

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan “Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Tingkat Kepuasan Pembelian Pada Depot Air New Water Cabang Banjar Wijaya”, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Analisis Pengaruh Harga terhadap tingkat Kepuasan Pembelian pada Depot air New Water cabang Banjar Wijaya, dengan ditunjukkan nilai perhitungan secara parsial sebesar 0.413 atau 41.3% nilai tersebut dapat diartikan bahwa variabel independen harga secara parsial berpengaruh 41.3% terhadap variabel dependen kepuasan pembelian, di peroleh nilai $t^{(tabel)}$ 1.98498 lebih kecil dari pada $t^{(hitung)}$ 4.867 dan nilai signifikansinya sebesar 0.000 nilai ini lebih kecil dari 0.05. hal ini berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pembelian.
2. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap tingkat Kepuasan Pembelian pada Depot air New Water cabang Banjar Wijaya, dengan ditunjukkan nilai perhitungan secara parsial sebesar 0.453 atau 45.3% nilai tersebut dapat diartikan bahwa variabel independen kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh 41.3% terhadap variabel dependen kepuasan pembelian, di peroleh nilai $t^{(tabel)}$ 1.98498 lebih kecil dari pada $t^{(hitung)}$

6.262 dan nilai signifikansinya sebesar 0.000 nilai ini lebih kecil dari 0.05. hal ini berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pembelian.

3. Analisis Pengaruh Kualitas Produk terhadap tingkat Kepuasan Pembelian pada Depot air New Water cabang Banjar Wijaya, dengan ditunjukan nilai perhitungan secara parsial sebesar 0.003 atau 0.3% nilai tersebut dapat diartikan bahwa variabel independen kualitas produk secara parsial berpengaruh 0.3% terhadap variabel dependen kepuasan pembelian, di peroleh nilai $t^{(tabel)}$ 1.98498 lebih kecil dari pada $t^{(hitung)}$ 2.231 dan nilai signifikansinya sebesar 0.028 nilai ini lebih kecil dari 0.05. hal ini berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pembelian.
4. Analisis pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan kualitas produk dapat di tunjukan dari hasil pengujian F memperoleh nilai $F^{(hitung)}$ adalah 45.385 dengan tingkat signifikan 0.000 dimana angka 0.000 lebih kecil dari 0.05 dan juga $F^{(tabel)}$ 2.70 lebih kecil dari pada $F^{(hitung)}$ 45.385, dan dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan (Bersama-sama) antara variabel harga, kualitas pelayanan, dan kualitas produk terhadap tingkat kepuasan pembelian.

B. Implikasi

Penelitian ini menggambarkan adanya pengaruh antara variabel harga, kualitas pelayanan, dan kualitas produk terhadap kepuasan pembelian, dimana semua variabel berpengaruh positif terhadap kepuasan pembelian. Harga, kualitas pelayanan, dan kualitas produk sudah dipertimbangkan dengan sangat matang dalam melakukan pelayanan, memberikan harga dan memperhatikan kualitas produk yang dilakukan oleh pada Depot air New Water cabang Banjar Wijaya sehingga hasilnya baik. Yaitu nilai signifikan dibawah dari 0,05 dalam uji t. Berdasarkan analisis data secara simultan (uji F) terdapat pengaruh yang signifikan di bawah 0,05 menunjukkan bahwa secara bersama-sama harga, kualitas pelayanan, dan kualitas produk mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pembelian.

Selanjutnya dari hasil penelitian yang menyatakan signifikan, maka dapat dijadikan tolak ukur bagi Depot air New Water cabang Banjar Wijaya untuk mempertahankan konsumen dalam membeli produknya. Dengan adanya hubungan antara semua variabel tersebut, mengandung makna bahwa keberhasilan karyawan dan pemilik Depot air New Water cabang Banjar Wijaya dalam penetapan harga, memberikan bentuk pelayanan yang baik dan memberikan produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen serta memuaskan konsumen

C. Saran

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan dan menguji secara lebih baik lagi. Berdasarkan kesimpulan serta implikasi di atas, maka peneliti menyampaikan saran-saran yang bermanfaat, yaitu:

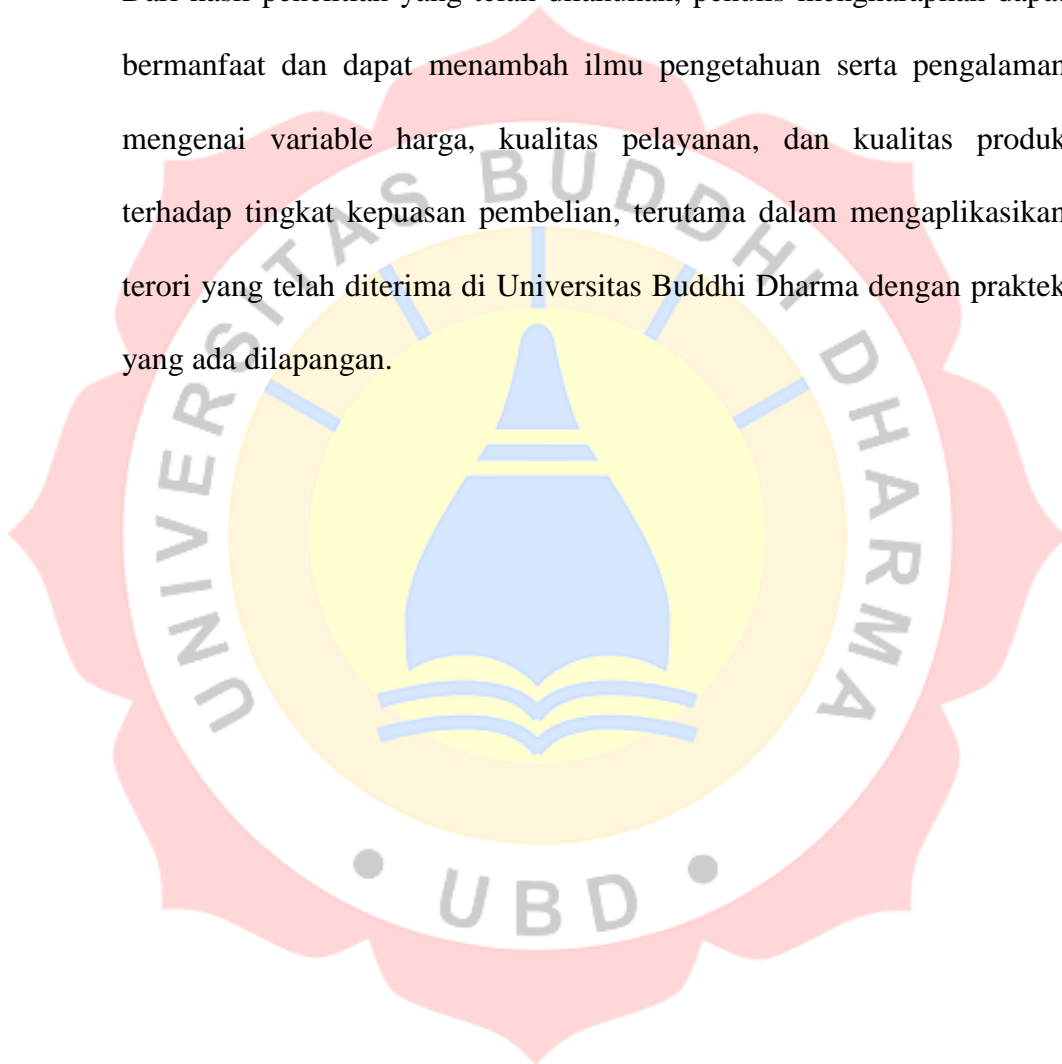
1. Bagi Manajerial

- a. Harga yang ditetapkan sudah terjangkau, namun sebaiknya disesuaikan lagi dengan kualitas yang diterima konsumen. Hal ini juga dapat ditingkatkan oleh depot air new water cabang banjar wijaya dengan memberikan semacam promosi diskon untuk meningkatkan penjualan dan citra depot air new water cabang banjar wijaya di benak konsumen merupakan depot air yang memiliki harga yang terjangkau dan produk yang dijual berkualitas.
- b. Dalam hal pelayanan, petugas pelayanan hendaknya harus meningkatkan pelayanan dan keramahan terhadap pengunjung. Sebaiknya pihak depot air new water cabang banjar wijaya memberikan kenyamanan seperti menambah karyawan yang mengantarkan ke tempat konsumen karena terkadang konsumen harus menunggu pada saat pesan di depot air new water cabang banjar wijaya sedang ramai konsumen, agar calon pembeli merasa dilayani jika memesan disaat ramai.
- c. Produk yang di tawarkan sudah baik, namun sebaiknya pihak depot air new water cabang banjar wijaya menambah jenis produk produk

