kebutuhan fisiologis ini berkaitan dengan kebutuhan pokok manusia sehari-hari seperti sandang, pangan, papan dan kebutuhan biologis manusia.

Manusia harus memenuhi kebutuhan ini sebagai kelangsungan hidupnya. Adapun pengertian makanan menurut WHO (World Health Organization) yaitu semua substansi yang diperlukan tubuh, kecuali air dan obat-obatan dan substansi yang digunakan untuk pengobatan (Putraparabu 2008). Dengan adanya pergeseran pola konsumsi dan gaya hidup perkotaan, maka terjadi pula peningkatan yang dilakukan di luar rumah. Kondisi ini membuat adanya peningkatan pada permintaan masyarakat terhadap makanan jadi, hal inipun di manfaatkan oleh sebagian orang atau masyarakat untuk mengolah dan menciptakan berbagai variasi makanan.

Joko septaryanto, M.Pd dan Ihwan Firmansyah, M.Pd Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen.... | 84





Sejak diresmikannya Jembatan Suramadu, Kabupaten Bangkalan menjadi gerbang utama pulau Madura, hal ini pula yang menjadi peluang besar bagi masyarakat Madura untuk memperbaiki perekonomiannya, khususnya masyarakat Bangkalan. Banyak sekali jenis usaha yang dilakukan masyarakat Bangkalan baik yang berupa barang atau jasa. Termasuk di antaranya yaitu usaha rumah makan.

Rumah makan mie saat ini mengalami perubahan yang sangat pesat dimana mie dulu yang hanya berupa mie ayam sekarang sudah banyak variasinya seperti mie pecut, mie perang, mie setan dan lain sebagainya. Salah satu rumah makan mie yang sangat digemari saat ini adalah rumah makan Mie Cokro merupakan rumah makan yang tergolong baru di daerah Bangkalan yang dibangun pada September 2016, dengan karyawan sejumlah 18 belas orang, Rumah Makan Mie Cokro ini memiliki ciri khas yang sangat unik dari rumah makan lain karena pada rumah makan mie Cokro tidak hanya tingkatan level saja namun juga memiliki variasi dimana antara variasi ini memiliki keunikan cita rasa tersendiri, seperti mie Cokro original, mie kornet, seefood, dan kare namun yang sangat digemari adalah Mie Cokro Kare.

Saat ini rumah makan mengalami persaingan yang sangat ketat, oleh karena itu demi menjaga kelangsungan serta kesetiaan konsumen Rumah Makan Mie Cokro harus senantiasa memerhatikan keinginan konsumen, karena kepuasan konsumen diberikan melalui segala sesuatu yang melekat pada produk, harga dan pelayanan, misalnya makanan, tempat, atau fasilitas serta tenaga penjual, begitu pula harga juga sangat menentukan kepuasan masyarakat.

Pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dari serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengolah hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya. Menurut Kotler & Keller (2012), “Pemasaran adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. Sedangkan Menurut Kotler dan Armstrong (2012:29) “Pemasaran adalah proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan dengan pelanggan yang kuat untuk menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya”.

Dalam peranan strateginya, pemasaran mencakup setiap usaha untuk mencapai kesesuaian antara perusahaan dengan lingkungannya dalam rangka mencari pemecahan atas masalah penentuan dua pertimbangan pokok. Pertama bisnis apa yang digeluti perusahaan saat ini dan jenis bisnis apa yang dapat dimasuki di masa mendatang. Dan yang kedua, bagaimana bisnis yang telah dipilih tersebut dapat dijalankan dengan elemen-elemen bauran pemasaran untuk melayani pasar sasaran. Menurut Kotler Armstrong (2012:75) bauran pemasaran merupakan seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus menerus mencapai tujuan perusahaannya di pasar sasaran.

Joko septaryanto, M.Pd dan Ihwan Firmansyah, M.Pd Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen.... | 85



Bauran pemasaran didefinisikan sebagai elemen-elemen sebuah organisasi kontrak yang dapat digunakan untuk memenuhi atau berkomunikasi dengan pelanggan. Unsur-unsur ini muncul sebagai keputusan inti variabel dalam teks pemasaran atau marketing plan. Menurut Buchari Alma (2011:205), *Marketing mix* merupakan strategi mencakup kegiatan-kegiatan *marketing*, agar dicari kombinasi maksimal sehingga mendatangkan hasil paling memuaskan”.

Dari beberapa definisi di atas terdapat beberapa persamaan yaitu bahwa marketing mix merupakan kombinasi dari faktor-faktor yang dapat dikendalikan perusahaan dan dapat membentuk suatu sistem pemasar dalam mencapai tujuan perusahaan pasar sasaran.

Konsep bauran pemasaran menurut Kotler dan Keller (2012:25) terdiri dari 4P, yaitu *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), dan *promotion* (promosi).

Pelayanan adalah dimana suatu proses menggunakan akal, pikiran, pancaindera, dan anggota badan dengan alat bantu yang dilakukan oleh seseorang untuk mendapatkan sesuatu yang diinginkan, baik dalam bentuk barang maupun dalam bentuk jasa. Dan kualitas pelayanan menjadi suatu hal yang harus dilakukan perusahaan supaya mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan dari pelanggan (konsumen). Definisi pelayanan Menurut Kotler (2008 : 85)) adalah: setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Dalam Tripti Sunah 2016 yang mengartikan pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi akibat adanya interaksi antara konsumen dan karyawan atau hal-hal lain yang disebabkan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan.

Berdasarkan definisi di atas dapat diketahui bahwa ciri pokok pelayanan adalah tidak kasat mata (tidak dapat diraba) dan melibatkan upaya manusia atau peralatan lain yang disediakan oleh perusahaan penyelenggara pelayanan

Menurut Tjiptono (2010) dalam Buku *Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen* Kualitas atau mutu dalam industri jasa: “suatu penyajian produk atau jasa sesuai ukuran yang berlaku di tempat produk tersebut diadakan dan penyampaianya setidaknya sama dengan yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumens. Dengan demikian mutu atau kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan konsumen, yaitu adanya kesesuaian antara harapan dengan persepsi manajemen, adanya kesesuaian antara persepsi atas harapan konsumen dengan standar kerja karyawan, adanya kesesuaian antara standar kerja karyawan



dengan pelayanan yang diberikan, adanya kesesuaian antara pelayanan yang diberikan dengan pelayanan yang dijanjikan dan adanya kesesuaian antara pelayanan yang diterima dengan yang diharapkan konsumen.

Mengacu pada pengertian kualitas layanan tersebut, maka konsep kualitas layanan adalah suatu daya tanggap dan realitas dari jasa yang diberikan perusahaan. Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Hal ini berarti bahwa kualitas yang baik bukanlah berdasarkan persepsi penyediaan jasa, melainkan berdasarkan persepsi pelanggan.

Kepuasan

Kepuasan Menurut Kamus Bahasa Indonesia puas adalah ; merasa senang ; perihal (yang bersifat puas, kesenangan, kelegaan dan sebagainya). Kepuasan dapat di artikan sebagai perasaan puas, rasa senang dan kelegaan seseorang dikarenakan mengkonsumsi suatu produk atau jasa untuk mendapatkan suatu pelayanan suatu jasa. Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller kepuasan adalah perasaan senang dan kecewa seseorang setelah membandingkan kinerja(hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Menurut Kotler (2008) kepuasan adalah tingkat kepuasan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Jadi kepuasan atau ketidak puasan adalah kesimpulan dari interaksi antara harapan dan pengalaman sesudah memakai jasa atau pelayanan yang diberikan.

Upaya untuk mewujudkan kepuasan pelanggan total bukanlah hal yang mudah, Mudie dan Cottom menyatakan bahwa kepuasan pelanggan total tidak mungkin tercapai, sekalipun hanya untuk sementara waktu (Tjiptono, 2010).

Berdasarkan uraian dari beberapa ahli tersebut atas, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan adalah perasaan senang, puas individu karena antara harapan dan kenyataan dalam memakai, dan pelayanan yang diberikan terpenuhi.

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan

1. Kualitas produk, pelanggan akan merasa puas kalau setelah membeli dan menggunakan produk tersebut ternyata kualitas produknya baik.
2. Harga, untuk pelanggan yang sensitive, biasanya harga adalah sumber kepuasan karena pelanggan akan mendapatkan value for money yang tinggi
3. Kualitas servis, kepuasan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru, kualitas pelayanan merupakan daerah yang mempunyai banyak dimensi, salah satunya yang populer adalah service quality.
4. Faktor emosional, pelanggan akan merasa puas (bangga) karena adanya emosional value yang diberikan oleh brand dari produk tersebut.
5. Biaya dan kemudahan, pelanggan akan semakin puas apabila relative mudah

Joko septaryanto, M.Pd dan Ihwan Firmansyah, M.Pd Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen.... | 86

nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.

Dalam upaya memenuhi kepuasan konsumen, perusahaan memang di tuntut kejiannya untuk mengetahui pergeseran kebutuhan dan keinginan pelanggan yang hampir setiap saat berubah. Pembeli akan bergerak setelah membentuk persepsi terhadap nilai penawaran, kepuasan sesudah pembelian tergantung dari kinerja penawaran dibandingkan dengan harapannya. pelanggan akan merasa puas dan bila kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan akan merasakan sangat puas senang atau gembira (Philip Kotler, 1997), dalam buku *manajemen pemasaran*. Pengertian harapan pelanggan di sini adalah memegang peranan penting dan sangat besar pengaruhnya dalam menentukan kualitas produk (barang dan jasa).

METODE

Dalam penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Dimana metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana, dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya. Menurut sugiyono (2014) dikatakan kuantitatif karena metode ini sudah cukup lama digunakan sehingga sudah mentradisi sebagai metode untuk penelitian. Peneliti menggunakan pendekatan deskriptif. Pendekatan deskriptif adalah suatu penelitian yang tidak membuat perbandingan variabel pada sampel tetapi mencari hubungan variabel yang satu dengan variabel yang lain (Sugiyono, 2015)

Menurut Sugiyono, (2010) dalam buku *"panduan praktis memahami penelitian"* variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel

1. Variabel Bebas (X)

Variabel bebas atau variabel independen sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor tendency. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Adapun variabel bebasnya dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- X1 : Pelayanan
- X2 : Harga
- X3 : Produk

2. Variabel Terikat (Y)

Variabel terikat atau variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Adapun variabel bebas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Y : Kepuasan konsumen.

