

P-ISBN : 2774 - 2199

e-ISBN : 2774 - 2180



# PROSIDING

Seminar Nasional Multidisiplin Ilmu

**“Inovasi Teknologi dan Produk Penelitian  
Pengabdian Masyarakat Berbasis  
Revolusi Industri 4.0  
di Era New Normal”**

Volume 1 Nomor 1 Tahun 2021

Support By :



LPPM Universitas Jabal Ghafur

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT erkat Rahmat dan HidayahNya Webinar 1st Jabal Ghafur Conference on Research Community Service Seminar Nasional Multidisiplin ilmu telah terlaksana dengan baik dan lancar. Seminar Nasional Universitas Jabal Ghafur yang pertama ini bertema "Inovasi Teknologi dan Produk Penelitian, Pengabdian Masyarakat Berbasis Revolusi Industri 4.0 di Era New Normal" yang telah diselenggarakan pada tanggal 7 November 2020 secara virtual melalui zoom meeting.

Seminar Nasional ini dihadiri oleh Dr. Muhammad Dimiyati (Plt Deputi Bidang Penguatan Riset dan Pengembangan, Kemenristek/Badan Riset dan Inovasi Nasional) dan Dr. Ir. Muhammad Ilham Maulana, M.T (Sekretaris Pelaksana LLDIKTI Wilayah XIII- Aceh) sebagai Keynote Speaker.

Pada seminar ini hasil penelitian dan pengabdian masyarakat telah dipresentasikan oleh para peneliti dari Dosen dan Mahasiswa berbagai Universitas dan dengan bidang ilmu yang beragam. Selanjutnya hasil seminar tersebut dibukukan dalam prosiding ini. Seminar Nasional Universitas Jabal Ghafur yang pertama ini dapat terlaksana dengan sukses atas bantuan dan partisipasi berbagai pihak. Oleh karena itu kami mengucapkan terimakasih banyak kepada banyak pihak yang telah membantu terselenggaranya Seminar Nasional ini.

Penyusunan prosiding ini masih banyak kekurangan, oleh sebab itu kami sangat mengharapkan saran yang membangun untuk dapat menyempurnakan prosiding ini. Semoga prosiding ini dapat bermanfaat bagi Dosen, Mahasiswa, Peneliti dan Masyarakat.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatu

Sigli, 7 November 2020

**Prof. Dr. Bansu Irianto Ansari, M.Pd**

**PROSIDING**  
**SEMINAR NASIONAL MULTI DISIPLIN ILMU**  
***JABAL GHAFUR CONFERENCE ON RESEARCH AND COMMUNITY SERVICES***  
**(JGCR+)**

**"Inovasi Teknologi dan Produk Penelitian Pengabdian Masyarakat Berbasis  
Revolusi Industri 4.0 di Era New Normal"**

**Organizing Committee**

- Penanggung jawab : Rektor Universitas Jabal Ghafur  
Ketua : Mustakim Sagita, S.Pd, M.Pd  
Sekretaris : Cut Mulia Sari, S.TP, M.P  
IT and Website : Mursalmina, ST  
Publikasi : Muhammad, ST  
Administrasi : Muhammad Hafidillah, S.Pd, M.Pd
- Steering Committe : T. Martawidjaya, ST  
Yuswardi, ST, MT
- Reviewer : Dr. Amirzan, M.Pd  
Dr. Ilyas, M.Pd  
Dr. Erry Jayanti, S.E, M.Si  
Dr. Rahmi Agustina, S.S.i, M.Pd
- Editor : Cut Mulia Sari, S.TP, M.P
- Setting/Layout : Muksalmina, ST  
Muhammad, ST
- Penerbit : Lembaga Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat  
(LPPM) Universitas Jabal Ghafur
- Editorial Staff : Biro Rektor Lt. 1, Ruang LPPM Universitas Jabal Ghafur,  
Gleegapui, Sigli. Provinsi Aceh. Kode Pos 24171  
Telp (0653) 7825201, Fax (0653) 78225202  
Email : [lppm@unigha.ac.id](mailto:lppm@unigha.ac.id)