air mineral yang biasa tersebar di pasaran, agar konsumen senang dengan kelengkapan produk yang di sediakan pada depot air new water cabang banjar wijaya.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis mengharapkan dapat bermanfaat dan dapat menambah ilmu pengetahuan serta pengalaman mengenai variable harga, kualitas pelayanan, dan kualitas produk terhadap tingkat kepuasan pembelian, terutama dalam mengaplikasikan terori yang telah diterima di Universitas Buddhi Dharma dengan praktek yang ada dilapangan.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W. (2018). *Metode Penelitian Terpadu Sistem Informasi Pemodelan Teoritis, Pengukuran, dan Pengujian Statis*. Andi Offset.
- Afandi. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori, Konsep dan Indikator)*. Nusa Media.
- Aria Mulyapradana, S.Psi., M. (2018). Tata Kelola Administrasi untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan Administrasi di PT . BAM. *Institusi Politeknik Ganseha Medan*, 1, 14–24. <https://www.jurnal.polgan.ac.id/index.php/juripol/article/download/86/51>
- Arianto, N., & Albani, A. F. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Pada Samsung Store Mall Bintaro Exchange. *Jimf (Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma)*, 1(3), 1–14. <https://doi.org/10.32493/frkm.v1i3.2545>
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur penelitian : suatu pendekatan praktik / Suharsimi Arikunto* (Ed. Rev.20). Jakarta : Rineka Cipta 2010.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2017). *Principles of Marketing* (17th red).
- Buchari, A. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. CV Alfabeta.
- Deliyanti, O. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*. Laksbang PRESSindo.
- Dharma, P. P. S. U. B. (2021). Pedoman Penulisan Skripsi Fakultas Bisnis. *TAPPI Journal*, 9. <https://doi.org/10.32964/tj20.9>
- G.R. Terry. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. kencana.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. (Edisi 8). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Ratmono, D. (2017). *Analisis Multivariat dan Ekonometrika* (Eviews 10). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gitosudarmo, I. (2019). *Manajemen Pemasaran*. BPFE Yogyakarta.

Hernawan, E. (2019). Pengaruh Promosi Dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mie Sedap Di Tangerang. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 17(2), 57. <https://doi.org/10.31253/pe.v17i2.164>

Kasmir. (2017). *Analisis Laporan Keuangan (Ke-8)*. PT Rajagrafindo Persada.

Kotler, Philip & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing*. Prentice Hall.

Kotler, Philip & Kevin Lane, K. (2016). *Marketing Management* (15th Editi). Pearson Pretice Hall, Inc.

Kotler, P. & G. A. (2018). *Principles of Marketing* (Edisi 15 G). Pearson Pretice Hall, Inc.

Kotler, P. & G. A. (2019). *Principles of Marketing* (G. Edition (ed.)). Pearson Pretice Hall, Inc.

Kotler, P. & K. L. K. (2013). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 13 J). Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2011). *Manajemen Pemasaran* (B. Sabran (ed.); Edisi 13 J). Erlangga.

Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran*. ALFABETA.

Manap, A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran* (pertama). Mitra.

Manullang, M. (2018). *Dasar-Dasar Manajemen*. Ghalia Indonesia.

Morrison Simanjuntak, J., & Wahdiniwaty, R. (2019). *The Influence of Product Quality on Car Puchase Decision*. 225(352), 195–198. <https://doi.org/10.2991/icobest-18.2018.43>

Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*.

CV Pustaka Setia.

Priyatno, D. (2018). *Analisis Korelasi, Regresi, dan Multivariate Dengan SPSS*. Gava Media.

Riyanto, A. (2018). *Implikasi Kualitas Pelayanan*. Ecodemica.

Sekaran, Uma dan Bougie, R. (2016). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach* (7 ed.). New Jersey: Wiley.

Setyo, P. E. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen “Best Autoworks.” *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 1(6), 755–764.

Sopiah. (2016). Pengaruh Aspek Kerja. *Pengaruh Aspek Kerja Terhadap Kepuasan Karyawan*, 206.

Sugiyono. (2017a). Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D). In *Metodelogi Penelitian*.

Sugiyono. (2017b). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.

Sugiyono. (2017c). *Metodologi Penelitian Kombinasi*. PT Alfabet.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. ALFABETA.

Sujarweni, V. W. (2016). *Akuntansi Manajemen Teori dan Aplikasi*. Pustaka Baru Press.

Sujarweni, V. W., & Utami, L. R. (2015). SPSS untuk Penelitian. Yogyakarta. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*,.

Sukamulja, S. (2017). *Pengantar Pemodelan Keuangan Dan Analisis Pasar Modal* (1 ed.). Andi Offset.

Suyanto, S., & Pratama, Y. H. (2018). Kepatuhan wajib pajak orang pribadi: Studi aspek pengetahuan, kesadaran, kualitas layanan dan kebijakan sunset policy.

Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 21(1), 139–158.
<https://doi.org/10.24914/jeb.v21i1.704>

Swastha, B. (2010). *Manajemen Pemasaran : Analisa dan Perilaku Konsumen*. BPFE UGM.