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh





peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. (Sugiyono,2014: 80).

Jadi populasi bukan hanya orang tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek tersebut.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono,2014: 8). Adapun sampel yang di gunakan adalah sebanyak 50 di karenakan keterbatasan dana, tenaga dan waktu. Dalam penelitian ini menggunakan sampling Insidental pengenjung Rumah Makan Mie Cokro Cokro Bngkalan secara keseluruhan. Sampling insidental yaitu teknik menentukan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila di pandang orang itu cocok sebagai sumber.

Waktu penelitian yaitu waktu yang dibutuhkan penulis untuk mencari responden dan menyebarkan angket, yaitu pada bulan Maret 2020 sampai 30 April 2020. Penelitian ini bertempat di Rumah Makan Mei Cokro Bangkalan.

Pengumpulan data dimaksudkan untuk kelengkapan data, karena hal ini akan mempengaruhi kualitas penelitian. Untuk mengolah data yang akan dianalisis, peneliti menggunakan metode kuantitatif, yaitu metode penganalisaan data yang berbentuk angka-angka atau statistik. Dalam hal ini analisis yang digunakan adalah dengan menggunakan metode Analisis Regresi Linier Berganda dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e_1$$

Keterangan :

Y= Kepuasan konsumen

X₁ = Pelayanan

X₂ = Harga

X₃ = Produk

a = Konstanta Garis Regresi

b = Koefisien Korelasi

e = Standart error/Kesalahan dianggap

i = 1, 2, ... n ; n : pengamatan 1 sampai '

1

a. Uji F

Uji F (uji signifikan simultan) pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh serentak / bersama-sama terhadap variabel dependent.

Kriteria pengujiannya menurut Sudjono (2009) dalam skripsi Eko Hardiantari Sutrisno (2014) adalah:

a. Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya secara simultan (bersama-sama) variabel bebas mempengaruhi variabel terikat.

b. Sebaliknya apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya secara simultan (bersama-sama) variabel bebas tidak mempengaruhi variabel terikat.

7

Joko septaryanto, M.Pd dan Ihwan Firmansyah, M.Pd Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen.... | 87



Dalam hal ini juga dapat dilihat dari signifikansi nilai F dengan asumsi :

- H_0 diterima bila sig. $F_{hitung} > 5\%$

1 - H_a diterima bila sig. $F < 5\%$

Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS Versi 21.0

b. Uji t

Uji t (uji signifikan secara parsial)

merupakan uji koefisien regresi secara satu-persatu, artinya apakah masing-masing variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan masyarakat / penganjung. Pengujian dilakukan dengan membandingkan antara t_{hitung} masing-masing variabel bebas dengan t_{tabel} pada derajat kesalahannya 5%, apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka variabel-variabel bebasnya memberi pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk memenuhi kebutuhan analisis data, maka obyek atau sasaran dalam penelitian ini adalah para konsumen yang datang ke Rumah Makan Mie Cokro Cokro Bangkalan. Penggunaan angket di dalam penelitian ini diharapkan akan memperoleh informasi secara langsung dari para konsumen yang mendatangi Rumah Makan Mie Cokro Cokro Bangkalan, yang dilihat dari pelayanan, harga, dan produk.

Untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel X yang terdiri dari pelayanan (X₁), harga (X₂) dan produk (X₃) terhadap variabel kepuasan (Y), maka dapat di hitung dengan menggunakan teknik analisis regresi berganda, adapun penjelasannya sebagai berikut :

Tabel 1
Tabel Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

1	Unstandardi		Standardiz		t	Sig.
	zed		ed			
	Coefficients		Coefficients			
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	1.533	1.031			1.487	.143
X1	-.150	.052	-.238		-2.866	.006
X2	1.101	.224	1.222		4.909	.000
X3	-.101	.362	-.060		-.279	.782

a. Dependent Variable: Y
Data: diolah oleh SPSS versi 21



Berdasarkan tabel diatas, maka dapat diketahui bahwa regresi yang dihasilkan adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

$$Y = 1.533 + (-0.150)X_1 + 1.101X_2 + (-0.101)X_3$$

$$Y = 8.648 - 0.150X_1 + 1.101X_2 - 0.101X_3$$

Keterangan :

Y = Kepuasan konsumen Rumah Makan Mie

Cokro Cokro Bangkalan

a = Konstanta

b₁ = Koefisien regresi

X₁ = pelayanan

X₂ = harga

X₃ = produk

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.964 ^a	.930	.925	.232

a. Predictors: (Constant), X₃, X₁, X₂

Berdasarkan hasil pengolahan data diatas dengan menggunakan SPSS didapatkan koefisien korelasi (R) sebesar 0,964 nilai ini dapat diartikan ada hubungan kuat antara pelayanan, harga dan produk dengan kepuasan konsumen. Hal ini, karena nilai dari R hampir mendekati 1 yang artinya ada hubungan kuat.

Sedangkan nilai diatas juga menunjukkan nilai dan koefisien determinasi (R²) yaitu sebesar 0,925 yang artinya bahwa pengaruh variabel pelayanan, harga dan produk dengan kepuasan konsumen sebesar 92,5% sedangkan sisanya di pengaruhi oleh faktor diluar variabel tersebut diatas

Uji F

Uji F digunakan untuk melihat bagaimana pengaruh semua variabel bebasnya secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya, untuk menguji apakah model regresi yang kita buat baik / signifikan atau tidak baik/non signifikan.

Tabel 2

Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	34.185	3	11.395	211.636	.000 ^b
Residual	2.584	4	.646		
Total	36.769	7			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X₁, X₂, X₃

Dari uji ANOVA atau F test di dapat nilai F hitung sebesar 211.636 dengan probabilitas 0,000 karena probabilitas jauh lebih kecil dari 0,05 maka

model regresi dapat digunakan untuk memprediksi Kepuasan Konsumen atau dapat dikatakan bahwa Pelayanan, Harga, dan Produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen.

Uji t

Uji t dikenal dengan uji parsial, yaitu untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikatnya. Uji ini dapat dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel atau dengan melihat kolom signifikansi pada masing-masing t hitung. Apabila nilai sig t hitung lebih kecil dari 0,05 maka dapat di simpulkan bahwa variabel bebas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat, berikut penjelasan uji t dari masing –masing variabel

Tabel 3

Uji t Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	1.53	1.031		1.4	.14
1				87	3
X ₁	-.150		-.238	-	.00
				2.8	6
					66

Data: diolah oleh SPSS versi 21

Dari hasil data SPSS diatas, variabel pelayanan (X₁) tidak signifikan. Hal ini dapat dilihat dari probabilitas signifikansi untuk pelayanan sebesar 0,006. Jadi, dapat disimpulkan bahwa pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, karena sig t hitung lebih besar daripada 5%, maka H₀ diterima dan H_a ditolak.

Tabel 4

Uji t Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	1.533	1.031		1.48	.143
1				7	
X ₂	1.101	.224	1.222	4.90	.000
				9	





Data: diolah oleh SPSS versi 21

Dari ²³l data SPSS diatas, variabel Harga (X_2) signifikan. Hal ini dapat dilihat dari probabilitas signifikansi untuk harga sebesar 0,000. Jadi, dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, karena sig t hitung lebih kecil daripada 5%, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Tabel 5
Uji t Pengaruh Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

	Coefficients ^a					
	Unstandardized		t	Sig.	Standardized	
	B	Std. Error			Beta	
(Constant)	1.53	1.031	1.48	.143		
X3	-.101	.362	-.279	.782		

Data: diolah oleh SPSS

Dari hasil data SPSS diatas, variabel produk (X_3) tidak signifikan. Hal ini dapat dilihat dari probabilitas signifikansi untuk produk sebesar 0,782. Jadi, dapat disimpulkan bahwa produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, karena sig t hitung lebih besar daripada 5%, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

PENUTUP
Simpulan

Berdasarkan pembahasan dan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan uji F dapat disimpulkan bahwa faktor produk, harga dan pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal ini ²¹ukti dari nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} .
2. Berdasarkan hasil pengujian dengan uji t dapat disimpulkan bahwa secara parsial faktor pelayanan dan produk tidak mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dapat dilihat, dimana nilai t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} yang artinya H_0 diterima dan H_a ditolak.

3. Berdasarkan hasil pengujian dengan uji t dapat disimpulkan bahwa secara parsial faktor harga mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dapat dilihat, dimana nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yang artinya H_0 ditolak dan H_a diterima.

Jadi dapat disimpulkan, bahwa dari ketiga faktor pelayanan, harga, dan produk yang mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen adalah harga. Sedangkan pelayanan dan produk tidak mempunyai pengaruh terhadap kepuasan dalam membeli di Rumah Makan Mie Cokro Bangkalan.

Saran

²² Setelah membuat kesimpulan dari penelitian ini, maka ada beberapa hal yang dapat penulis ungkapkan sebagai saran dalam upaya untuk peningkatan kepuasan konsumen Mie Cokro Bangkalan. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis bahwa, pelayanan dan produk tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y), sedangkan harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada rumah makan mie Cokro bangkalan, maka saran dari peneliti hendaknya Rumah Makan Mie Cokro lebih meningkatkan lagi terhadap kualitas pelayannya serta kualitas produknya, agar para konsumen lebih tertarik lagi untuk mengkonsumsi mie Cokro dan untuk meningkatkan tingkat kepuasan konsumen. Untuk penelitian selanjutnya, agar supaya memilih tempat penelitian yang lebih besar luar lingkupnya agar data yang diperoleh lebih banyak lagi.

²²
DAFTAR PUSTAKA

Adi, Albertus Ferry Rostya. 2012. Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Warung Spesial Sambel Cabang Lampersari Semarang). Jurnal Yang Sudah Diterbitkan.

