

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dari penelitian dan analisis data mengenai “Pengaruh Pelayanan Jasa Bridal, Promosi, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Usaha Jasa Dibidang Bridal Kota Tangerang”, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil uji t yang secara parsial memenuhi syarat pengujian, dengan diperoleh t- hitung sebesar 3,312 dengan signifikansi 0,001. Maka dapat disimpulkan bahwa pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, karena signifikansi lebih kecil dari 0,05 dan  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ , sehingga H1 diterima.
2. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil uji t yang secara parsial memenuhi syarat pengujian, dengan diperoleh t- hitung sebesar 2,807 dengan signifikansi 0,006. Maka dapat disimpulkan bahwa promosi berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, karena signifikansi lebih kecil dari 0,05 dan  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ , sehingga H2 diterima.
3. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil uji t yang secara parsial memenuhi syarat pengujian, dengan diperoleh t- hitung sebesar 5,882 dengan signifikansi 0,000, Maka dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, karena signifikansi lebih kecil dari 0,05 dan  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ , sehingga H3 diterima.

4. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa :

H<sub>1</sub> : Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada bridal di Kota Tangerang

H<sub>2</sub> : Promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada bridal di Kota Tangerang

H<sub>3</sub> : Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada bridal di Kota Tangerang

H<sub>4</sub> : Pelayanan, promosi, dan harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada bridal di Kota Tangerang

## **B. Implikasi**

### **1. Implikasi Teoritis**

- a. Variabel pelayanan berdampak positif dan signifikan pada kepuasan pelanggan. Artinya bridal dapat memberikan pelayanan lebih baik lagi yang secara langsung akan meningkatkan kepuasan pelanggan.
- b. Variabel promosi berdampak positif dan signifikan secara parsial pada variabel kepuasan pelanggan. Artinya semakin menarik promosi yang dilakukan oleh suatu bridal secara langsung akan meningkatkan kepuasan pelanggan.
- c. Variabel harga berdampak positif dan signifikan secara parsial pada variabel kepuasan pelanggan. Artinya semakin bervariasi harga yang ditawarkan oleh bridal, secara langsung akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

## 2. Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil kajian menunjukkan bahwa ada dampak langsung pelayanan, promosi dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini mengandung implikasi bahwa strategi manajemen berkaitan dengan pelayanan, promosi dan harga memiliki peranan yang sangat penting bagi pencapaian tujuan bridal berupa kepuasan pelanggan, sehingga diharapkan bridal dapat mencapai keunggulan bersaing yang tinggi. Melalui keunggulan bersaing ini diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan yang tinggi dari semua klien.

## 3. Implikasi Metodologi

Menggunakan indikator lain sebagai alat pengukur dari variabel yang diteliti dan menggunakan metode sampling yang berbeda seperti wawancara langsung secara mendalam agar memperoleh data lebih detail dan memperbanyak jumlah sampel agar hasil uji data kajian lebih akurat.

## C. Saran

1. Diharapkan bridal-bridal di Kota Tangerang memberikan pelayanan lebih baik lagi dengan cara menambah dan memperluas lini produk gaun.
2. Diharapkan bridal-bridal di Kota Tangerang memberikan promosi yang lebih menarik lagi dengan cara memperbaiki konten di media sosial supaya lebih menarik dan, dan lebih *update* terkait konten promosi seperti apa yang sedang naik daun dan dapat mengendorse selebgram.
3. Diharapkan bridal-bridal di Kota Tangerang memberikan harga yang lebih bervariasi lagi, mulai dari harga *all in venue* dengan *budget* termurah dan

sederhana, sampai *all in venue* dengan *budget* tinggi dan mewah. dengan memperbaiki konten, tampilan produk, animasi iklan sesuai dengan target pasar yang ingin dikuasa.



## DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, G. (2021). Pengaruh Keragaman Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Physical Review*, 80(113), 580–594. [http://repository.unpas.ac.id/id/eprint/46280%0Ahttp://repository.unpas.ac.id/46280/4/BAB\\_2\\_AKHIR.pdf](http://repository.unpas.ac.id/id/eprint/46280%0Ahttp://repository.unpas.ac.id/46280/4/BAB_2_AKHIR.pdf)
- Darma, N. N. G. G., & Hartati, P. S. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Oppo pada Gerai Handphone Shop di Gianyar. *Widya Amrita*, 1(1), 349–361. <https://doi.org/10.32795/widyaamrita.v1i1.1185>
- ecia meilonna. (2018). UNIVERSITAS SUMATERA UTARA Poliklinik UNIVERSITAS SUMATERA UTARA. *Jurnal Pembangunan Wilayah & Kota*, 1(3), 82–91.
- Fajar Tri Hermawan. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Motor Honda Di Komplek Graha Indah Bekasi. *STIE Indonesia*, 53(9), 1689–1699.
- Garaika, G., & Feriyan, W. (2019). Promosi Dan Pengaruhnya Terhadap Terhadap Animo Calon Mahasiswa Baru Dalam Memilih Perguruan Tinggi Swasta. *Jurnal AKTUAL*, 16(1), 21. <https://doi.org/10.47232/aktual.v16i1.3>
- Kevin, D., & Carsana, Y. (2020). Pengaruh Promosi, Persepsi Harga Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Suzuki Di Pt.Arista Suskes Abadi Tanjung Pinang. *Jurnal Manajerial Dan Bisnis Tanjungpinang*, Vol.3, No.1, 2020: 1-13, 3(1), 1–13.
- Kurniawan, M., & Hildayanti, S. K. (2019). Analisis Citra Merek, Harga, Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kota Palembang (Studi Kasus Konsumen Grab). *Jurnal Ecoment Global*, 4(2), 86. <https://doi.org/10.35908/jeg.v4i2.757>
- Listiawati, L., Afriani, R. I., & Solehan, T. (2017). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Pt. Indomaret Suralaya, Merak-Banten. *Jurnal Riset Akuntansi Terpadu*, 10(2). <https://doi.org/10.35448/jrat.v10i2.4256>
- Manajemen, F., & Ciputra, U. (2020). *Pembelian Di Toko Podo Jodo*. 5(April), 1–6.
- Prihartono, R. M. S. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise). *Jimea*, 4(1), 106–113. [http://download.garuda.ristekdikti.go.id/article.php?article=1490064&val=12596&title=ANALISIS\\_KOMPARATIF\\_PENGUKURAN\\_KINERJA\\_ENTITAS\\_SYARIAH\\_DENGAN\\_BALANCE\\_SCORECARD\\_DAN\\_MASLAHAH\\_SCORECARD](http://download.garuda.ristekdikti.go.id/article.php?article=1490064&val=12596&title=ANALISIS_KOMPARATIF_PENGUKURAN_KINERJA_ENTITAS_SYARIAH_DENGAN_BALANCE_SCORECARD_DAN_MASLAHAH_SCORECARD)

- Putri, Y. E., Moiens, A., & Yulismi. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Prabayar XL Di Kota Padang. *Jurnal Ekobistek*, 8(1), 68–76. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v8i1.35>
- Ratnaningrum, H. (2018). Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Pembelian ponsel Samsung di Kota Yogyakarta. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 11(18), 163–173.
- Sumarsid, Atik Budi Paryanti, Harga, D., Kepuasan, T., Pada, P., Studi, G. (, Kecamatan, W., Sumarsid, S. ), Atik, D., & Paryanti, B. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Grabfood(Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi). *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 12(1), 70–83.
- Taupik Ismail. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kantor Indihome Gegerkalong Di Kota Bandung. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(1), 1124–1135.
- Wibowati, J. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt Muarakati Baru Satu Palembang. *Jurnal Manajemen*, 8(2), 15–31. <https://doi.org/10.36546/jm.v8i2.348>
- Wulandari, P. P., & Widayanto. (2020). Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Toyota ( Studi Pada Konsumen Pt Nasmoco Majapahit , Semarang ). 1–9.

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP****Identitas Pribadi**

Nama : Violamitha Andresta  
Tempat, Tanggal Lahir : Tangerang, 11 Juli 1995  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Agama : Buddha  
Kewarganegaraan : Indonesia  
Alamat : Villa Tomang Baru Blok G3 No 28 , Tangerang  
Nomor Telepon : 089630370177  
Email : violaandresta@gmail.com

**Riwayat Pendidikan**

SD : SD BK-2 (2001 – 2007)  
SMP : SMP BONAVIDA (2007 – 2010)  
SMK : SMK BONAVIDA (2010 - 2013)

Tangerang, 25 Juli 2022

Violamitha Andresta



**LAMPIRAN 1****KUESIONER**

Kepada

Yth Bapak/Ibu/Saudara/i

Customer Bridal-Bridal Di Kota Tangerang

Dengan Hormat,

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Violamitha Andresta

Nim : 201805000182

Fakultas : Bisnis/Manajemen Pemasaran

Dengan ini mohon kepada Bapak/Ibu untuk bersedia mengisi kuesioner yang saya bagikan. Adapun kegunaan kuesioner untuk kepentingan penyusunan tugas akhir di Universitas Buddhi Dharma Tangerang. Adanya data dari kuesioner ini hanya digunakan untuk kepentingan tugas akhir, sehingga kerahasiaannya akan saya jaga.