Terry, G. R. (2020). *Prinsip-Prinsip Manajemen*. Bumi Aksara.

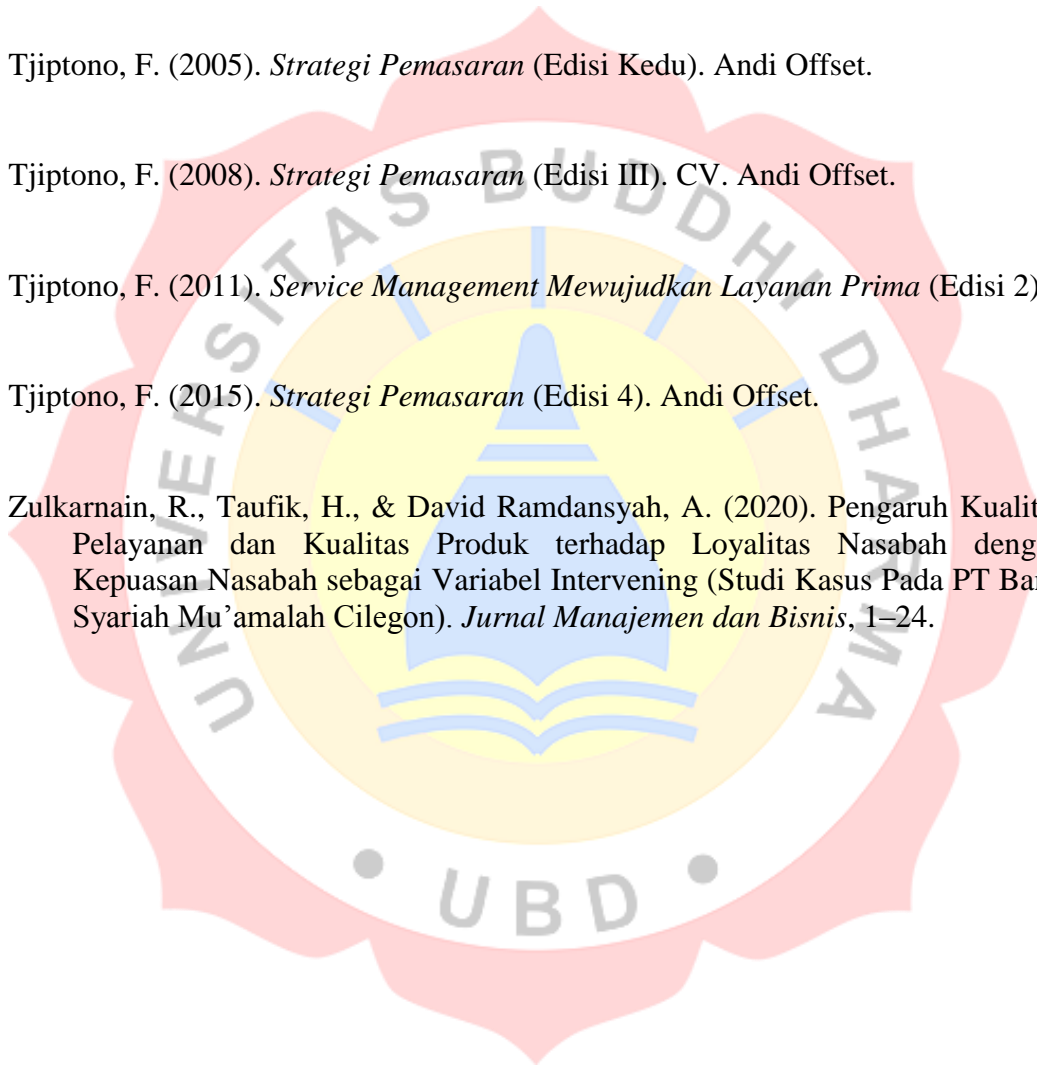
Tjiptono, F. (2005). *Strategi Pemasaran* (Edisi Kedu). Andi Offset.

Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran* (Edisi III). CV. Andi Offset.

Tjiptono, F. (2011). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima* (Edisi 2).

Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (Edisi 4). Andi Offset.

Zulkarnain, R., Taufik, H., & David Ramdansyah, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada PT Bank Syariah Mu'amalah Cilegon). *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 1–24.