1<sup>st</sup> Publication on Januari 2021  
© 2021 All rights reserved

**DAFTAR ISI PROSIDING SEMINAR NASIONAL MULTI DISIPLIN ILMU  
 UNIVERSITAS JABAL GHAFUR**

<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>i</b>
<b>DEWAN EDITOR</b> .....	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>iii</b>
<b>BAB I. PENDIDIKAN, METODE PEMBELAJARAN &amp; KURIKULUM</b>	
KEMAMPUAN BERPIKIR TINGKAT TINGGI (HOT) SISWA DITINJAU BERDASARKAN ASPEK KOGNITIF, AFEKTIF DAN GENDER (STUDI DARING PADA SISWA SMA)	
<i>Bansu Irianto Ansari</i> <sup>(1)</sup> , <i>Mustakim Sagita</i> <sup>(2)</sup> .....	<b>1-8</b>
ANALISIS KESULITAN MAHASISWA MENYELESAIKAN SKRIPSI DI MASA PANDEMI PADA PRODI PENDIDIKAN BAHASA INGGRIS	
<i>Fauziah</i> <sup>(1)</sup> , <i>Jamaliah</i> <sup>(2)</sup> .....	<b>9-14</b>
ANALISIS KEMAMPUAN BERPIKIR KRITIS MATEMATIS SISWA DENGAN MENGGUNAKAN <i>GRADED RESPONSE MODELS</i> DI SMP NEGERI 1 SIMPANG TIGA KABUPATEN PIDIE	
<i>Hery Saputra</i> <sup>(1)</sup> , <i>Mirunnisa</i> <sup>(2)</sup> .....	<b>15-23</b>
PENGEMBANGAN MODEL PEMBELAJARAN ATLETIK NOMOR LOMPAT TINGGI BERBENTUK PERMAINAN UNTUK SISWA SEKOLAH MENEGAH ATAS DI SMA NEGERI 16 KOTA BANDA ACEH	
<i>Indah Lestari</i> <sup>(1)</sup> , <i>Jafaruddin</i> <sup>(2)</sup> .....	<b>24-30</b>
PENINGKATAN KEMAMPUAN BERPIKIR KRITIS DAN LOGIS MATEMATIK SISWA SMK NEGERI 1 SIGLI MELALUI MODEL KOOPERATIF TIPE STAD BERBANTUAN <i>MAPLE</i>	
<i>Maryanti</i> <sup>(1)</sup> , <i>Laila Qadriah</i> <sup>(2)</sup> .....	<b>31-39</b>
MODEL PEMBELAJARAN GENERATIF UNTUK MENUMBUHKAN <i>SOFT SKILL</i> SISWA DALAM PEMBELAJARAN MATEMATIKA	
<i>Mirunnisa</i> <sup>(1)</sup> , <i>Zulfa Razi</i> <sup>(2)</sup> .....	<b>40-51</b>
PENGARUH KECEPATAN DAN KELINCAHAN TERHADAP PRESTASI OLAHRAGA BULUTANGKIS ( Penelitian Pada Siswa SMAN 1 Indrajaya Kabupaten Pidie)	
<i>Muhammad</i> .....	<b>52-61</b>
PENYEDIAAN PUSTAKA KELILING WARGA ALTERNATIF PENYELESAIAN CEMERLANG MEMULAI BUDAYA MEMBACA	
<i>Nanda Saputra</i> <sup>(1)</sup> , <i>Miswar Saputra</i> <sup>(2)</sup> .....	<b>62-67</b>
DISIMILARITAS BAHASA PERSUASIF PADA IKLAN DI RADIO MUTIARA FM BEUREUNUEN PADA ERA NEW NORMAL	
<i>Nofiana S</i> <sup>(1)</sup> , <i>Islamiyah</i> <sup>(2)</sup> .....	<b>68-79</b>

TANTANGAN GURU BAHASA INGGRIS DALAM PROSES BELAJAR MENGAJAR SELAMA PANDEMI DI PIDIE <i>Novita Diana</i> .....	80-84
ANALISIS KOMPARATIF: IMPLEMENTASI (SOLUTION FOCUSED BRIEF THERAPY) SEBAGAI SOLUSI PENANGANAN KECEMASAN PSKOLOGIS MENGHADAPI COVID-19 <i>Teuku Fadhli<sup>(1)</sup>, Fauzi Aldina<sup>(2)</sup></i> .....	85-93
PENERAPAN MODEL <i>DISCOVERY LEARNING</i> BERBANTUAN <i>SOFTWAREMAPLE</i> UNTUK MENINGKATKAN <i>SELF EFFICACY</i> MAHASISWA <i>Zulfa Razi<sup>(1)</sup>, Mirunnisa<sup>(2)</sup></i> .....	94-99
HUBUNGAN <i>SELF REGULATED LEARNING</i> DENGAN PROKRASTINASI AKADEMIK YANG DILAKUKAN SISWA SMPN 5 MUTIARA <i>Bunyamin</i> .....	100-107
THE USE OF MIND MAPPING TEHNIQUE TO IMPROVE THE STUDENTS WRITING SKILL IN DESCRIPTIVE TEXT <i>Farizawati</i> .....	108-114
EFEKTIVITAS PENGGUNAAN APLIKASI <i>GOOGLE FORM</i> UNTUK UJIAN AKHIR SEMESTER BAGI MAHASISWA PGMI AL HILAL SIGLI <i>Gusti Handayani</i> .....	115-120
MENINGKATKAN PEMAHAMAN BACAAN SISWA DENGAN MENERAPKAN TEKNIK PRE-QUESTIONING <i>Hanifah Thohidah</i> .....	121-129
EKSISTENSI BAHASA INDONESIA SEBAGAI BAHASA PENGANTAR DALAM PEMBELAJARAN BAHASA INDONESIA DI SMP NEGERI 3 SAKTI <i>Hayatun Rahmi<sup>(1)</sup>, Nur Fatimahwati<sup>(2)</sup></i> .....	130-146
MENINGKATKAN KEMAMPUAN BERPIKIR KREATIF DAN <i>SELF-CONCEPT</i> SISWA SMP DI KABUPATEN PIDIE JAYA DENGAN PEMBELAJARAN KONTEKSTUAL BERBANTUAN GEOGEBRA <i>Junaidi<sup>(1)</sup>, Taufiq<sup>(2)</sup></i> .....	147-154
BERHITUNG CEPAT DAN PERMAINAN ANGKA MENINGKATKAN MOTIVASI SISWA SD BELAJAR MATEMATIKA DI RUMAH SELAMA PANDEMI <i>Maisura</i> .....	155-159
PENERAPAN MODEL PEMBELAJARAN INKUIRI UNTUK MENINGKATKAN HASIL BELAJAR SISWA SMA NEGERI 1 KEMBANG TANJONG PADA MATERI KEANEKARAGAMAN HAYATI <i>Makawiyah<sup>(1)</sup>, Zuraida<sup>(2)</sup></i> .....	160-169
PENERAPAN MODEL <i>PROBLEM BASED LEARNING (PBL)</i> UNTUK MENINGKATKAN HASIL BELAJAR SISWA di SMA <i>Mariati</i> .....	170-175