Demikian surat permohonan ini saya buat, atas kerjasamanya saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

Violamitha Andresta



## KUESIONER PENELITIAN

### A. Data Responden

- Jenis Kelamin :  Laki-Laki  Perempuan
- Usia :  16 – 21 tahun  22 – 27 tahun  
 28 – 35 tahun  > 35 tahun
- Pekerjaan :  Pelajar / Mahasiswa  Wirausaha  
 Karyawan Swasta  *Entertainer*
- Pendidikan :  SMA / SMK  Diploma  
 S1  Lainnya

### B. Petunjuk Pengisian

1. Setiap pertanyaan diikuti oleh 5 (lima) pilihan jawaban, Bapak/Ibu/Saudara/i cukup memilih salah satu dari 5 (lima) jawaban yang tersedia.
2. Berikan tanda *check list* ( ✓ ) pada kolom yang tersedia, dan pilih sesuai dengan keadaan yang sebenarnya .
3. Terdapat lima alternatif jawaban, yaitu:
  - 1 = Sangat Tidak Setuju
  - 2 = Tidak Setuju
  - 3 = Kurang Setuju
  - 4 = Setuju
  - 5 = Sangat Setuju

### A. Variabel Pelayanan

No.	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Staff bridal memberikan kemudahan dengan memberikan masukan kepada klien dalam menentukan gaun mana yang akan dipilih.					
2	Saya mendapatkan kemudahan dalam bernegosiasi terkait keuntungan yang saya dapatkan jika saya memakai jasa bridal.					
3	Staff bridal memiliki daya tanggap dan respon yang cepat dalam membantu klien.					
4	Staff bridal memiliki pengetahuan produk secara keseluruhan.					
5	Tidak hanya pengetahuan di bidang gaun, staff bridal juga memiliki pengetahuan di bidang pernikahan secara menyeluruh.					
6	Customer bridal memiliki kemudahan dalam mengkontak staff bridal, karena masing-masing klien bridal memiliki PIC.					
7	Staff bridal sangat ramah dan santun kepada semua klien bridal tanpa membedakan antara klien yang satu dengan yang lainnya.					
8	Sikap sopan, santun dan ramah dari setiap staff bridal sangat di perlukan. Sehingga para klien merasa nyaman.					

## B. Variabel Promosi

No.	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Saya mengetahui bridal dari promosi yang dilakukan di sosial media Instagram.					
2	Menurut saya jika bridal melakukan promosi melalui media sosial dengan membayar selebgram untuk mempromosikan bridalnya, maka klien bridal akan lebih banyak lagi.					
3	bridal memberikan hadiah berupa cincin emas pada klien yang deal di tanggal 14 Februari 2022 dalam rangka hari kasih sayang.					
4	Memberikan hadiah adalah salah satu bentuk promosi yang dilakukan oleh bridal.					
5	Bridal melakukan iklan di stasiun Televisi untuk menarik minat calon klien.					
6	Menurut saya jauh lebih menguntungkan membayar selebgram untuk mempromosikan bridal melalui Instagram, daripada memasang iklan di stasiun Televisi.					
7	Jika bridal memakai jasa artis yang sedang terkenal, menurut saya bridal tersebut akan jauh lebih maju karena tidak hanya di kenal di Kota Tangerang saja, tetapi di seluruh Indonesia dan bahkan di mancanegara.					