Abdurrahman Herdianan Nana. 2016. Manajemen Strategi Pemasaran. Cetakan Pertama. Bandung; CV Pustaka Setia.

Danang Sunyoto. 2014 Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen. Jakarta.

²¹ Tjiptono Fandy. 2008. Strategi Pemasaran, Edisi ke III, Yogyakarta. CV Andi Offset.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller 2009. Manajemen Pemasaran, Edisi ketiga belas Jilid 1. Terjemahan oleh Bob Sabran.. Jakarta: Erlangga.

Narbuko, Cholid dan Abu A. ¹⁸hadi. 2013. Metodologi Penelitian. Jakarta: Bumi Aksara





Sugiyono. 2014. metode penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R & D Cetakan ke 21. Bandung, Alfabeta.

Ratnasari, Ririn Tri dan Mastuti. 2011. Manajemen Pemasaran Jasa. Ghalia Indonesia. Bogor.

Sugiyosno. 2010. Manajemen Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D. Bandung. Alfabeta.

Biografi Penulis

Joko Septaryanto, M.Pd, Penulis adalah Dosen Prodi Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Bangkalan.

Ihwan Firmansyah, M.Pd

Penulis adalah Dosen Prodi PGSD STKIP PGRI Bangkalan.



Article 4

ORIGINALITY REPORT

23%

SIMILARITY INDEX

22%

INTERNET SOURCES

15%

PUBLICATIONS

6%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	ojs.widyakartika.ac.id Internet Source	3%
2	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	2%
3	pt.scribd.com Internet Source	2%
4	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	2%
5	id.123dok.com Internet Source	2%
6	Suhatman Suhatman, Meri Rahmania Sari, Patria Nagara, Nasfi Nasfi. "Pengaruh Atribut Produk dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Kota Pariaman di Toko Online Shopee", Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Ekonomi, 2020 Publication	1%
7	repository.ub.ac.id Internet Source	1%

8	repository.iainpurwokerto.ac.id Internet Source	1 %
9	library.binus.ac.id Internet Source	1 %
10	digilib.iainlangsa.ac.id Internet Source	1 %
11	repository.usd.ac.id Internet Source	1 %
12	repository.uinsu.ac.id Internet Source	1 %
13	text-id.123dok.com Internet Source	1 %
14	eckoahmadi.blogspot.com Internet Source	1 %
15	jurnal.stkippgri-bkl.ac.id Internet Source	1 %
16	Submitted to Universitas Negeri Surabaya The State University of Surabaya Student Paper	1 %
17	doku.pub Internet Source	<1 %
18	jurnal.untan.ac.id Internet Source	<1 %
19	eprints.iain-surakarta.ac.id	

<1 %

20

Submitted to Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia

Student Paper

<1 %

21

Veny Puspita. "PENGARUH PENGEMBANGAN PRODUK USAHA, KERAGAMAN PRODUK EKONOMI KREATIF DAN ETIKA PELAKU USAHA PARIWISATA TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG KE OBJEK WISATA DI KOTA BENGKULU", Creative Research Management Journal, 2020

Publication

<1 %

22

ROCHMAT HIDAYAT HARIYONO. "PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN (STUDI PADA LAPANGAN FUTSAL HIDAYAT FUTSAL SQUARE)", MANAJERIAL, 2018

Publication

<1 %

23

download.garuda.ristekdikti.go.id

Internet Source

<1 %

24

jurnalmadani.org

Internet Source

<1 %

25

repository.umsu.ac.id

Internet Source

<1 %

26

repository.unair.ac.id

Internet Source

<1 %

Exclude quotes On

Exclude bibliography On

Exclude matches < 10 words

Article 4

by Ihwan Firmansyah

Submission date: 07-Sep-2022 03:30PM (UTC-0400)

Submission ID: 1894578848

File name: 4_FACTORS_AFFECTING_CUSTOMER_SATISFACTION_TOWARDS_HOME.pdf (183.5K)

Word count: 3638

Character count: 22691



FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP RUMAH MAKAN MIE COKRO BANGKALAN

FACTORS AFFECTING CUSTOMER SATISFACTION TOWARDS HOME EATING COKRO NOODLES BANGKALAN

Joko septaryanto, M.Pd
STKIP PGRI BANGKALAN
joko@stkipgri-bkl.ac.id

Ihwan Firmansyah, M.Pd
STKIP PGRI BANGKALAN
ihwan@stkipgri-bkl.ac.id

Abstract

This study aimed to determine factors consisted of service, price and product simultaneously and partially affect the consumer satisfaction at Mie Restaurant Cokro Bangkalan. In this study used descriptive quantitative, the analytical method used multiple linear regression analysis, the population was one hundred people, the sample was fifty respondents, and sampling technique used Non Probability. The result showed that simultaneously all variables had an effect consumer satisfaction an Mie Restaurant Cokro Bangkalan, while the partial price is a variable that had a significant effect on consumer satisfaction.

Keywords: Servis, Price, Product, Consumer Satisfaction

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor yang terdiri dari pelayanan, harga dan produk secara simultan dan parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Mie Cokro Bangkalan. Dalam penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif deskriptif, metode analisisnya menggunakan analisis Regresi Linier Berganda, populasi sebanyak seratus orang, sampel lima puluh responden, dan teknik pengambilan sampel adalah menggunakan Non Probability. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan semua variabel berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di rumah makan Mie Cokro Bangkalan, sedangkan secara parsial harga adalah variabel yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata kunci: Pelayanan, Harga, Produk, Kepuasan Konsumen

PENDAHULUAN

Makanan merupakan kebutuhan pokok manusia yang di butuhkan setiap saat dan dimanapun ia berada serta memerlukan pengelolaan yang baik dan benar agar bermanfaat bagi tubuh. Tanpa adanya makanan dan minuman manusia tidak dapat melangsungkan hidupnya, seperti pendapat yang dikemukakan oleh Abraham Maslow dan Bahtiar (2010:47) bahwa terdapat lima kebutuhan dasar manusia salah satunya ialah kebutuhan fisiologis ini berkaitan dengan kebutuhan pokok manusia sehari-hari seperti sandang, pangan, papan dan kebutuhan biologis manusia.

Manusia harus memenuhi kebutuhan ini sebagai kelangsungan hidupnya. Adapun pengertian makanan menurut WHO (World Health Organization) yaitu semua substansi yang diperlukan tubuh, kecuali air dan obat-obatan dan substansi yang digunakan untuk pengobatan (Putraparabu 2008). Dengan adanya pergeseran pola konsumsi dan gaya hidup perkotaan, maka terjadi pula peningkatan yang dilakukan di luar rumah. Kondisi ini membuat adanya peningkatan pada permintaan masyarakat terhadap makanan jadi, hal inipun di manfaatkan oleh sebagian orang atau masyarakat untuk mengolah dan menciptakan berbagai variasi makanan.

Joko septaryanto, M.Pd dan Ihwan Firmansyah, M.Pd Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen.... | 84





Sejak diresmikannya Jembatan Suramadu, Kabupaten Bangkalan menjadi gerbang utama pulau Madura, hal ini pula yang menjadi peluang besar bagi masyarakat Madura untuk memperbaiki perekonomiannya, khususnya masyarakat Bangkalan. Banyak sekali jenis usaha yang dilakukan masyarakat Bangkalan baik yang berupa barang atau jasa. Termasuk di antaranya yaitu usaha rumah makan.

Rumah makan mie saat ini mengalami perubahan yang sangat pesat dimana mie dulu yang hanya berupa mie ayam sekarang sudah banyak variasinya seperti mie pecut, mie perang, mie setan dan lain sebagainya. Salah satu rumah makan mie yang sangat digemari saat ini adalah rumah makan Mie Cokro merupakan rumah makan yang tergolong baru di daerah Bangkalan yang dibangun pada September 2016, dengan karyawan sejumlah 18 belas orang, Rumah Makan Mie Cokro ini memiliki ciri khas yang sangat unik dari rumah makan lain karena pada rumah makan mie Cokro tidak hanya tingkatan level saja namun juga memiliki variasi dimana antara variasi ini memiliki keunikan cita rasa tersendiri, seperti mie Cokro original, mie kornet, seefood, dan kare namun yang sangat digemari adalah Mie Cokro Kare.

Saat ini rumah makan mengalami persaingan yang sangat ketat, oleh karena itu demi menjaga kelangsungan serta kesetiaan konsumen Rumah Makan Mie Cokro harus senantiasa memerhatikan keinginan konsumen, karena kepuasan konsumen diberikan melalui segala sesuatu yang melekat pada produk, harga dan pelayanan, misalnya makanan, tempat, atau fasilitas serta tenaga penjual, begitu pula harga juga sangat menentukan kepuasan masyarakat.

Pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dari serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengolah hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya. Menurut Kotler & Keller (2012), “Pemasaran adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. Sedangkan Menurut Kotler dan Armstrong (2012:29) “Pemasaran adalah proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan dengan pelanggan yang kuat untuk menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya”.

Dalam peranan strateginya, pemasaran mencakup setiap usaha untuk mencapai kesesuaian antara perusahaan dengan lingkungannya dalam rangka mencari pemecahan atas masalah penentuan dua pertimbangan pokok. Pertama bisnis apa yang digeluti perusahaan saat ini dan jenis bisnis apa yang dapat dimasuki di masa mendatang. Dan yang kedua, bagaimana bisnis yang telah dipilih tersebut dapat dijalankan dengan elemen-elemen bauran pemasaran untuk melayani pasar sasaran. Menurut Kotler Armstrong (2012:75) bauran pemasaran merupakan seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus menerus mencapai tujuan perusahaannya di pasar sasaran.

Joko septaryanto, M.Pd dan Ihwan Firmansyah, M.Pd Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen.... | 85



Bauran pemasaran didefinisikan sebagai elemen-elemen sebuah organisasi kontrak yang dapat digunakan untuk memenuhi atau berkomunikasi dengan pelanggan. Unsur-unsur ini muncul sebagai keputusan inti variabel dalam teks pemasaran atau marketing plan. Menurut Buchari Alma (2011:205), *Marketing mix* merupakan strategi mencakup kegiatan-kegiatan *marketing*, agar dicari kombinasi maksimal sehingga mendatangkan hasil paling memuaskan”.