MENINGKATKAN KEMAMPUAN KOMUNIKASI MATEMATIS DENGAN PENDEKATAN <i>CREATIVE PROBLEM SOLVING</i> SISWA SMP NEGERI 2 BANDAR BARU <b>Taufiq</b> .....	176-185
PENGARUH PEKERJAAN RUMAH (PR) TERHADAP PRESTASI BELAJAR SISWA DI MTsS KEUMALA KABUPATEN PIDIE <b>Tuti Rahmah</b> .....	186-191
EFEKTIFITAS PENGGUNAN MODEL PEMBELAJARAN TIPE <i>TALKING STICK</i> PADA MATERI HIDROKARBON DI SMA NEGERI UNGGUL SIGLI <b>Zakiah</b> .....	192-198
USING ENGLISH POP SONG TO IMPROVE STUDENTS’ LISTENING SKILL <b>Zurrahmah</b> .....	199-208
<b>BAB II. TEKNIK INFORMATIKA, DIGITAL INTELLIGENT</b>	
PERBANDINGAN KOMBINASI METODE EKTRAKSI FITUR BENTUK DAN WARNA PADA CONTENT BASED IMAGE RETRIEVAL BUSANA MUSLIMAH <b>Cut Mutia<sup>(1)</sup>, Muhammad Akmal<sup>(2)</sup></b> .....	209-221
IMPLEMENTASI WEB SERVICE UNTUK INTEGRASI DATA BIMBINGAN SKRIPSI MAHASISWA PADA FAKULTAS TEKNIK UNIVERSITAS JABAL GHAFUR <b>Cut Lilis Setiawati<sup>(1)</sup>, Julia Ananda Yani<sup>(2)</sup></b> .....	222-225
OPTIMASI SEGMENTASI CITRA METODE OTSU MENGGUNAKAN FUZZY LOGIC <b>Junaidi Salat<sup>(1)</sup>, Sayed Achmady<sup>(2)</sup></b> .....	226-234
STEGANOGRAFI AUDIO DENGAN METODE LEAST SIGNIFICANT BIT (LSB) DAN KEAMANAN YANG Dioptimasi dengan ADVANCED ENCRYPTION STANDARD (AES) <b>Sayed Achmady<sup>(1)</sup>, Junaidi Salat<sup>(2)</sup></b> .....	235-240
SISTEM PENDUKUNG KEPUTUSAN PEMILIHAN SISWA PESERTA OLIMPIADE SMA NEGERI 1 MUTIARA MENERAPKAN METODE <i>ANALYTIC HIERARCHY PROCESS</i> (AHP) <b>Fitriyani<sup>(1)</sup>, Putri Andiyani<sup>(2)</sup></b> .....	241-246
<b>BAB III. PERTANIAN, KONSERVASI LAHAN, BIOTEKNOLOGI DAN PETERNAKAN</b>	
ANALISIS DAMPAK KEGIATAN PENCETAKAN SAWAH BARU TERHADAP KEADAAN SOSIAL EKONOMI MASYARAKAT TANI DIGAMPONG TAMPUI KECAMATAN TRIENGGADENG KABUPATEN PIDIE JAYA <b>Al Asri Abubakar<sup>(1)</sup>, Safrika<sup>(2)</sup></b> .....	247-253
ANALISIS KOMPARATIF PENDAPATAN USAHA PEMBUATAN TEMPE DAN TAHU “INDUSTRI SHUYA” DI GAMPONG LANGGIEN CUT KECAMATAN BANDAR BARU KABUPATEN PIDIE JAYA <b>Julia<sup>(1)</sup>, Safrika<sup>(2)</sup></b> .....	354-261