### C. Variabel Harga

No.	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Dengan kualitas gaun dan make up yang bridal berikan \kepada klien, harga yang di tawarkan masih terjangkau dikelasnya.					
2	Saya rasa harga yang terjangkau tidak melulu memiliki kualitas yang standar ataupun buruk, karena ada juga Bridal yang mengedepankan kepuasan pelanggannya, sehingga memberikan kualitas yang baik dan harga yg terjangkau.					
3	Bridal memiliki daya saing harga yang tidak terlalu signifikan dengan kompetitor dikelasnya.					
4	Saya rasa harga yang ditawarkan oleh Bridal sangat sesuai dengan kualitas gaun dan make up yang diberikan.					
5	Jika kualitas yang diberikan oleh bridal tidak sesuai dengan harga yang diberikan, maka daya beli konsumen akan menurun.					
6	Saya rasa memperhitungkan harga dengan kualitas sangat penting untuk suatu bridal. Karena harga dan kualitas dapat mempengaruhi daya beli konsumen					
7	Saya rasa jika harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas yang diberikan, maka dapat mempengaruhi klien dalam mengambil keputusan.					
8	Harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan. Sehingga jika bridal memberikan harga yang tinggi tetapi kualitas buruk maka klien bridal sedikit, tetapi jika Bridal memberikan harga yang tinggi dengan kualitas dan pelayanan yang baik maka klien bridal banyak karena merasa puas.					

#### D. Variabel Kepuasan Pelanggan

No.	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Kebersihan dan kelengkapan ruangan make up dan fitting gaun sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.					
2	Saya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh bridal, karena saya dapat dengan mudah memperoleh informasi seputar bridal melalui staffnya.					
3	Tidak hanya melalui staff nya, saya merasa kalau pemilik bridal pun selalu memberikan informasi yang jelas dan lengkap kepada kliennya.					
4	Saya selektif dalam memilih bridal, buat saya mutu pelayanan sangat penting dan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.					
5	Banyak atau sedikitnya klien bridal adalah hasil dari mutu pelayanan yang diberikan oleh staff bridal terhadap kliennya. Karena jika mutu pelayanannya baik, maka klien akan mereferensikan bridal kepada orang-orang disekitarnya.					
6	Saya rasa semua staff di bridal sangat ramah, tidak hanya staff tetapi sang pemilik pun sangat ramah. Hal ini sangat berpengaruh dan berdampak positif terhadap kepuasan pelanggan.					
7	Saya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh bridal karena sangat cepat dalam merespon klien.					
8	Menurut saya kecepatan dalam merespon pelanggan sangat penting, karena jika tidak saya merasa bridal itu tidak mengutamakan kepuasan pelanggannya.					

## LAMPIRAN 2

## Tabulasi Jawaban Kuesioner Responden

PELAYANAN									PROMOSI							
X1	X1	X1	X1	X1	X1	X1	X1	Total	X2	X2	X2	X2	X2	X2	X2	Total
4	5	5	5	5	5	5	5	39	4	4	5	5	4	5	5	32
4	4	4	3	3	3	3	5	29	5	3	3	4	3	4	3	25
5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	35
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	3	4	4	27
4	5	4	4	4	5	5	5	36	5	5	5	5	4	5	5	34
4	4	4	5	4	3	5	5	34	3	5	4	5	5	5	5	32
4	5	5	5	4	4	5	4	36	3	4	5	4	2	4	3	25
3	4	4	4	3	3	4	4	29	4	5	3	3	4	4	3	26
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	3	4	27
5	4	4	5	5	4	5	5	37	5	5	4	5	4	4	4	31
4	4	4	4	4	4	4	5	33	4	5	3	4	3	5	5	29
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	28
4	5	4	4	4	4	4	5	34	2	3	5	4	3	3	4	24
4	4	5	5	5	4	4	4	35	5	4	4	5	4	4	5	31
4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	3	4	4	3	4	5	28
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	3	3	3	3	3	3	22
3	4	4	4	3	4	4	4	30	3	4	4	4	3	3	4	25
4	4	5	5	4	4	4	5	35	5	5	5	5	5	5	5	35
4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	5	5	5	5	3	5	33
4	4	5	5	5	5	5	5	38	4	5	5	5	3	5	5	32
5	4	5	4	5	4	5	5	37	4	5	5	5	5	5	4	33
5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	35
4	4	4	5	5	4	4	5	35	4	4	4	5	4	3	3	27
5	5	5	4	5	5	5	5	39	5	5	5	5	5	5	3	33
4	4	4	4	3	3	3	5	30	3	4	5	3	2	5	4	26
5	4	4	4	4	4	5	5	35	4	4	4	4	4	4	4	28
3	3	3	4	3	4	4	4	28	4	3	3	4	3	4	4	25
3	4	2	3	3	5	2	2	24	5	5	3	1	2	5	5	26
4	5	4	4	5	4	4	4	34	4	4	5	4	4	5	4	30
4	4	4	4	5	4	5	5	35	4	5	4	5	4	4	4	30
5	5	5	5	4	4	4	5	37	4	5	5	4	4	5	5	32
5	4	4	5	4	4	4	5	35	5	5	5	4	5	5	5	34
4	4	4	4	5	5	4	5	35	4	5	5	5	4	5	5	33
4	4	4	5	3	4	5	5	34	4	5	5	4	4	5	5	32
4	4	4	4	3	4	4	5	32	4	5	5	4	4	5	5	32
4	4	4	4	4	4	5	5	34	5	5	5	4	4	5	5	33
4	4	4	5	4	4	4	5	34	4	5	5	4	4	5	5	32