Dari beberapa definisi di atas terdapat beberapa persamaan yaitu bahwa marketing mix merupakan kombinasi dari faktor-faktor yang dapat dikendalikan perusahaan dan dapat membentuk suatu sistem pemasar dalam mencapai tujuan perusahaan pasar sasaran.

Konsep bauran pemasaran menurut Kotler dan Keller (2012:25) terdiri dari 4P, yaitu *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), dan *promotion* (promosi).

Pelayanan adalah dimana suatu proses menggunakan akal, pikiran, pancaindera, dan anggota badan dengan alat bantu yang dilakukan oleh seseorang untuk mendapatkan sesuatu yang diinginkan, baik dalam bentuk barang maupun dalam bentuk jasa. Dan kualitas pelayanan menjadi suatu hal yang harus dilakukan perusahaan supaya mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan dari pelanggan (konsumen). Definisi pelayanan Menurut Kotler (2008 : 85)) adalah: setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. dalam Tripti Sunah 2016 yang mengartikan pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi akibat adanya interaksi antara konsumen dan karyawan atau hal-hal lain yang disebabkan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan.

Berdasarkan definisi di atas dapat diketahui bahwa ciri pokok pelayanan adalah tidak kasat mata (tidak dapat diraba) dan melibatkan upaya manusia atau peralatan lain yang disediakan oleh perusahaan penyelenggara pelayanan

Menurut Tjiptono (2010) dalam Buku *Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen* Kualitas atau mutu dalam industri jasa: “suatu penyajian produk atau jasa sesuai ukuran yang berlaku di tempat produk tersebut diadakan dan penyampaiannya setidaknya sama dengan yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumens. Dengan demikian mutu atau kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen, yaitu adanya kesesuaian antara harapan dengan persepsi manajemen, adanya kesesuaian antara persepsi atas harapan konsumen dengan standar kerja karyawan, adanya kesesuaian antara standar kerja karyawan



dengan pelayanan yang diberikan, adanya kesesuaian antara pelayanan yang diberikan dengan pelayanan yang dijanjikan dan adanya kesesuaian antara pelayanan yang diterima dengan yang diharapkan konsumen.

Mengacu pada pengertian kualitas layanan tersebut, maka konsep kualitas layanan adalah suatu daya tanggap dan realitas dari jasa yang diberikan perusahaan. Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Hal ini berarti bahwa kualitas yang baik bukanlah berdasarkan persepsi penyediaan jasa, melainkan berdasarkan persepsi pelanggan.

Kepuasan

Kepuasan Menurut Kamus Bahasa Indonesia puas adalah ; merasa senang ; perihal (yang bersifat puas, kesenangan, kelegaan dan sebagainya). Kepuasan dapat di artikan sebagai perasaan puas, rasa senang dan kelegaan seseorang dikarenakan mengkonsumsi suatu produk atau jasa untuk mendapatkan suatu pelayanan suatu jasa. Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller kepuasan adalah perasaan senang dan kecewa seseorang setelah membandingkan kinerja(hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Menurut Kotler (2008) kepuasan adalah tingkat kepuasan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Jadi kepuasan atau ketidak puasn adalah kesimpulan dari interaksi antara harapan dan pengalaman sesudah memakai jasa atau pelayanan yang diberikan.

Upaya untuk mewujudkan kepuasan pelanggan total bukanlah hal yang mudah, Mudie dan Cottom menyatakan bahwa kepuasan pelanggan total tidak mungkin tercapai, sekalipun hanya untuk sementara waktu (Tjiptono, 2010).

Berdasarkan uraian dari beberapa ahli tersebut atas, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan adalah perasaan senang, puas individu karena antara harapan dan kenyataan dalam memakai, dan pelayanan yang diberikan terpenuhi.

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan

1. Kualitas produk, pelanggan akan merasa puas kalau setelah membeli dan menggunakan produk tersebut ternyata kualitas produknya baik.
2. Harga, untuk pelanggan yang sensitive, biasanya harga adalah sumber kepuasan karena pelanggan akan mendapatkan value for money yang tinggi
3. Kualitas servis, kepuasan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru, kualitas pelayanan merupakan daerah yang mempunyai banyak dimensi, salah satunya yang populer adalah service quality.
4. Faktor emosional, pelanggan akan merasa puas (bangga) karena adanya emosional value yang diberikan oleh brand dari produk tersebut.
5. Biaya dan kemudahan, pelanggan akan semakin puas apabila relative mudah

Joko septaryanto, M.Pd dan Ihwan Firmansyah, M.Pd Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen.... | 86

nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.

Dalam upaya memenuhi kepuasan konsumen, perusahaan memang di tuntut kejiannya untuk mengetahui pergeseran kebutuhan dan keinginan pelanggan yang hampir setiap saat berubah. Pembeli akan bergerak setelah membentuk persepsi terhadap nilai penawaran, kepuasan sesudah pembelian tergantung dari kinerja penawaran dibandingkan dengan harapannya. pelanggan akan merasa puas dan bila kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan akan merasakan sangat puas senang atau gembira (Philip Kotler, 1997), dalam buku *manajemen pemasaran*. Pengertian harapan pelanggan di sini adalah memegang peranan penting dan sangat besar pengaruhnya dalam menentukan kualitas produk (barang dan jasa).

METODE

Dalam penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Dimana metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana, dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya. Menurut sugiyono (2014) dikatakan kuantitatif karena metode ini sudah cukup lama digunakan sehingga sudah mentradisi sebagai metode untuk penelitian.. Peneliti menggunakan pendekatan deskriptif. Pendekatan deskriptif adalah suatu penelitian yang tidak membuat perbandingan variabel pada sampel tetapi mencari hubungan variabel yang satu dengan variabel yang lain (Sugiyono, 2015)

Menurut Sugiyono, (2010) dalam buku "panduan praktis memahami penelitian" variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel

1. Variabel Bebas (X)

Variabel bebas atau variabel independen sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor tendency. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Adapun variabel bebasnya dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- X1 : Pelayanan
- X2 : Harga
- X3 : Produk

2. Variabel Terikat (Y)

Variabel terikat atau variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Adapun variabel bebas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Y : Kepuasan konsumen.

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh





peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. (Sugiyono,2014: 80).

Jadi populasi bukan hanya orang tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek tersebut.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono,2014: 8). Adapun sampel yang di gunakan adalah sebanyak 50 di karenakan keterbatasan dana, tenaga dan waktu. Dalam penelitian ini menggunakan sampling Insidental pengenjung Rumah Makan Mie Cokro Cokro Bngkalan secara keseluruhan. Sampling insidental yaitu teknik menentukan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila di pandang orang itu cocok sebagai sumber.

Waktu penelitian yaitu waktu yang dibutuhkan penulis untuk mencari responden dan menyebarkan angket, yaitu pada bulan Maret 2020 sampai 30 April 2020. Penelitian ini bertempat di Rumah Makan Mei Cokro Bangkalan.

Pengumpulan data dimaksudkan untuk kelengkapan data, karena hal ini akan mempengaruhi kualitas penelitian. Untuk mengolah data yang akan dianalisis, peneliti menggunakan metode kuantitatif, yaitu metode penganalisaan data yang berbentuk angka-angka atau statistik. Dalam hal ini analisis yang digunakan adalah dengan menggunakan metode Analisis Regresi Linier Berganda dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e_1$$

Keterangan :

Y= Kepuasan konsumen

X₁ = Pelayanan

X₂ = Harga

X₃ = Produk

a = Konstanta Garis Regresi

b = Koefisien Korelasi

e = Standart eror/Kesalahan dianggap

i = 1, 2, ... n ; n : pengamatan 1 sampai '

1

a. Uji F

Uji F (uji signifikan simultan) pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh serentak / bersama-sama terhadap variabel dependent.

Kriteria pengujiannya menurut Sudjono (2009) dalam skripsi Eko Hardiantari Sutrisno (2014) adalah:

a. Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya secara simultan (bersama-sama) variabel bebas mempengaruhi variabel terikat.

b. Sebaliknya apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya secara simultan (bersama-sama) variabel bebas tidak mempengaruhi variabel terikat.

7

Joko septaryanto, M.Pd dan Ihwan Firmansyah, M.Pd Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen.... | 87



Dalam hal ini juga dapat dilihat dari signifikansi nilai F dengan asumsi :

- H_0 diterima bila sig. $F_{hitung} > 5\%$

1 - H_a diterima bila sig. $F < 5\%$

Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS Versi 21.0

b. Uji t

Uji t (uji signifikan secara parsial)

merupakan uji koefisien regresi secara satu-persatu, artinya apakah masing-masing variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan masyarakat / penganjung. Pengujian dilakukan dengan membandingkan antara t_{hitung} masing-masing variabel bebas dengan t_{tabel} pada derajat kesalahannya 5%, apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka variabel-variabel bebasnya memberi pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk memenuhi kebutuhan analisis data, maka obyek atau sasaran dalam penelitian ini adalah para konsumen yang datang ke Rumah Makan Mie Cokro Cokro Bangkalan. Penggunaan angket di dalam penelitian ini diharapkan akan memperoleh informasi secara langsung dari para konsumen yang mendatangi Rumah Makan Mie Cokro Cokro Bangkalan, yang dilihat dari pelayanan, harga, dan produk.

Untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel X yang terdiri dari pelayanan (X₁), harga (X₂) dan produk (X₃) terhadap variabel kepuasan (Y), maka dapat di hitung dengan menggunakan teknik analisis regresi berganda, adapun penjelasannya sebagai berikut :

Tabel 1
Tabel Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

1	Unstandardized	Standardized	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta	
(Constant)	1.533	1.031	1.487	.143
X1	-.150	.052	-.238	.006
X2	1.101	.224	1.222	.000
X3	-.101	.362	-.060	.782

a. Dependent Variable: Y
 Data: diolah oleh SPSS versi 21



Berdasarkan tabel diatas, maka dapat diketahui bahwa regresi yang dihasilkan adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

$$Y = 1.533 + (-0.150)X_1 + 1.101X_2 + (-0.101)X_3$$

$$Y = 8.648 - 0.150X_1 + 1.101X_2 - 0.101X_3$$

Keterangan :

Y = Kepuasan konsumen Rumah Makan Mie

Cokro Cokro Bangkalan

a = Konstanta

b₁ = Koefisien regresi

X₁ = pelayanan

X₂ = harga

X₃ = produk

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.964 ^a	.930	.925	.232

a. Predictors: (Constant), X₃, X₁, X₂

Berdasarkan hasil pengolahan data diatas dengan menggunakan SPSS didapatkan koefisien korelasi (R) sebesar 0,964 nilai ini dapat diartikan ada hubungan kuat antara pelayanan, harga dan produk dengan kepuasan konsumen. Hal ini, karena nilai dari R hampir mendekati 1 yang artinya ada hubungan kuat.

Sedangkan nilai diatas juga menunjukkan nilai dan koefisien determinasi (R²) yaitu sebesar 0,925 yang artinya bahwa pengaruh variabel pelayanan, harga dan produk dengan kepuasan konsumen sebesar 92,5% sedangkan sisanya di pengaruhi oleh faktor diluar variabel tersebut diatas

Uji F

Uji F digunakan untuk melihat bagaimana pengaruh semua variabel bebasnya secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya, untuk menguji apakah model regresi yang kita buat baik / signifikan atau tidak baik/non signifikan.

Tabel 2

Uji F

ANOVA ^a						
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
Regression	34.185	3	11.395	211.636	.000 ^b	
Residual	2.584	4	.646			
Total	36.769	7				

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X₁, X₂, X₃

Dari uji ANOVA atau F test di dapat nilai F hitung sebesar 211.636 dengan probabilitas 0,000 karena probabilitas jauh lebih kecil dari 0,05 maka

model regresi dapat digunakan untuk memprediksi Kepuasan Konsumen atau dapat dikatakan bahwa Pelayanan, Harga, dan Produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen.

Uji t

Uji t dikenal dengan uji parsial, yaitu untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikatnya. Uji ini dapat dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel atau dengan melihat kolom signifikansi pada masing-masing t hitung. Apabila nilai sig t hitung lebih kecil dari 0,05 maka dapat di simpulkan bahwa variabel bebas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat, berikut penjelasan uji t dari masing –masing variabel

Tabel 3

Uji t Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
1	(Constant)	1.53	1.031	1.4	.14
	X ₁	-.150		-.238	.00
				2.8	.66

Data: diolah oleh SPSS versi 21

Dari hasil data SPSS diatas, variabel pelayanan (X₁) tidak signifikan. Hal ini dapat dilihat dari probabilitas signifikansi untuk pelayanan sebesar 0,006. Jadi, dapat disimpulkan bahwa pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, karena sig t hitung lebih besar daripada 5%, maka H₀ diterima dan H_a ditolak.

Tabel 4

Uji t Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
1	(Constant)	1.533	1.031	1.48	.143
	X ₂	1.101	.224	1.222	4.90
				9	.000





Data: diolah oleh SPSS versi 21

Dari ²³l data SPSS diatas, variabel Harga (X_2) signifikan. Hal ini dapat dilihat dari probabilitas signifikansi untuk harga sebesar 0,000. Jadi, dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, karena sig t hitung lebih kecil daripada 5%, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Tabel 5
Uji t Pengaruh Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

	Coefficients ^a					
	Unstandardized		Standard	t	Sig.	
	Coefficients	Standard Error	Beta			
(Constant)	1.53	1.031		1.48	.143	
X3	-.101	.362	-.060	-.279	.782	

Data: diolah oleh SPSS

Dari hasil data SPSS diatas, variabel produk (X_3) tidak signifikan. Hal ini dapat dilihat dari probabilitas signifikansi untuk produk sebesar 0,782. Jadi, dapat disimpulkan bahwa produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, karena sig t hitung lebih besar daripada 5%, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan pembahasan dan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan uji F dapat disimpulkan bahwa faktor produk, harga dan pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal ini ²¹ukti dari nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} .
2. Berdasarkan hasil pengujian dengan uji t dapat disimpulkan bahwa secara parsial faktor pelayanan dan produk tidak mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dapat dilihat, dimana nilai t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} yang artinya H_0 diterima dan H_a ditolak.

3. Berdasarkan hasil pengujian dengan uji t dapat disimpulkan bahwa secara parsial faktor harga mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dapat dilihat, dimana nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yang artinya H_0 ditolak dan H_a diterima.

Jadi dapat disimpulkan, bahwa dari ketiga faktor pelayanan, harga, dan produk yang mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen adalah harga. Sedangkan pelayanan dan produk tidak mempunyai pengaruh terhadap kepuasan dalam membeli di Rumah Makan Mie Cokro Bangkalan.

Saran

²² Setelah membuat kesimpulan dari penelitian ini, maka ada beberapa hal yang dapat penulis ungkapkan sebagai saran dalam upaya untuk peningkatan kepuasan konsumen Mie Cokro Bangkalan. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis bahwa, pelayanan dan produk tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y), sedangkan harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada rumah makan mie Cokro bangkalan, maka saran dari peneliti hendaknya Rumah Makan Mie Cokro lebih meningkatkan lagi terhadap kualitas pelayannya serta kualitas produknya, agar para konsumen lebih tertarik lagi untuk mengkonsumsi mie Cokro dan untuk meningkatkan tingkat kepuasan konsumen. Untuk peneliti selanjutnya, agar supaya memilih tempat penelitian yang lebih besar luar lingkupnya agar data yang diperoleh lebih banyak lagi.

22 DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Albertus Ferry Rostya. 2012. Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Warung Spesial Sambel Cabang Lampersari Semarang). Jurnal Yang Sudah Diterbitkan.
- Abdurrahman Herdianan Nana. 2016. Manajemen Strategi Pemasaran. Cetakan Pertama. Bandung; CV Pustaka Setia.
- Danang Sunyoto. 2014 Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen. Jakarta.
- ²¹ Tjiptono Fandy. 2008. Strategi Pemasaran, Edisi ke III, Yogyakarta. CV Andi Offset.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller 2009. Manajemen Pemasaran, Edisi ketiga belas Jilid 1. Terjemahan oleh Bob Sabran.. Jakarta: Erlangga.
- Narbuko, Cholid dan Abu A. ¹⁸hadi. 2013. Metodologi Penelitian. Jakarta: Bumi Aksara





Sugiyono. 2014. metode penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R & D Cetakan ke 21. Bandung, Alfabeta.

Ratnasari, Ririn Tri dan Mastuti. 2011. Manajemen Pemasaran Jasa. Ghalia Indonesia. Bogor.

Sugiyosno. 2010. Manajemen Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D. Bandung. Alfabeta.

Biografi Penulis

Joko Septaryanto, M.Pd, Penulis adalah Dosen Prodi Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Bangkalan.

Ihwan Firmansyah, M.Pd

Penulis adalah Dosen Prodi PGSD STKIP PGRI Bangkalan.



Article 4

ORIGINALITY REPORT

23%

SIMILARITY INDEX

22%

INTERNET SOURCES

15%

PUBLICATIONS

6%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	ojs.widyakartika.ac.id Internet Source	3%
2	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	2%
3	pt.scribd.com Internet Source	2%
4	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	2%
5	id.123dok.com Internet Source	2%
6	Suhatman Suhatman, Meri Rahmania Sari, Patria Nagara, Nasfi Nasfi. "Pengaruh Atribut Produk dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Kota Pariaman di Toko Online Shopee", Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Ekonomi, 2020 Publication	1%
7	repository.ub.ac.id Internet Source	1%

8	repository.iainpurwokerto.ac.id Internet Source	1 %
9	library.binus.ac.id Internet Source	1 %
10	digilib.iainlangsa.ac.id Internet Source	1 %
11	repository.usd.ac.id Internet Source	1 %
12	repository.uinsu.ac.id Internet Source	1 %
13	text-id.123dok.com Internet Source	1 %
14	eckoahmadi.blogspot.com Internet Source	1 %
15	jurnal.stkippgri-bkl.ac.id Internet Source	1 %
16	Submitted to Universitas Negeri Surabaya The State University of Surabaya Student Paper	1 %
17	doku.pub Internet Source	<1 %
18	jurnal.untan.ac.id Internet Source	<1 %
19	eprints.iain-surakarta.ac.id	

<1 %

20

Submitted to Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia

Student Paper

<1 %

21

Veny Puspita. "PENGARUH PENGEMBANGAN PRODUK USAHA, KERAGAMAN PRODUK EKONOMI KREATIF DAN ETIKA PELAKU USAHA PARIWISATA TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG KE OBJEK WISATA DI KOTA BENGKULU", Creative Research Management Journal, 2020

Publication

<1 %

22

ROCHMAT HIDAYAT HARIYONO. "PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN (STUDI PADA LAPANGAN FUTSAL HIDAYAT FUTSAL SQUARE)", MANAJERIAL, 2018

Publication

<1 %

23

download.garuda.ristekdikti.go.id

Internet Source

<1 %

24

jurnalmadani.org

Internet Source

<1 %

25

repository.umsu.ac.id

Internet Source

<1 %

26

repository.unair.ac.id

Internet Source

<1 %

Exclude quotes On

Exclude bibliography On

Exclude matches < 10 words

Article 8

by Ihwan Firmansyah

Submission date: 07-Sep-2022 03:30PM (UTC-0400)

Submission ID: 1894578890

File name: aran_Matematika_Menggunakan_Aplikasi_Zoom_dan_WhatsApp_Dalam.pdf (205.93K)

Word count: 3470

Character count: 21928

Efektivitas Pembelajaran Matematika Menggunakan Aplikasi Zoom dan WhatsApp Dalam Meningkatkan Hasil Belajar Siswa Pada Masa Pandemi