PENGARUH PARITAS TERHADAP KEBERHASILAN INSEMINASI BUATAN PADA SAPI ACEH DI BPTU DAN HPT INDRAPURI <i>Djoko Subagyo</i> <sup>(1)</sup> , <i>Khalidin</i> <sup>(2)</sup> , <i>Amirul Haqqi</i> <sup>(3)</sup> .....	262-265
ANALISIS DAMPAK KEGIATAN PENCETAKAN SAWAH BARU TERHADAP KEADAAN SOSIAL EKONOMI MASYARAKAT TANI DI GAMPONG TAMPUI KECAMATAN TRIENGGADENG KABUPATEN PIDIE JAYA <i>Safrika</i> <sup>(1)</sup> , <i>Fazlina Hanum</i> <sup>(2)</sup> .....	266-272
RESPON PERTUMBUHAN DAN HASIL TANAMANKEDELAI ( <i>Glycine max L</i> ) AKIBAT PEMBERIAN BAHAN ORGANIK OROK – OROK DAN ZPT AGROFIT <i>Sri Handayani</i> <sup>*(1)</sup> , <i>Rudi Fadli</i> <sup>(2)</sup> , <i>Desi Fitriani</i> <sup>(3)</sup> .....	273-284
PENGARUH PENGGUNAAN WIN PROB TERHADAP KUALITAS FISIK FERMENTASI BAGASE TEBU ( <i>Saccharum officinarum L.</i> ) <i>Sri Rahayu</i> <sup>(1)</sup> , <i>Aidilof</i> <sup>(2)</sup> .....	285-291
KARAKTERISTIK SENSORI DAN KIMIA DENDENG NANGKA MUDA DENGAN PENAMBAHAN DAGING GILING <i>Tengku Mia Rahmiati</i> <sup>(1)*</sup> , <i>Asmeri Lamona</i> <sup>(2)</sup> , <i>Rahmat Afrizal</i> <sup>(3)</sup> , <i>Amsal</i> <sup>(4)</sup> .....	292-298
POTENSI ANTI BAKTERI PERASAN DAUN BINAHONG ( <i>Anrederacordifolia</i> ) TERHADAP PERTUMBUHAN BAKTERI PENYEBAB JERAWAT ( <i>Propionibacteriumacnes</i> ) <i>Ervina Dewi</i> <sup>(1)</sup> , <i>Rahmi Agustina</i> <sup>(2)</sup> , <i>Noratul Iqramah</i> <sup>(3)</sup> .....	299-307
PENGARUH PEMBERIAN NUTRISI AB MIX DAN PUPUK CAIR PADA HIDROPONIK SISTEM RAKIT APUNG TERHADAP PERTUMBUHAN DAN HASIL TANAMAN SELADA MERAH VARIETAS OAKLEAF ( <i>Lactuca sativa L</i> ) <i>Nuryulsen Safridar</i> <sup>*(1)</sup> , <i>Karnilawati</i> <sup>(2)</sup> , <i>Nurul Rahmah</i> <sup>(3)</sup> .....	308-319
PENGARUH APLIKASI AMPAS KELAPA DAN URINE SAPI TERHADAP PERTUMBUHAN DAN HASIL TANAMAN JAGUNG MANIS ( <i>ZEA MAYS SACCHARATA STURT</i> ) <i>Cut Mulia Sari</i> <sup>(1)</sup> , <i>Nazirah</i> <sup>(2)</sup> .....	320-326
PERTUMBUHAN DAN HASIL 4 VARIETAS PADI LOKAL ACEH AKIBAT PUPUK ORGANIK <i>Mawardiana</i> <sup>(1)</sup> , <i>Karnilawati</i> <sup>(2)</sup> , <i>Fadhillah</i> <sup>(3)</sup> .....	327-333
<b>BAB IV. EKONOMI MANAJEMEN, AKUNTANSI &amp; TATA KELOLA ADMINISTRASI</b>	
PENGARUH KARAKTERISTIK INDIVIDU DAN LINGKUNGAN KERJA TERHADAP KINERJA PEGAWAI DI DINAS PENDIDIKAN KABUPATEN PIDIE JAYA <i>Boihaki</i> <sup>(1)</sup> , <i>Busra</i> <sup>(2)</sup> .....	324-340
PENGARUH PELUANG DAN ANCAMAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PRODUK OPPO DI TOKO DUTA PONSEL KOTA BAKTI <i>Cut Yusnidar</i> <sup>(1)</sup> , <i>Ayu Muliana</i> <sup>(2)</sup> .....	341-348