PELAYANAN								PROMOSI								
4	4	5	5	4	4	4	5	35	3	5	5	4	4	5	5	31
4	4	5	4	4	4	5	5	35	4	4	4	4	4	5	5	30
4	5	5	5	4	4	4	5	36	5	4	4	5	5	5	4	32
5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	5	5	5	5	40	4	4	5	5	5	5	5	33
5	5	5	5	5	5	5	5	40	4	4	5	4	5	5	5	32
5	5	5	5	5	5	5	5	40	4	5	5	5	5	5	5	34
5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	4	5	5	5	34
5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	35
5	4	5	5	5	5	5	5	39	5	5	5	5	5	5	5	35
5	4	5	5	5	5	5	5	39	5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	4	5	5	5	5	5	34
4	4	4	4	5	5	5	4	35	4	4	5	4	4	5	4	30
4	5	5	4	5	5	5	5	38	5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	4	5	4	5	5	4	37	4	5	5	5	5	4	4	32
5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	35
5	4	5	4	4	5	5	5	37	4	5	5	5	5	5	5	34
4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	4	5	5	4	5	4	32
5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	35
4	5	5	4	5	5	5	5	38	5	5	5	5	4	5	5	34
5	5	5	5	5	5	5	4	39	3	5	5	5	4	5	5	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	5	5	5	5	5	4	33
5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	3	33
5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	4	4	5	5	38	3	5	5	5	3	5	5	31
4	4	3	3	3	3	4	3	27	2	4	3	4	2	4	4	23
4	4	4	4	4	4	4	5	33	3	5	5	4	3	5	5	30
4	4	5	5	4	4	4	5	35	4	5	5	4	3	5	5	31
4	4	4	4	4	4	4	5	33	3	5	5	4	3	5	5	30
5	4	4	5	5	5	5	5	38	4	5	5	5	5	5	5	34
5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	4	5	5	34
5	5	5	5	5	5	5	5	40	4	5	5	5	5	5	5	34
4	5	5	5	5	5	5	5	39	5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	5	4	5	5	39	5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	35
5	4	4	4	4	4	4	4	33	4	4	4	4	4	4	4	28
5	5	5	5	5	5	4	5	39	5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	4	5	4	4	4	5	36	5	5	5	4	4	4	5	32