Abdussalam¹, Siska Pratiwi², Ihwan Firmansyah³

^{1,2}Program Studi PGSD, STK PGRI Bangkalan

Email: abdussalam@stkipgri-bkl.ac.id, siskapratwi@stkipgri-bkl.ac.id, ihwan@stkipgri-bkl.ac.id

Abstrak

Ancaman wabah Coronavirus Disease 2019 atau Covid-19 melanda Indonesia dan memberikan dampak pada berbagai bidang, salah satunya bidang pendidikan. Sebelum wabah melanda Indonesia, pembelajaran dilakukan secara tatap muka. Namun saat ini, pembelajaran dilakukan secara daring dengan menggunakan aplikasi zoom dan whatsapp. Pembelajaran daring yang dilaksanakan di SDN Mlajah 2 Bangkalan menjadi terhambat karena terkendala jaringan siswa yang berada dilokasi kurang mumpuni untuk kelancaran jaringan, sehingga hal ini menghambat kemampuan berpikir kritis, logis, reflektif, metakognitif, dan berpikir kreatif. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui efektivitas pembelajaran matematika menggunakan aplikasi zoom dan whatsapp dalam meningkatkan hasil belajar siswa pada masa pandemi dan perbedaan hasil belajar siswa menggunakan Aplikasi Zoom dan WhatsApp. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif. Pengambilan sampel menggunakan teknik "Cluster Sampling" dengan jumlah sampel sebanyak 50 dari kelas Va dan kelas Vb. Variabel pada penelitian ini yaitu variabel independent (Model pembelajaran Zoom dan WhatsApp) dan variabel dependen (hasil belajar). Instrumen dalam penelitian ini menggunakan soal tes untuk mendapatkan data tentang hasil belajar. Teknik analisis data berupa uji prasyarat yang terdiri atas uji validitas, uji reabilitas, uji normalitas, dan uji homogenitas dan uji hipotesis menggunakan Uji Independent Sample T-Test. Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh model pembelajaran zoom terhadap hasil belajar siswa yang dibuktikan dengan peningkatan rata-rata nilai belajar siswa dari 60,20 menjadi 81,00; (b) terdapat pengaruh model pembelajaran whatsapp terhadap hasil belajar siswa yang dibuktikan dengan peningkatan rata-rata nilai belajar siswa dari 54,60 menjadi 75,80; (c) terdapat perbedaan hasil belajar siswa menggunakan aplikasi Zoom dan WhatsApp siswa kelas V SDN Mlajah 2 Bangkalan Bangkalan yang dibuktikan dengan hasil nilai Sig. yang diperoleh pada Independent Samples Test sebesar $0,005 < 0,05$.

Keywords: Pembelajaran Matematika, Aplikasi Zoom, WhatsApp, Hasil Belajar

PENDAHULUAN

Indonesia saat ini tengah menghadapi Ancaman wabah *Coronavirus Disease 2019* atau yang lebih dikenal Covid-19 yang dapat menular melalui percikan air liur atau bersin, dimana percikan tersebut akan menyebar pula melalui udara. Akibat dari pandemi ini, bidang pendidikan mengalami perubahan sistem pembelajaran yang sebelumnya dilakukan secara tatap muka menjadi pembelajaran jarak jauh (pembelajaran daring). Rifuddin (2011) menjelaskan bahwa pembelajaran daring adalah pembelajaran yang dilakukan dengan bantuan jaringan internet sebagai media untuk menyampaikan materi pembelajaran dari

Guru kepada siswa atau dari Guru kepada mahasiswa.

Pembelajaran Matematika merupakan salah satu mata pelajaran yang diberikan pada siswa dibangku Sekolah Dasar. Pendidikan matematika sedang mengalami perubahan paradigma. Guru matematika diharapkan mampu mereduksi anggapan awal siswa bahwa matematika sebagai pelajaran yang sulit. Anggapan tersebut berkembang di kalangan masyarakat dan tanpa disadari telah mengkooptasi pikiran siswa. Sehingga siswa juga beranggapan demikian, ketika berhadapan dengan matematika.

Aplikasi yang dapat guru gunakan dalam pembelajaran daring di masa pandemi

yaitu Aplikasi Zoom, yang memungkinkan guru dapat bertatap muka secara virtual dengan siswa. Selain itu, guru juga dapat menggunakan aplikasi pesan instan WhatsApp karena aplikasi tersebut dapat membantu guru dalam memberikan informasi, melakukan diskusi, menigirim dokumen atau gambar untuk keperluan dalam pembelajaran.

Belajar merupakan kegiatan yang dilakukan oleh tiap individu dalam seluruh proses pendidikan untuk memperoleh perubahan tingkah laku dalam bentuk pengetahuan, ketrampilan dan sikap. Namun dalam pembelajaran yang dilaksanakan di SDN Mlajah 2 Bangkalan, pembelajaran menjadi terhambat karena terkendala jaringan siswa yang berada dilokasi kurang mumpuni untuk kelancaran jaringan, sehingga hal ini menghambat kemampuan berpikir kritis, logis, reflektif, metakognitif, dan berpikir kreatif (Rosidah, 2018).

Berdasarkan paparan tersebut, peneliti mengangkat judul penelitian Efektivitas Pembelajaran Matematika Menggunakan Aplikasi Zoom Dalam Meningkatkan Hasil Belajar siswa pada masa pandemi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui efektivitas pembelajaran matematika menggunakan aplikasi *zoom* dan *whatsapp* dalam meningkatkan hasil belajar siswa pada masa pandemi dan perbedaan hasil belajar siswa menggunakan Aplikasi *Zoom* dan *WhatsApp*

KAJIAN LITERATUR

Pembelajaran daring merupakan pembelajaran yang menggunakan jaringan internet dengan aksesibilitas, konektivitas, fleksibilitas, dan kemampuan untuk memunculkan berbagai jenis interaksi pembelajaran (Sadikin, 2020). Pembelajaran daring atau disebut juga pembelajaran dalam jaringan dapat memudahkan interaksi antara guru dan siswa melalui aplikasi pilihan saat melaksanakan kegiatan pembelajaran. Aplikasi yang dapat digunakan dalam pembelajaran daring misalnya, Zoom Meeting dan *Whatsapp*. Anugrahana (2020:6) menyebutkan kelebihan dari pembelajaran daring yaitu: 1) pembelajaran menjadi lebih

efisien, praktis dan membuat siswa menjadi lebih leluasa dan santai dalam belajar; 2) pembelajaran lebih fleksibel, bisa diakses oleh siapapun baik guru atau siswa dengan tempat dan waktu yang kondisional; 3) alokasi waktu dalam pembelajaran lebih hemat, karena siswa bisa mengakses modul atau materi pembelajaran diwaktu yang luang; 4) penilaian guru mengenai evaluasi belajar yang berupa instrument tes menjadi mudah dengan bantuan *google form* dan *zoho form*; 5) Orang tua siswa lebih mudah dalam memantau anaknya, apakah mengikuti pembelajaran dengan baik, hal ini meminimalisir perilaku bolos dalam pelajaran; 6) Guru dan siswa mendapatkan pengalaman baru yang belum pernah dilakukan, karena sebelumnya pembelajaran dilakukan dengan tatap muka.

Kekurangan pembelajaran daring, yaitu: 1) Umpan balik atau *feedback* dalam pembelajaran akan menjadi kurang; 2) guru membutuhkan waktu yang lama untuk menyusun perencanaan atau persiapan; 3) beberapa guru atau siswa akan mengalami ketidaknyamanan, karena pembelajaran yang relatif sama setiap harinya; 4) karena sistem pembelajaran yang sama setiap harinya, akan timbul rasa bosan hingga frustrasi, cemas, dan bingung (Pangondian et al., 2019:57)

Zoom meeting merupakan fasilitas video konferensi dengan fitur tatap muka yang praktis untuk menciptakan suasana pembelajaran, pertemuan atau rapat secara daring (Naserly, 2020:161). *Zoom meeting* dapat digunakan untuk melaksanakan tatap muka virtual dalam pendidikan agar materi dapat disampaikan kepada siswa walaupun pada masa pandemi saat ini.

Whatsapp group merupakan aplikasi berbasis pengiriman pesan yang dapat diberikan kepada seseorang menggunakan *handphone* guna memberikan informasi atau kabar yang dianggap penting. Dalam dalam Pembelajaran disekolah aplikasi *whatsapp group* dapat digunakan karena memiliki berbagai fitur yang mendukung untuk 14 pembelajaran, fitur tersebut yaitu; a) 22 ngirim sebuah pesan teks, foto dari galeri atau kamera, video, berkas-berkas kantor atau

yang lainnya b) menelpon melalui suara dan mengirim pesan berupa suara yang didengarkan oleh penerima setiap saat. Proses pembelajaran daring melalui aplikasi Zoom Meeting dan WhatsApp dapat digunakan untuk semua mata pelajaran, salah satunya yaitu Matematika.

Matematika merupakan ilmu pengetahuan yang eksak dan pengorganisasiannya sistematis, yang berisi tentang penalaran logik yang memuat bilangan, ruang waktu, dengan menjelaskan berbagai pemikiran dan kesimpulan, matematika juga bisa dikatakan sebagai ilmu yang dapat mengerti sosial, ekonomi dan alam. Pembelajaran Matematika melalui daring dapat memberikan dampak terhadap hasil belajar siswa. Hasil belajar merupakan kemampuan siswa setelah mendapatkan informasi dan kemampuan dalam belajar, yang dapat mengubah aspek kognitif, afektif serta psikomotorik, hasil belajar tersebut dapat dilihat melalui tes dan evaluasi hasil belajar. Nurita (2018:184) mengungkapkan bahwa terdapat beberapa hal yang bisa dilakukan guru untuk meningkatkan hasil belajar pada siswa yaitu proses pembelajaran menggunakan media agar lebih menarik, memberikan pengalaman belajar yang kompleks atau menyeluruh, dan siswa terlibat secara langsung dalam pembelajaran.