PENGARUH KESELAMATAN DAN KESEHATAN KERJA TERHADAP PRODUKTIFITAS KERJA PEGAWAI PADA DINAS LINGKUNGAN HIDUP KABUPATEN PIDIE <i>Fakhrurrazi<sup>(1)</sup>, Boihaki<sup>(2)</sup>, Cut Yusnidar<sup>(3)</sup></i> .....	349-355
PENGARUH <i>COSTUMER SERVICE</i> DAN <i>RELATIONSHIP MARKETING</i> TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT. BANK RAKYAT INDONESIA (Tbk) CABANG SIGLI KABUPATEN PIDIE <i>Nyak Umar<sup>(1)</sup>, Muhammad Nur<sup>(2)</sup>, Jasman<sup>(3)</sup></i> .....	356-370
MODEL PEMBERDAYAAN BUMDES BERBASIS SYARIAH DI KABUPATEN NAGAN RAYA <i>Wahyuddin<sup>(1)</sup>, Bansu Irianto Ansari<sup>(2)</sup>, Muslim A. Djalil<sup>(3)</sup>, Mirna Indriani<sup>(4)</sup></i> .....	371-382
PENGARUH KEBIJAKAN HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA CAFÉ MODEREN DI KABUPATEN PIDIE <i>Zulkifli<sup>(1)</sup>, Fakhrurrazi<sup>(2)</sup></i> .....	383-390
PENGARUH <i>JOB DESCRIPTION</i> , PENGAWASAN KERJA DAN INISIATIF TERHADAP KOMITMEN KERJA PEGAWAI PADA DINAS PENDIDIKAN KABUPATEN PIDIE <i>Cut Italina<sup>(1)</sup>, Herizal<sup>(2)</sup>, Sari<sup>(3)</sup></i> .....	392-399
ANALISIS <i>NON PERFORMING FINANCING</i> PADA BANK UMUM SYARIAH INDONESIA <i>Evi Maulida Yanti</i> .....	400-405
PENGARUH <i>RELATIONSHIP MARKETING</i> DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA CAFÉ AWESOME SIGLI KABUPATEN PIDIE <i>Teuku Isnaini<sup>(1)</sup>, Rahmayani<sup>(2)</sup></i> .....	406-412
PENGARUH RASIO SOLVABILITAS, PROFITABILITAS DAN AKTIVITAS TERHADAP HARGA SAHAM PADA PERUSAHAAN SUB SEKTOR PERTAMBANGAN BATU BARA <i>Nazariah<sup>(1)</sup>, Maisur<sup>(2)</sup>, Khaira Maulida<sup>(3)</sup></i> .....	413-422
STUDI LITERATUR : KEUANGAN DESA <i>Sufitrayati</i> .....	423-432
STRATEGI DINAS PERINDUSTRIAN PERDAGANGAN DAN KOPERASI KABUPATEN PIDIE JAYA DALAM PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH <i>Zulfikar</i> .....	433-439
<b>BAB V. ILMU HUKUM</b> PEMIDANAAN DAN ASAS-ASAS DALAM HUKUM ISLAM <i>Junaidi Ahmad</i> .....	440-448
TINJAUAN YURIDIS PENGGUNAAN DAN PENGAWASAN DANA GAMPONG UNTUK BANTUAN LANGSUNG TUNAI DAMPAK COVID 19 DI KABUPATEN PIDIE <i>Al Muttaqien</i> .....	449- 458



**BAB VI. ILMU KESEHATAN**

HUBUNGAN PENGETAHUAN DAN SIKAP IBU DENGAN KEJADIAN STUNTING DI  
WILAYAH KERJA PUSKESMAS KUTE PANANG KECAMATAN KUTE PANANG  
KABUPATEN ACEH TENGAH

*Nela Fauzia*<sup>(1)</sup>, *Riska Fitriyani*<sup>(2)</sup> ..... 459-466

PENGARUH INTENSITAS PENGGUNAAN *SMARTPHONE* TERHADAP KUALITAS  
TIDUR PADA SISWA DI SMA NEGERI 1 SIGLI KABUPATEN PIDIE

*Risna*<sup>(1)</sup>, *Wahyuni*<sup>(2)</sup> ..... 467-479



## PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING* DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA CAFÉ AWESOME SIGLI KABUPATEN PIDIE

**Teuku Isnaini, Rahmayani**

Fakultas Ekonomi, Universitas Jabal Ghafur  
 e-mail: teukuisnaini@unigha.ac.id

### ABSTRACT

This study aims to determine "The Effect of Relationship Marketing and Service Quality on Customer Satisfaction at Cafe Awesome Sigli, Pidie Regency". Where the independent variables are Relationship Marketing, Service Quality and Customer Satisfaction as the dependent variable. The population in this study were the people of Pidie Regency. The sample was taken as many as 96 respondents using the Simple Random Sampling formula. Data were collected using a survey method through a questionnaire filled out by respondents. Then the data obtained were analyzed using multiple regression analysis. This analysis includes the Validity Test, Reliability Test, Multiple Regression Analysis, Classical Assumption Test, Hypothesis Test through F Test and t Test, and Analysis of the Coefficient of Determination (R<sup>2</sup>). The results of the study, obtained the following regression equation:

$$Y = 4.484 + 0.390X_1 + 0.438 X_2$$

The results of the above analysis can be concluded that of the two variables studied, it turns out that the variable Service Quality (X<sub>2</sub>) has the most dominant influence, namely 0.438% on Customer Satisfaction at Cafe Awesome Sigli, Pidie Regency. The relationship between the dependent and independent variables, namely Relationship Marketing (X<sub>1</sub>), Service Quality (X<sub>2</sub>) on Customer Satisfaction at Cafe Awesome Sigli, Pidie Regency, with a correlation index of 0.840%, this means that the relationship is very strong. Then the determination index is the amount of the contribution of the independent variable between the quality of the Relationship Marketing (X<sub>1</sub>), the Quality of Service (X<sub>2</sub>) on the dependent variable, namely Customer Satisfaction, indicated by the coefficient of determination (R<sup>2</sup>) of 0.706, this value means 70.6% of the level of change in customer satisfaction can be explained by changes in all independent variables, namely Relationship Marketing (X<sub>1</sub>), Service Quality (X<sub>2</sub>) and the analysis of 29.4% is explained by variables outside this study.