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Identitas Pribadi

Nama : Marthin
Tempat/Tanggal Lahir : Tangerang, 02 Maret 2000
Jenis Kelamin : Laki-laki
Agama : Buddha
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Jl Imam Bonjol kp.Sawah No.18 RT/RW 01/08
Kel.Sukajadi Kec.Karawaci
Kota Tangerang
Nomor Telepon : 081317091169
Email : marthinyou@gmail.com
Indeks Prestasi Kumulatif : 3.01



Riwayat Pendidikan

SD : SD Perguruan Buddhi (2006-2012)
SMP/MTS : SMP Perguruan Buddhi (2012-2015)
SMA/SMK/MA : SMK Perguruan Buddhi (2015-2018)
Perguruan Tinggi : Universitas Buddhi Dharma (2018-2023)

Riwayat Pekerjaan

2018-Sekarang : Wirausaha New Water & New Laundry

Tangerang, 22 Desember 2022

Marthin

SURAT IZIN RISET

New Water
FRESH AND CLEAN TASTE

Menunjuk surat nomor 063/Perm./FB/I/2023 Tanggal 30 Januari 2023 Perihal Permohonan izin penelitian bagi Mahasiswa Universitas Buddhi Dharma Bersama Ini kami memberikan izin mengakses dan menggunakan data-data yang tersimpan di usaha kami untuk keperluan riset dan penyusunan Skripsi Kepada peneliti di bawah ini :

Nama Pemohon : Marthin
Nomor Induk Mahasiswa : 20180500003
Jurusan/Prog.Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Harga , Kualitas Pelayanan , Dan Kualitas Produk terhadap tingkat kepuasan pembelian pada Depot Air New Water Cabang Banjar Wijaya

Demikian surat izin ini dikeluarkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Tangerang, 22 Februari 2023
Depot Air New Water



Sinta Dewi
Pemilik New Water



LAMPIRAN

Lampiran 1

Kuisisioner dan Hasil Data Responden

Kepada

Yth.Konsumen Depot Air New Water Cabang Banjar Wijaya

Bapak/Ibu yang saya hormati,

Di tengah kesibukan Bapak/Ibu dalam pekerjaan, izinkan saya memohon bantuan Bapak/Ibu untuk mengisi angket ini. Angket ini di gunakan untuk mengumpulkan data yang berkaitan dengan penelitian saya yang berjudul “Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Produk Terhadap Tingkat Kepuasan Pembelian Pada Depot Air New Water Cabang Banjar Wijaya”

Saya memohon keterlibatan Anda untuk membaca dan mengisi setiap pertanyaan sesuai keadaan dan fakta yang sesungguhnya. Mohon untuk mengisi semua pertanyaan yang tersedia, dikarenakan data tidak akan dapat digunakan jika ada pertanyaan yang tidak terjawab. Data pribadi di dalam kuisisioner ini tidak akan dipublikasi dan hanya digunakan untuk keperluan riset.

Saya mengucapkan terimakasih.

Hormat saya,

Marthin

I. Identitas Respondend

Kami mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan identitas diri. Isilah salah satu jawaban dengan cara memberi tanda silang (x) pada alternative jawaban yang telah disediakan.

Email :

Nama Lengkap :

Jenis Kelamin :

- a. Pria
- b. Wanita

Usia :

- a. 21 Tahun- 30 Tahun
- b. 31 Tahun- 40 Tahun
- c. 41 Tahun- 50 Tahun
- d. Diatas 50 Tahun

Pendidikan terakhir :

- a. Dibawah SMA/Sederajat
- b. SMA/Sederajat
- c. Diploma I/II/III

Pekerjaan :

- a. Kuliah dan Kerja
- b. Pegawai
- c. Pelajar/Mahasiswa
- d. Wiraswasta

Penghasilan /Bulan :

- a. < 1.000.000
- b. 1.000.001 – 3.000.000
- c. 3.000.001 – 6.000.000
- d. > 6.000.001

Apakah Anda membeli produk Depot Air New Water Cabang Banjar Wijaya dari

1 bulan terakhir :

- a. Ya
- b. Tidak

Apakah Anda sering menggunakan pelayanan Depot Air New Water Cabang

Banjar Wijaya dari 1 bulan terakhir :

- a. Ya
- b. Tidak

Petunjuk Pengisian

Isilah kolom di bawah ini dengan memberi tanda (√) pada pilihan yang sesuai dengan pendapat Anda, dengan ketentuan sebagai berikut:

5 = Sangat Setuju (SS)

4 = Setuju (S)

3 = Ragu -Ragu (RG)

2 = Tidak Setuju (TS)

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

Harga

No	Pernyataan	SS	S	RG	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Produk yang ditawarkan memberikan manfaat yang diharapkan konsumen					
2	Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas yang didapatkan					