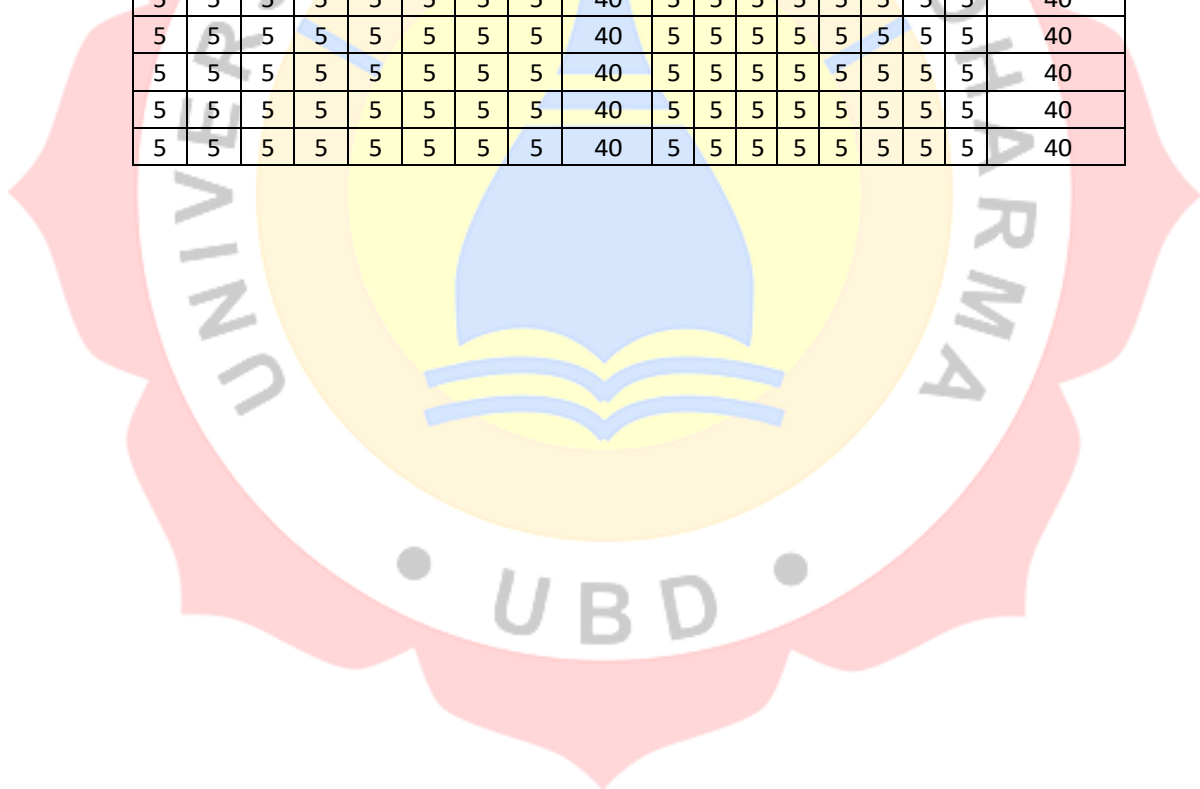




HARGA								KEPUASAN PELANGGAN								
X	X	X	X	X	X	X	X	Total	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Total
4	5	4	5	4	5	5	5	37	5	5	5	4	5	5	5	39
3	3	3	2	5	5	5	4	30	4	4	4	5	5	3	4	33
5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	5	5	5	5	36	5	4	4	5	5	5	4	37
4	5	5	3	5	5	5	5	37	5	4	4	4	5	5	4	36
4	4	5	5	5	4	5	5	37	4	3	4	5	4	5	5	34
4	3	4	4	3	4	3	4	29	4	4	4	5	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	3	4	4	5	4	5	35	5	5	5	4	4	5	5	37
4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	5	4	4	4	5	4	35
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	4	4	4	5	5	5	37
5	4	4	4	5	5	4	4	35	4	4	5	5	4	5	4	36
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	3	3	4	3	29	4	3	3	4	4	4	4	30
4	4	3	4	5	5	5	4	34	5	4	4	5	4	4	4	35
4	4	4	4	4	4	5	5	34	4	4	4	5	5	5	5	36
3	2	3	3	4	5	5	5	30	5	4	4	5	5	4	4	36
4	5	5	5	5	5	5	5	39	5	5	5	5	5	4	4	38
3	4	3	4	5	5	4	4	32	5	5	5	4	4	5	4	36
5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	40
5	4	4	4	4	4	4	4	33	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	5	4	4	5	3	33	5	4	4	5	5	5	5	38
3	4	4	3	5	4	5	3	31	5	4	3	4	5	5	3	34
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	3	31	4	3	4	4	4	4	3	29
3	4	4	4	4	4	3	5	31	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	5	5	5	4	4	35	5	4	4	4	4	5	4	35
5	4	5	4	4	4	4	4	34	5	4	4	4	5	5	5	37
5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	4	5	5	4	4	37
5	4	4	4	5	5	5	5	37	5	4	4	5	5	4	4	36
4	5	4	5	4	5	5	4	36	5	5	5	5	5	5	5	40
4	5	5	5	5	5	5	5	39	5	4	4	5	5	4	4	36
4	5	5	4	5	5	5	5	38	5	4	4	5	5	5	4	37
4	5	4	4	5	5	5	5	37	5	4	4	5	5	4	4	36
4	5	4	4	5	5	5	5	37	5	4	4	5	5	4	4	36
3	5	4	4	5	5	5	5	36	5	4	4	5	5	4	4	36
4	5	4	5	5	4	4	4	35	5	5	5	4	4	4	5	36



HARGA									KEPUASAN PELANGGAN								
5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	5	5	5	5	5	40	4	5	5	5	5	5	5	5	39
5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40



## LAMPIRAN 3

Tabel r (Koefisien Korelasi Sederhana) Df = 1-100

Df	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074

25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210

57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412