**Keywords:** *Relationship Marketing, Service Quality and Customer Satisfaction*

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk Mengetahui "*Pengaruh Relationship Marketing dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Cafe Awesome Sigli Kabupaten Pidie*". Dimana variable independent yaitu *Relationship Marketing, Kualitas Pelayanan* dan *Kepuasan Pelanggan* sebagai variable dependennya. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kabupaten Pidie. Sampel diambil sebanyak 96 orang responden dengan menggunakan rumus *Simple Random Sampling*. Data dikumpulkan dengan menggunakan metode survey melalui kuesioner yang diisi oleh responden. Kemudian data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan analisis regresi berganda. Analisis ini meliputi Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Analisis Regresi berganda Uji Asumsi Klasik, Uji Hipotesis melalui Uji F dan Uji t,

serta analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ). Hasil penelitian, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 4.484 + 0,390X_1 + 0,438 X_2$$

Hasil analisis diatas dapat disimpulkan bahwa dari kedua variabel yang diteliti ternyata variabel Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) mempunyai pengaruh paling dominan yaitu sebesar 0.438 % terhadap Kepuasan Pelanggan pada Cafe Awesome Sigli Kabupaten Pidie. Hubungan antara variable dependen dan independenya itu masing-masing variable Relationship Marketing ( $X_1$ ), Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Pelanggan pada Cafe Awesome Sigli Kabupaten Pidie dengan indeks korelasi sebesar 0,840 %, ini berarti hubungan tersebut sangat kuat. Kemudian indeks determinasi yaitu besarnya kontribusi variable bebas antara kualitas Relationship Marketing ( $X_1$ ), Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) terhadap variable terikat yaitu Kepuasan Pelanggan ditunjukkan dengan besarnya koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,706, nilai tersebut berarti sebesar 70,6 % tingkat perubahan Kepuasan Pelanggan dapat dijelaskan oleh perubahan seluruh variable bebas yaitu Relationship Marketing ( $X_1$ ), Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) dan analisisnya sebesar 29,4 % dijelaskan oleh variabel di luar penelitian ini.

**Kata Kunci** : *Relationship Marketing, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan*

## PENDAHULUAN

Seiring berkembangnya dunia usaha dan didukung dengan kebutuhan konsumen yang terus meningkat dan terus berubah-ubah. Dengan meningkat kebutuhan konsumen yang berbeda-beda yang ingin mendapatkan segalanya dengan cepat.

*Relationship Marketing* adalah konsep yang sangat penting untuk menarik dan mempertahankan pelanggan dalam sebuah organisasi. Dalam dunia bisnis modern, fokus pemasaran mencerminkan pergerakan perubahan dari pemasaran transaksional ke *relationship marketing*. Membangun, memelihara, dan selalu meningkatkan hubungan pelanggan merupakan aspek penting dari bisnis. Konsep *relationship marketing* secara luas dipahami, baik itu secara akademis dan profesional dimana tujuannya adalah untuk meningkatkan hubungan yang kuat dan menjadikan pelanggan yang acuh tak acuh menjadi loyal.

Salah satu cara yang dilakukan perusahaan dalam mencapai loyalitas adalah dengan menjalin relasi atau hubungan (*Relationship Marketing*) dengan pelanggan. Relasi atau hubungan (*Relationship Marketing*) banyak dijumpai sebagai salah satu strategi penentu loyalitas pelanggan dalam hal ini pengunjung Cafe Awesome Sigli.

Kualitas pelayanan merupakan suatu fenomena yang unik, sebab dimensi dan indikatornya dapat berbeda diantara orang-orang yang terlibat dalam pelayanan. Kualitas pelayanan menunjuk pada tingkat kesempurnaan pelayanan dalam memenuhi kebutuhan dan tuntutan setiap konsumen. Kualitas pelayanan ini menjadi penting karena akan berdampak langsung pada citra perusahaan.

Kepuasan pelanggan adalah sebuah pendahuluan dari pembelian kembali konsumen, loyalitas pelanggan, dan bertahannya konsumen yang akhirnya menguntungkan perusahaan. Kepuasan konsumen memberikan banyak keuntungan bagi perusahaan dimana salah satu yang penting yaitu memungkinkan tercapainya loyalitas pelanggan.

Cafe Awesome Sigli merupakan sebuah warung kopi komunitas yang menghimpun banyak orang. Beralamat di Pulo Pisang, Kecamatan Pidie, Kabupaten Pidie, Cafe Awesome. Bukan hanya fokus pada aktivitas kopi, Cafe Awesome Sigli juga mempunyai ruang seluas juga diniatkan sebagai ruang edukasi dan interaksi berbagai komunitas di Aceh khususnya Kota Sigli.

## METODE PENELITIAN

Lokasi Penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat survei. Penelitian dilaksanakan pada Cafe Awesome Sigli Kabupaten Pidie,

Objek penelitian dalam penelitian ini memfokuskan tentang pengaruh *relationship marketing* dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Cafe Awesome Sigli Kabupaten Pidie.

### Sampel

Sampel adalah memilih sejumlah tertentu (sample) dari keseluruhan populasi (Nasution, 2009:86). Sampel merupakan Sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti.

Kemudian digunakan metode Simple Random Sampling, yaitu pengambilan sampel anggota populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Dikarenakan jumlah populasinya tidak diketahui secara pasti maka untuk menentukan besarnya sampel yaitu dengan menggunakan rumus *Unknown Populations*.

### Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan adalah sebagai berikut :

1. Wawancara (*interview*) dan observasi, yaitu suatu cara untuk mengumpulkan data atau bahan-bahan keterangan dengan tatap muka langsung dengan para responden.
2. Kuesioner, yaitu merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk di jawab.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Pengaruh Relationship Marketing dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Cafe Awesome Sigli Kabupaten Pidie

Untuk mengetahui pengaruh Relationship Marketing dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Cafe Awesome Sigli Kabupaten Pidie, maka dilakukan analisis data melalui regresi linear berganda.