3	Harga produk sesuai dengan manfaat yang saya rasakan					
4	Harga yang ditawarkan terjangkau oleh masyarakat umum.					
5	Konsumen setuju dengan Harga produk yang ditawarkan oleh Depot Air New Water Cabang Banjar Wijaya					
6	Harga bervariasi sesuai dengan kualitas produk					
7	Harga yang ditawarkan Depot Air New Water Cabang Banjar Wijaya lebih murah dibandingkan toko lain					
8	Produk yang dijual sesuai dengan harga dan manfaat yang diberikan					

Kualitas Pelayanan

No	Pernyataan	SS	S	RG	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Kerapian dan keramahan karyawan.					
2	Kesiapan karyawan dalam melayani.					
3	Bila terjadi kesalahan secepatnya di cek ulang.					
4	Cepat merespon pelanggan yang datang.					
5	Karyawan memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti oleh pelanggan.					
6	Kemauan untuk membantu pelanggan.					
7	Kesiapan karyawan dalam melayani pelanggan.					
8	Pelanggan merasa aman dalam melakukan transaksi.					
9	Karyawan selalu membina hubungan yang baik dengan pelanggan					
10	Karyawan terlebih dahulu menjelaskan					

	keuntungan semua produk.					
--	--------------------------	--	--	--	--	--

Kualitas Produk

No	Pernyataan	SS	S	RG	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Saya merasa tidak ada keluhan selama meminum produk Depot Air New Water Cabang Banjar Wijaya					
2	Produk yang dihasilkan Depot Air New Water Cabang Banjar Wijaya sudah sesuai dengan standar kelayakan produk					
3	Saya merasa kualitas produk Depot Air New Water Cabang Banjar Wijaya sudah baik					
4	Kualitas pada Depot Air New Water Cabang Banjar Wijaya sudah sesuai dengan harapan anda sehingga membuat anda ingin membeli atau merekomendasikan ke orang lain					
5	Menurut anda produk Depot Air New Water Cabang Banjar Wijaya yang dijual lebih unggul dari produk yang lain					
6	Produk Depot Air New Water Cabang Banjar Wijaya layak untuk di konsumsi dari segi kesehatan.					
7	Tampilan produk Depot Air New Water Cabang Banjar Wijaya menarik perhatian konsumen					
8	Produk Depot Air New Water Cabang Banjar Wijaya memiliki rasa yang enak					

Kepuasan Pembelian

No	Pernyataan	SS	S	RG	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Menjadi pelanggan setia dari produk Depot Air New Water Cabang Banjar Wijaya walaupun berbagai hal positif dan negatif pernah dialami.					
2	Dengan merasa puas terhadap layanan yang diberikan oleh Depot Air New Water Cabang Banjar Wijaya, saya selalu merekomendasikan produk Depot Air New Water Cabang Banjar Wijaya kepada orang lain untuk kebutuhan air minum.					
3	Dengan mengetahui produk Depot Air New Water Cabang Banjar Wijaya yang sangat memuaskan terhadap saya, saya selalu mengikuti perkembangan informasi dan produk lainnya dari Depot Air New Water Cabang Banjar Wijaya.					
4	Produk Depot Air New Water Cabang Banjar Wijaya sangat memuaskan, Sehingga untuk merekomendasikan kepada orang lain mudah untuk menjelaskannya.					
5	Konsumen diberikan pengalaman yang menyenangkan dengan pemesanan yang mudah.					
6	Pengiriman produk sesuai ke alamat tujuan tanpa ada kesalahan alamat pengiriman					
7	Pilihan pembayaran transaksi yang variatif dan kepastian pengiriman yang terpercaya membuat pelanggan senang berbelanja di Depot Air New Water Cabang Banjar Wijaya					
8	Saya sangat puas dengan kinerja pengiriman					

	barang Depot Air New Water Cabang Banjar Wijaya					
9	Saya merasa pengiriman air minum pada Depot Air New Water Cabang Banjar Wijaya sudah sangat sesuai ketentuan					

Lampiran 2

Karakteristik Responden

Karakteristik Responden		Frekuensi	Persentase (%)
Jenis Kelamin	a. Pria	36	36%
	b. Wanita	64	64%
Usia	a. 21 Tahun - 30 Tahun	31	31%
	b. 31 Tahun - 40 Tahun	40	40%
	c. 41 Tahun - 50 Tahun	27	27%
	d. Diatas 50 Tahun	2	2%
Pendidikan Terakhir	a. Dibawah SMA/Sederajat	12	12%
	b. SMA/Sederajat	55	55%
	c. Diploma I/II/III	33	33%
Pekerjaan	a. Kuliah dan bekerja	18	18%
	b. Pegawai	64	64%
	c. Pelajar/Mahasiswa	5	5%
	d. Wiraswasta	13	13%
Penghasilan Per Bulan	a. < 1.000.000	2	2%
	b. 1.000.001 - 3.000.000	10	10%
	c. 3.000.001 - 6.000.000	73	73%
	d. > 6.000.001	15	15%