Terdapat beberapa penelitian yang relevan yang membahas terkait efektivitas pembelajaran matematika menggunakan aplikasi zoom dan whatsapp dalam meningkatkan hasil belajar siswa pada masa pandemi. Penelitian pertama dilakukan oleh Jaka Wijaya Kusuma yang dilaksanakan pada tahun 2020 dengan judul "Perbandingan Hasil Belajar Matematiks dengan Penggunaan Platform WhatsApp Group dan Webinar Zoom dalam Pembelajaran Jarak Jauh pada masa pandemic covi-19" menunjukkan bahwa hasil belajar matematika kedua kelas sama sebelum diberi perlakuan dan hasil belajar matematika kedua kelas berbeda setelah diberi perlakuan atau dengan kata lain kelas yang diberikan Perlakuan Webinar Zoom lebih baik dari pada kelas yang diberikan Perlakuan WhatsApp Group dengan

uji perbedaan rata-rata Uji-t. Penelitian ku dilakukan oleh Dwi Yulianto yang dilaksanakan pada tahun 2020 dengan judul "Pengaruh Pembelajaran Daring Pengguna Platform Digital Terhadap Pemecahan Masalah Matematis dan Sikap Kritis Siswa di MA Daar El Qolam" menunjukkan bahwa terdapat perbedaan kemampuan pemecahan masalah matematis siswa yang belajar dengan pembelajaran daring pengguna Webinar Zoom lebih tinggi dibandingkan dengan siswa dengan pembelajaran daring pengguna platform WhatsApp Group, dengan bukti melalui nilai rata-rata kelompok kemampuan pemecahan masalah siswa pengguna platform Webinar Zoom memiliki rata-rata sebesar 56,68 lebih tinggi daripada kemampuan pemecahan masalah siswa pengguna platform WhatsApp Group memiliki rata-rata sebesar 49,35.

Berdasarkan permasalahan dan kajian teori penelitian yang relevan, maka dapat dirumuskan hipotesis dalam penelitian ini yaitu: H1: terdapat pengaruh pembelajaran menggunakan aplikasi Zoom terhadap hasil belajar siswa; H2: terdapat pengaruh pembelajaran menggunakan aplikasi WhatsApp terhadap hasil belajar siswa; H3: terdapat perbedaan hasil belajar siswa menggunakan aplikasi Zoom dengan WhatsApp

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui efektivitas pembelajaran matematika menggunakan aplikasi zoom dan whatsapp dalam meningkatkan hasil belajar siswa dan perbedaan hasil belajar siswa menggunakan aplikasi zoom dan whatsapp. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu dengan teknik "Cluster Sampling" yaitu teknik membagi populasi menjadi beberapa subkelompok berdasarkan generalisasi atau wilayah dengan pemilihan sesuai dengan keinginan peneliti. Jumlah sampel pada penelitian ini yaitu kelas V^a dan kelas V^b dengan jumlah siswa sebanyak 50 Orang.

Pada penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu variabel independent dan variabel dependen. Model pembelajaran Zoom dan WhatsApp adalah variabel independent atau terikat dan hasil belajar merupakan variabel dependent.

Instrumen dalam penelitian ini menggunakan soal tes untuk mendapatkan data tentang hasil belajar siswa sebelum dan sesudah mengikuti pelajaran tersebut dengan pilihan ganda. Teknik analisis data pada penelitian ini dilakukan melalui uji prasyarat dan uji hipotesis. Uji prasyarat terdiri atas uji validitas, uji reabilitas, uji normalitas, dan uji homogenitas. Uji validitas pada tes dilakukan untuk mengetahui seberapa cermat suatu tes melakukan fungsi pengukurannya. Nilai validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rumus Korelasi Product Moment (Pearson). Pengujian dilakukan dengan menggunakan perangkat komputer aplikasi IBM SPSS v21.0 for Windows. Nilai rHitung nantinya akan dilihat dari Corrected Item Total Correlation. Uji reliabilitas untuk melihat konsistensi hasil pada kelompok yang sama pada waktu/kesempatan yang berbeda. Uji normalitas bertujuan untuk memeriksa apakah variabel independen dan dependen sama-sama memiliki data yang berdistribusi normal atau tidak. Uji homogenitas varian bertujuan untuk mengetahui apakah data yang dianalisis homogenitas atau tidak. Uji homogenitas varians dalam penelitian ini menggunakan bantuan Aplikasi IBM SPSS v21.0 Windows.

Untuk mengetahui adakah perbedaan mean atau rerata yang bermakna antara 2 kelompok bebas yang berskala data interval/rasio dilakukan uji komparatif. Dua kelompok bebas yang dimaksud disini adalah kelompok kelas A dan kelompok kelas B

Definisi operasional pada penelitian ini yaitu: (a) Amalia (2020:6) berpendapat bahwa pembelajaran daring merupakan pembelajaran yang dilaksanakan secara online dengan menggunakan media yang telah ditentukan, guru dengan siswa dapat melaksanakan diskusi. Media yang digunakan dalam pembelajaran daring bervariasi, pada penelitian ini menggunakan aplikasi Zoom

dan *Whatsapp Group*; (b) Mustopa & Hidayat (2020:77) menjelaskan bahwa pembelajaran menggunakan aplikasi Zoom merupakan suatu cara yang bisa guru diterapkan dalam pembelajaran agar dapat bertatap muka dengan siswa dengan cara online bersama. aplikasi Zoom dapat beberapa fitur seperti chat yang bisa digunakan untuk melakukan diskusi atau mengajukan pertanyaan secara tertulis, fitur share screen digunakan untuk melakukan presentasi dengan membagikan beberapa program yang berjalan pada computer atau smartphone guru untuk menjelaskan materi pembelajaran, serta banyak fitur lain yang dapat digunakan oleh pengguna dengan mudah dan praktis; (c) *Whatsapp group* merupakan aplikasi berbasis pengiriman pesan yang dapat diberikan kepada seseorang menggunakan handphone guna memberikan informasi atau kabar yang dianggap penting. dalam Pembelajaran disekolah aplikasi *whatsapp group* dapat digunakan karena memiliki berbagai fitur yang mendukung untuk pembelajaran, seperti pertukaran pesan untuk memberikan tugas kuliah atau sekolah berupa file document, untuk mengetahui berita terkini dan untuk menghadirkan fitur chat dengan stiker, lagu, video, foto yang ada didalamnya; (d) Hasil Belajar pada dasarnya adalah hasil belajar siswa. Perubahan perilaku yang merupakan hasil belajar meliputi bidang kognisi, emosi dan psikomotorik (Sudjana, 2010). Hasil belajar pada penelitian ini hanya pada aspek kognitif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Validitas dalam penelitian ini digunakan sebagai alat ukur yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahitan suatu instrument. Untuk menguji validitas instrument ini digunakan aplikasi IBM SPSS v21.0. Dengan kriteria pengujian apabila rhitung > rtabel dengan 0,05 maka alat ukur tersebut dinyatakan valid dan sebaliknya apabila rhitung < rtabel maka alat ukur tersebut dinyatakan tidak valid. Berdasarkan kriteria, hasil penelitian uji coba tes tulis terdapat 20 butir soal menyatakan valid.

Sedangkan hasil perhitungan uji reliabilitas skala hasil belajar (posttest) sebesar 0,815, hal ini membuktikan bahwa skala dari hasil belajar memiliki tingkat reliabilitas, hal ini dibuktikan dengan kriteria pengujian yang mana apabila $r_{\text{Alpha}} > r_{\text{tabel}}$ maka dinyatakan reliabel ($r_{\text{Alpha}} 0,815 > r_{\text{tabel}} 0.396$). Hasil uji reliabel dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Hasil Uji Reliabilitas
 Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.815	20

Sumber: data diolah SPSS v21.0

Pada tes tulis model pembelajaran zoom berdistribusi normal karena memenuhi kriteria, kelas dengan perlakuan model pembelajaran zoom dengan nilai sig. $0,785 > 0,05$ dan pada kelas dengan perlakuan model pembelajaran whatsapp $0,785 > 0,05$. Hasil uji normalitas pada Aplikasi Zoom dapat dilihat pada tabel 2, sedangkan hasil uji normalitas pada Aplikasi WhatsApp dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas Zoom
 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		25
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	5.85838446
Most Extreme Differences	Absolute	.131
	Positive	.131
	Negative	-.078
Kolmogorov-Smirnov Z		.655
Asymp. Sig. (2-tailed)		.785

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: data diolah SPSS v21.0

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas WhatsApp
 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		25
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.65217312
Most Extreme Differences	Absolute	.159
	Positive	.083
	Negative	-.159
Kolmogorov-Smirnov Z		.794
Asymp. Sig. (2-tailed)		.554

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: data diolah SPSS v21.0

Uji homogenitas varian diperlukan sebelum membandingkan dua kelompok atau lebih agar perbedaan yang ada bukan disebabkan oleh adanya perbedaan data kasar untuk menguji homogenitas varian digunakan. Hasil pengujian homogenitas menunjukkan bahwa data memiliki varians yang sama dengan nilai sig. 0,198 yang artinya lebih besar dari 0,05 atau ($0,198 > 0,05$). Hasil uji homogenitas dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 4. Hasil Uji Homogenitas Test of Homogeneity of Variances

PRETEST			
Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1.707	1	48	.198

Sumber: data diolah SPSS v21.0

Untuk mengetahui hasil uji hipotesis, maka digunakan uji *Independent Sample T-Test* dengan menggunakan statistic SPSS. Pada uji hipotesis pertama dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh pembelajaran menggunakan aplikasi Zoom terhadap hasil belajar siswa. Hasil hipotesis pertama menunjukkan terdapat pengaruh model pembelajaran zoom terhadap hasil belajar siswa yang dibuktikan dengan peningkatan rata-rata nilai belajar siswa dari 60,20 menjadi 81,00. Hasil Uji *Independent Sample T-Test* pengaruh pembelajaran zoom terhadap hasil belajar dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel 5. Hasil Uji Independent Sample T-Test
 Group Statistics

	Kelas	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Hasil	Pretest	25	60.20	9.626	1.925
	Posttest	25	81.00	6.292	1.258

Sumber: data diolah SPSS v21.0

Pada uji hipotesis kedua dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh pembelajaran menggunakan aplikasi WhatsApp terhadap hasil belajar siswa. Hasil hipotesis kedua menunjukkan terdapat pengaruh model pembelajaran whatsapp terhadap hasil belajar siswa yang dibuktikan dengan peningkatan rata-rata nilai belajar siswa dari 54,60 menjadi 75,80. Hasil Uji

Independent Sample T-Test pengaruh pembelajaran WhatsApp terhadap hasil belajar dapat dilihat pada tabel 6.