Pengaruh Masing-masing Variabel Independen Terhadap Variabel Dependen

Nama Variabel	B	Standar Error	Beta	t <sub>hitung</sub>	t <sub>tabel</sub>	Sign
Konstanta	4.484	1.047		4.284	1,661	0,000
Relationship Marketing	0.390	0.067	0.459	5.821	1,661	0,000
Kualitas Pelayanan	0.438	0.076	0.452	5.729	1,661	0,000
Koefisien Korelasi (R)	=0,840					
Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> )	= 0,706					
Adjusted R Squares	=0,700					
F <sub>hitung</sub>	=111.811					
F <sub>tabel</sub>	= 3,20					
Sign F	= 0,000 <sup>b</sup>					

Sumber: Data primer penelitian diolah, (2019)

Dari output SPSS diatas dengan dipergunakan model regresi berganda, dapat difungsikan dalam bentuk persamaan sebagai berikut:

$$Y = 4.484 + 0,390X_1 + 0,438 X_2$$

Dari persamaan regresi linear berganda di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta dalam penelitian ini yaitu pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat adalah sebesar 4.484. ini artinya jika variabel Relationship Marketing ( $X_1$ ) dan Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) konstan, maka variabel Kepuasan Pelanggan (Y) 4.484 pada skala likert yaitu setuju.
2. Nilai koefisien regresi Relationship Marketing ( $X_1$ ) sebesar 0.390 dapat diartikan bahwa setiap 1% kenaikan persepsi responden terhadap variabel Relationship Marketing ( $X_1$ ), maka akan mempengaruhi Kepuasan Pelanggan pada Cafe Awesome Sigli Kabupaten Pidie sebesar 39,0 %.
3. Nilai koefisien regresi Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) sebesar 0.438 dapat diartikan bahwa setiap 1% kenaikan persepsi responden terhadap variabel Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ), maka akan mempengaruhi Kepuasan Pelanggan pada Cafe Awesome Sigli Kabupaten Pidie sebesar 43,8 %.

## SIMPULAN DAN SARAN

### KESIMPULAN

Kesimpulan dari hasil penelitian tentang "*Pengaruh Relationship Marketing dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Cafe Awesome Sigli Kabupaten Pidie*" adalah sebagai berikut:

4. Nilai konstanta dalam penelitian ini yaitu pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat adalah sebesar 4.484. ini artinya jika variabel Relationship Marketing ( $X_1$ ) dan Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) konstan, maka variabel Kepuasan Pelanggan (Y) 4.484 pada skala likert yaitu setuju.
5. Hasil analisis diatas dapat disimpulkan bahwa dari kedua variabel yang diteliti ternyata variabel Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) mempunyai pengaruh paling dominan yaitu sebesar 0.438 % terhadap Kepuasan Pelanggan pada Cafe Awesome Sigli Kabupaten Pidie.
6. Hubungan antara variabel dependen dan independen yaitu masing-masing variabel Relationship Marketing ( $X_1$ ), Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Pelanggan pada Cafe Awesome Sigli Kabupaten Pidie dengan indeks korelasi sebesar 0,840 %, ini berarti hubungan tersebut sangat kuat.
7. Kemudian indeks determinasi yaitu besarnya kontribusi variabel bebas antara kualitas Relationship Marketing ( $X_1$ ), Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) terhadap variabel terikat yaitu Kepuasan Pelanggan ditunjukkan dengan besarnya koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,706, nilai tersebut berarti sebesar 70,6 % tingkat perubahan Kepuasan Pelanggan dapat dijelaskan oleh perubahan seluruh variabel bebas yaitu kualitas Relationship Marketing ( $X_1$ ), Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) dan analisisnya sebesar 29,4 % dijelaskan oleh variabel di luar penelitian ini.
8. Hasil pengujian secara simultan di peroleh  $F_{hitung} 111.811 > F_{tabel} 3,20$ , dengan demikian hasil perhitungan ini dapat diambil suatu keputusan bahwa menerima hipotesis alternatif ( $H_a$ ) dan menolak hipotesis nol ( $H_o$ ), artinya bahwa variabel Relationship Marketing ( $X_1$ ), Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Cafe Awesome Sigli Kabupaten Pidie.
9. Variabel Relationship Marketing ( $X_1$ ) diperoleh  $t_{hitung} 5.821 > t_{tabel} 1,661$  dan nilai signifikan  $0,000 < 0.05$ , sehingga Hipotesis Nol ( $H_o$ ) ditolak dan Hipotesis Alternatif ( $H_a$ ) diterima. Dari hasil uji t ini dapat disimpulkan bahwa variabel Relationship Marketing ( $X_1$ )

berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Cafe Awesome Sigli Kabupaten Pidie.

10. Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) diperoleh  $t_{hitung} 5.729 > t_{tabel} 1,661$  dan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ , sehingga Hipotesis Nol ( $H_0$ ) ditolak dan Hipotesis Alternatif ( $H_a$ ) diterima. Dari hasil uji t ini dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Cafe Awesome Sigli Kabupaten Pidie.