Lampiran 3

No	HARGA (X1)								KUALITAS PELAYANAN (X2)								KUALITAS PRODUK (X3)								KEPUASAN PEMBELIAN (Y)														
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	TOTAL X1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	TOTAL X2	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	TOTAL X3	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	Y1.8	Y1.9	TOTAL Y
1	4	4	5	4	4	4	5	4	34	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	40	5	4	4	4	4	5	4	4	29	5	4	4	4	4	4	4	5	39	
2	4	4	5	4	4	4	4	4	33	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	37	4	4	4	4	4	4	4	4	29	5	4	4	4	3	4	4	4	35	
3	4	4	5	5	4	4	4	4	34	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	37	4	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	3	4	4	35	
4	4	3	4	4	3	4	4	3	30	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	35	4	4	3	4	4	4	3	4	26	4	4	3	3	3	3	4	4	31	
5	4	3	4	5	3	4	3	3	29	4	3	5	4	4	3	3	3	3	3	35	4	4	3	3	5	3	3	4	25	4	4	3	3	3	3	4	4	32	
6	5	3	5	5	3	4	4	4	33	4	4	5	3	4	3	3	3	4	4	36	4	4	3	4	4	4	4	4	27	5	5	3	3	3	4	4	4	34	
7	4	4	4	5	4	4	4	4	33	3	4	3	3	3	3	3	4	4	34	4	4	3	5	5	5	5	5	5	33	5	4	4	4	3	4	4	4	36	
8	4	4	5	5	4	4	4	3	33	3	4	3	4	3	4	3	4	3	34	4	5	5	5	5	5	3	5	33	5	4	4	3	3	3	4	3	33		
9	4	5	4	4	3	4	3	3	31	4	4	5	4	4	3	3	3	3	36	4	5	5	5	5	5	3	5	33	5	5	4	4	4	3	5	4	37		
10	4	3	4	4	3	4	3	3	28	3	4	5	3	3	4	3	3	3	34	4	3	3	3	5	3	3	5	25	5	5	3	3	3	3	4	4	33		
11	4	3	4	4	3	5	4	4	32	3	4	4	4	3	4	4	3	5	38	4	3	3	5	5	5	5	5	31	4	4	3	3	4	4	4	4	35		
12	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	3	4	4	4	38	4	5	5	5	5	5	5	5	35	4	4	4	3	3	4	4	4	34		
13	4	4	4	4	4	4	4	3	31	4	4	5	4	4	3	4	4	4	39	4	5	5	5	5	5	3	5	33	5	5	4	4	3	3	3	4	35		
14	4	3	4	4	3	4	4	4	30	4	4	3	4	3	4	3	3	4	35	4	3	3	3	5	5	5	5	29	4	3	3	3	3	4	5	4	32		
15	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	3	5	3	4	3	3	4	4	36	4	5	5	5	5	5	5	5	25	5	5	4	4	3	3	4	4	36		
16	4	3	4	4	3	4	4	4	30	4	4	3	4	3	4	4	4	4	37	3	3	3	3	5	5	5	5	29	3	3	3	4	4	4	5	4	33		
17	4	4	5	5	4	4	4	4	34	4	4	5	3	4	3	4	4	4	39	5	5	5	5	5	5	5	5	25	5	5	4	4	3	4	4	5	37		
18	4	4	4	4	3	4	3	3	30	4	3	4	3	4	3	3	4	3	34	4	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	4	3	3	3	4	4	34		
19	4	4	4	4	4	3	4	3	31	4	3	5	3	4	4	4	3	4	4	38	4	5	5	5	5	5	5	35	5	5	4	4	3	3	4	5	4	37	
20	4	4	5	5	4	4	4	4	34	4	3	3	4	3	4	4	4	4	37	5	5	4	5	5	4	4	4	31	5	3	4	4	4	4	4	4	4	36	
21	4	3	4	4	3	4	4	4	30	3	3	3	3	3	4	4	3	4	33	4	5	5	5	4	4	4	4	31	4	3	3	5	4	4	4	4	3	33	
22	4	4	4	4	4	4	4	3	31	3	3	4	4	4	3	3	4	3	34	4	5	5	5	5	5	5	5	35	5	4	4	4	3	3	3	4	4	34	