Tabel 6. Hasil Uji Independent Sample T-Test

Group Statistics					
	Kelas	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Hasil	Kelas A	25	54.60	7.348	1.470
	Kelas B	25	75.80	6.238	1.248

Sumber: data diolah SPSS v21.0

Pada uji hipotesis ketiga dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan hasil belajar menggunakan aplikasi Zoom dan WhatsApp siswa kelas V SDN Mlajah 2 Bangkalan. Hasil hipotesis ketiga menunjukkan terdapat perbedaan hasil belajar siswa menggunakan aplikasi Zoom dan WhatsApp siswa kelas V SDN Mlajah 2 Bangkalan yang dibuktikan dengan perolehan nilai Sig. sebesar $0,005 < 0,05$.

Hasil belajar siswa pada penelitian ini berupa aspek kognitif tentang pemahaman matematis siswa dengan jumlah soal sebanyak 20 soal Pretest dan Posttest. Data yang didapatkan pada hasil belajar tersebut yaitu terdiri dari 25 siswa kelas A dengan model pembelajaran daring menggunakan aplikasi zoom dan 25 siswa kelas B dengan model pembelajaran menggunakan aplikasi whatsapp. Soal tes awal (Pretest) diberikan kepada siswa dengan tujuan untuk mengetahui kemampuan awal siswa mengenai materi pembelajaran matematika kedua kelas sebelum diberikan perlakuan, sedangkan tes akhir (Posttest) bertujuan untuk mengetahui pemahaman siswa mengenai pembelajaran matematika setelah diberikan perlakuan, dan untuk mengetahui efektivitas pembelajaran daring menggunakan aplikasi zoom dan whatsapp terhadap hasil belajar siswa dimasa pandemi covid-19

Hasil penelitian yang didapat dari hasil belajar Siswa Kelas A dengan model pembelajaran daring menggunakan aplikasi zoom dan hasil belajar siswa kelas A dengan model pembelajaran daring menggunakan

aplikasi whatsapp berupa pretest dan posttest. Hasil belajar siswa kelas A pada pretest memperoleh nilai tertinggi sebesar 75, nilai terendah sebesar 45, dan nilai rata-rata sebesar 60,2. Sedangkan hasil belajar siswa kelas A pada posttest memperoleh nilai tertinggi sebesar 95 dan nilai terendah 70, nilai rata-rata (X) sebesar 80,00, standar deviasi (s) sebesar 6,292 dan varians (s^2) sebesar 39,583. Hasil belajar kelas B pada pretest memperoleh nilai tertinggi sebesar 65, nilai terendah sebesar 45, dan nilai rata-rata sebesar 54,6. Sedangkan hasil belajar siswa kelas B pada posttest memperoleh nilai tertinggi sebesar 85 dan nilai terendah 60, nilai rata-rata (X) sebesar 75,00, standar deviasi (s) sebesar 6,238 dan varians (s^2) sebesar 38,917.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian maka simpulan dalam penelitian ini yaitu: (a) terdapat pengaruh model pembelajaran zoom terhadap hasil belajar siswa yang dibuktikan dengan peningkatan rata-rata nilai belajar siswa dari 60,20 menjadi 81,00; (b) terdapat pengaruh model pembelajaran whatsapp terhadap hasil belajar siswa yang dibuktikan dengan peningkatan rata-rata nilai belajar siswa dari 54,60 menjadi 75,80; (c) terdapat perbedaan hasil belajar siswa menggunakan aplikasi Zoom dan WhatsApp siswa kelas V SDN Mlajah 2 Bangkalan yang dibuktikan dengan hasil nilai Sig. yang diperoleh pada *Independent Samples Test* sebesar $0,005 < 0,05$.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, A., & Fatonah, S. (2020). *Penerapan Pembelajaran Daring Dragonlearn pada Era Pandemic Covid- 19 (Studi Kasus di MI Ma ' had Islam Kopeng)*. 1(3), 148–164
- Anugrahana, A. (2020). *Hambatan , Solusi dan Harapan : Pembelajaran Daring Selama Masa Pandemi Covid-19 Oleh Guru Sekolah Dasar*. 282–289.
- Kusuma, J.W. Hamidah. 2020. Perbandingan Hasil Belajar Matematiks dengan Penggunaan Platform WhatsApp Group

dan Webinar Zoom dalam Pembelajaran Jarak Jauh pada masa pandemic covi-19. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Matematika*. 5(1). 97-106.

5
Naserly, M.K. 2020. Implementasi Zoom, Google Classroom, dan Whatsapp Group dalam Mendukung Pembelajaran Daring (Online) pada Mata Kuliag Bahasa Inggris Lanjut ((Studi Kasus Pada 2 Kelas Semester 2, Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Sarana Informatika Jakarta). *Jurnal AKSARA PUBLIC*, 4(2).155-165.

4
Nurrita. T. 2018. Pengembangan Media Pembelajaran untuk Meningkatkan Hasil Belajar Siswa. *Misykat*, 3(1). 171-187.

6
Pangondian, R. A., Santosa, P. I., & Nugroho, E. (2019). *Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Kesuksesan Pembelajaran Daring*. 56-60.

Rosidah, C. T. 2018. Penerapan Model Problem Based Learning untuk Menumbuhkan Higher Order Thinking Skill Siswa Sekolah Dasar. *Inventa : Jurnal Pendidikan Guru Sekolah Dasar*. 2 (1). 62-71

4
Sadikin, A dan Hamidah, A. 2020. Pembelajaran Daring di Tengah Wabah Covid-19. *Biodik:Jurnal Ilmiah Pendidikan Biologi*. 6 (2):214-224.

18
Sudjana, Nana. 2010. *Cara Belajar Siswa Aktif dalam Proses Belajar Mengajar*. Bandung. Sinar Baru Algensindo.

Syarifuddin, A. 2011. Penerapan Model Pembelajaran Cooperative Belajar Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya. *Ta'dib:Journal of Islamic Education (Jurnal Pendidikan Islam)*. 16 (01):113-136.

Yulianto. D. 2020. Pengaruh Pembelajaran Daring Pengguna Platform Digital Terhadap Pemecahan Masalah Matematis dan Sikap Kritis Siswa di MA Daar El Qolam. *Symmetry Pasundan Journal of Research in Mathematics Learning and Education*. 5(1). 107-128.

Article 8

ORIGINALITY REPORT

23%

SIMILARITY INDEX

23%

INTERNET SOURCES

12%

PUBLICATIONS

5%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	download.garuda.ristekdikti.go.id Internet Source	4%
2	jurnal.unipasby.ac.id Internet Source	3%
3	id.scribd.com Internet Source	2%
4	repository.upi.edu Internet Source	1%
5	repository.lppm.unila.ac.id Internet Source	1%
6	Submitted to Universitas Pendidikan Indonesia Student Paper	1%
7	docobook.com Internet Source	1%
8	docplayer.info Internet Source	1%
9	repository.upstegal.ac.id Internet Source	1%

10	zombiedoc.com Internet Source	1 %
11	moam.info Internet Source	1 %
12	repository.unmuhjember.ac.id Internet Source	1 %
13	Kintanisa Dinanti Putri, Eko Suyanto, I Dewa Putu Nyeneng. "Pengaruh Penerapan Model Pembelajaran Kontekstual dalam Pembelajaran Fisika terhadap Hasil Belajar Siswa pada Materi Energi Terbarukan", <i>Titian Ilmu: Jurnal Ilmiah Multi Sciences</i> , 2019 Publication	1 %
14	journal.institutpendidikan.ac.id Internet Source	1 %
15	lib.unnes.ac.id Internet Source	1 %
16	repo.uinsatu.ac.id Internet Source	<1 %
17	Submitted to Mahidol University Student Paper	<1 %
18	eprints.ums.ac.id Internet Source	<1 %
19	Firmansyah, Radif Khotamir Rusli, Muhammad Agus Mulyana. "Komparasi Hasil Belajar Siswa	<1 %

Menggunakan Media Zoom Cloud Meeting
Dengan Video Pembelajaran Bahasa Arab",
Tatsqifiy: Jurnal Pendidikan Bahasa Arab, 2022

Publication

20

Heni Yuli Handayani. "SOSIALISASI
STRECHING DINAMIS BOLA BASKET BERSAMA
PERSATUAN BOLA BASKET SELURUH
INDONESIA KABUPATEN BANGKALAN DI
SEKOLAH DASAR NEGERI KERATON 3",
JURNAL CEMERLANG : Pengabdian pada
Masyarakat, 2019

Publication

21

Bernadeta Swahyuning Kasih, I Dewa Putu
Nyeneng, I Wayan Distrik. "EFEKTIVITAS
MODEL PEMBELAJARAN JIGSAW DALAM
PEMBELAJARAN IPA FISIKA PADA SISWA SMP
NEGERI 28 BANDAR LAMPUNG", Jurnal
Pendidikan Fisika, 2019

Publication

22

repository.umpri.ac.id

Internet Source

<1 %

23

digilib.uinsby.ac.id

Internet Source

<1 %

24

journal.upgris.ac.id

Internet Source

<1 %

25

jurnal.dharmawangsa.ac.id

Internet Source

<1 %

26 www.kompasiana.com <1 %
Internet Source

27 123dok.com <1 %
Internet Source

28 qdoc.tips <1 %
Internet Source

29 repository.iainpurwokerto.ac.id <1 %
Internet Source

Exclude quotes On

Exclude matches < 10 words

Exclude bibliography On