### Saran

Adapun saran yang dapat saja disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Untuk meningkatkan Kepuasan Pelanggan pada Cafe Awesome Sigli Kabupaten Pidie sebaiknya Cafe Awesome harus menciptakan kelebihan-kelebihan dalam hal pelayanan maupun menu makanannya, supaya pelanggan merasa puas dengan apa yang disediakan oleh Cafe Awesome.
2. Diperlukan langkah-langkah strategis yang dilakukan oleh para pekerja Cafe Awesome dalam melayani pelanggan, para pekerja harus tau apa yang pelanggan butuhkan.
3. Untuk kedepan, sebaiknya mahasiswa yang melakukan penelitian, mengambil judul tentang pemasaran dengan masalah yang samaguna penelitiannya lebih akurat dan ada pemecahan masalahnya.

### DaftarPustaka

- Ahmad Saputra 2015 *Pengaruh Lokasi, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pasar Tradisional Studi Kasus Pasar Tradisional di Kecamatan Medan Johor*.
- Ariani, D. Wahyu. 2009. *Manajemen Operasi Jasa*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Chan. 2013. *Religious Coping, Posttraumatic Stress, Psychological Distress, and Posttraumatic Growth Among Female Survivors*.
- Chattananon, Apisit & Jirasek Trimetsoontorn 2009. Relationship marketing: a Thai case. *International Journal of Emerging Markets*, Vol.4 No. 3, 252-274.
- Daryanto., Ismanto Setyobudi. 2014. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Malang: Gaya Media.
- Fandy Tjiptono, 2004, *Strategi Pemasaran*, edisi kedua, Andi,. Yogyakarta.
- \_\_\_\_\_. 2005, *Pemasaran Jasa*, Edisi pertama, Yogyakarta; Penerbit. Bayu media Publishing.
- \_\_\_\_\_. 2009, *Strategi Pemasaran, edisi kedua*, cetakan ketujuh, Yogyakarta : Andi. Offset.
- \_\_\_\_\_. 2012, *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta, ANDI.
- Fandy Tjiptono, dan Gregorius Chandra. 2011. *Service, Quality and Satisfaction*. ed 3. Yogyakarta. Andi.

- \_\_\_\_\_, 2012, *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta, ANDI.
- Garvin.2012. *Marketing Management, 14th ed*. Upper Saddle. River, NJ: Pearson Education Inc.
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi Ke 4. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Gregorius Chandra. 2011. Gregorius Chandra. 2011. *Service, Quality and Satisfaction*. ed 3. Yogyakarta. Andi.
- Hajar Aswat, dkk 2017 *Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Nasabah Di PT. Bank Mandiri Kc. Dotulolong Lasut Manado*
- Hansemark & Albinsson 2009. *Customer Satisfaction and Retention: The Experiences of Individual Employees. Managing Service Quality*, 40-57.
- Hardiansyah .2011. *Kualitas Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Gava Media.
- Heizer, Jay & Barry Render, 2008. *Manajemen Operasi Buku 1 Edisi 9*. Salemba Empat, Jakarta.
- Irawan, 2008 *Manajemen Pemasaran Modern*,. Liberty, Yogyakarta.
- \_\_\_\_\_. 2009, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, Cetakan ketujuh, Jakarta
- \_\_\_\_\_. 2012. *Manajemen Pemasaran Modern Edisi ke-2*. Yogyakarta: Liberty Offset.
- Jarliyah Harfika 2017 *Pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap Kepuasan pasien pada rumah sakit umum Kabupaten aceh barat daya*.
- Khan, 2012. *Impact of Brand Related Attributes on Purchase Intention of Customers. A Study About the Customers of Punjab, Pakistan. Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*.
- Kotler, dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Garry Armstrong. 2010. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jilid 1 dan 2 Edisi. Kedua Belas. Jakarta :Erlangga.
- Kotler, Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 2*. Jakarta: Indeks
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13 Jakarta: Erlangg.
- Kusumawandari, Mentari. 2011. *Program Customer Relationship Management dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Tamu Bisnis di Hotel Bentani Cirebon*.
- Malhotra, N.K., 2009, *Riset Pemasaran*, Edisi keempat, Jilid 1, PT Indeks

- Moh. Agung Suriyanto dan Nurul Aisyah, 2009. *Pengaruh Penerapan Experiential Marketing Strategic terhadap Kepuasan Konsumen*. 62, h. 129-150.
- Morgan, R.M. and Hunt, S.D. 2009, "The commitment-trust theory of relationship marketing", *Journal of Marketing*, Vol. 58 No. 3, pp. 20-38.
- Nasution. (2009). *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Rambat, Lupiyoadi, 2011, *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi 2*, Jakarta: Salemba Empat
- Saleh .2010 . "Manajemen Pelayanan ". Pustaka Pelajar, Jakarta.
- Santoso.2009. *Panduan Lengkap Menguasai Statistik Dengan SPSS*. Jakarta:
- Saputra dan Ariningsih. 2014. *Masa Depan Penerapan Strategi Relationship Marketing pada Industri Jasa Perbankan*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Volume 10 No. 1. Hal 1-15.
- Satisfaction : A Studi on Mobile Service Providing Compainess In Srilangka, *Journal of Business Org*
- Sivesan. 2012. Impact of Relationship Marketing on Costumer Loyalty on Banking Sectors. *Jurnal of South Academic Research*. Volume 2, Issue 3, pp. 179-191.