23	4	4	4	4	4	4	4	4	32	3	4	4	4	4	3	3	4	4	36	4	5	5	5	5	5	5	5	35	4	4	4	4	3	3	4	4	3	33	
24	4	3	4	4	3	4	4	4	30	4	3	4	3	3	4	3	3	4	35	4	5	5	5	5	5	5	5	35	4	4	3	3	3	4	4	4	4	33	
25	4	4	4	4	4	4	4	3	31	4	4	3	4	4	3	3	4	3	35	4	5	5	5	5	5	5	5	35	5	3	4	5	3	3	5	4	4	35	
26	4	4	4	4	4	4	4	3	31	3	4	4	4	4	4	4	4	4	37	4	5	5	5	5	5	5	5	35	5	4	4	5	3	3	4	4	4	35	
27	4	3	5	5	3	5	4	3	32	3	4	4	3	3	4	3	3	3	34	4	5	5	5	5	5	5	5	35	4	4	4	3	3	3	4	3	3	31	
28	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	3	4	4	3	3	4	4	36	4	5	5	5	5	5	5	5	35	4	3	4	4	4	3	4	5	4	35	
29	3	3	4	4	3	4	4	4	29	4	3	3	3	4	4	4	4	4	35	4	5	5	5	5	5	5	5	35	4	3	3	4	4	4	4	4	3	33	
30	4	4	4	4	5	4	4	4	33	3	3	3	3	3	3	4	4	4	32	4	5	5	5	5	5	5	5	35	4	3	4	5	4	3	4	5	4	36	
31	3	3	4	4	3	4	4	4	29	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	35	4	5	5	5	5	5	5	5	35	4	3	4	3	3	4	4	3	31	
32	4	3	4	4	3	4	4	4	30	3	3	3	4	3	3	3	3	4	32	4	5	5	5	5	5	5	5	35	4	3	4	3	3	4	4	4	4	33	
33	4	3	3	3	3	3	3	3	27	3	4	3	3	3	3	3	3	3	33	4	5	5	5	5	5	5	5	35	3	3	3	4	3	4	3	4	3	32	
34	4	4	3	3	4	4	4	3	29	4	3	3	3	4	3	3	4	3	33	4	5	5	5	5	5	5	5	35	4	3	4	3	3	3	3	5	4	33	
35	4	3	4	4	3	4	4	4	30	4	3	4	3	4	3	3	4	3	34	35	4	5	5	5	5	5	5	35	4	4	4	3	3	4	4	5	3	33	
36	4	4	5	5	4	4	4	4	34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39	5	5	5	5	5	5	5	5	35	5	4	4	5	3	4	4	4	5	37	
37	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	3	4	4	4	3	4	4	4	37	4	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	3	4	4	34		
38	4	4	4	4	4	3	4	3	30	4	4	3	4	3	3	3	4	3	34	4	4	4	4	4	4	4	4	3	28	3	3	4	4	3	3	4	4	31	
39	4	4	4	4	3	4	3	3	30	4	3	4	4	3	3	3	4	3	35	4	4	4	4	4	4	4	4	3	27	4	4	4	3	3	3	4	3	32	
40	4	3	4	4	3	4	4	3	29	3	3	3	4	3	3	4	3	3	32	4	3	3	4	4	4	4	3	3	26	4	3	4	4	3	3	4	3	31	
41	4	4	4	4	4	3	4	3	31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	
42	4	3	4	4	3	5	4	4	31	4	4	3	4	4	4	4	4	4	37	4	4	3	4	4	4	4	4	4	27	3	3	3	4	5	4	4	3	33	
43	4	3	4	4	3	5	4	4	31	3	3	3	3	4	3	4	4	4	34	4	4	5	4	4	4	4	4	5	30	3	3	3	4	4	4	4	5	33	
44	4	3	4	4	3	5	4	4	31	3	4	4	4	3	3	5	3	4	37	4	4	5	4	4	4	4	4	5	30	4	4	3	4	5	4	4	5	3	36
45	4	4	4	4	4	4	4	3	31	3	4	3	4	4	4	4	4	4	37	4	4	4	4	4	4	4	4	5	30	4	3	4	4	4	3	4	4	33	
46	4	3	4	4	3	4	4	3	29	3	4	3	4	4	4	3	3	5	37	4	4	4	4	4	4	4	4	5	31	3	3	4	3	3	3	4	5	31	
47	4	4	4	4	4	5	3	3	33	3	3	3	3	4	3	3	4	4	34	4	4	4	5	4	5	4	4	31	4	3	4	5	4	3	3	5	4	34	
48	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	3	3	4	4	3	3	4	5	37	3	4	4	4	4	4	4	4	28	3	4	4	5	4	3	4	5	3	34	
49	4	3	4	4	3	5	4	4	31	3	4	4	3	3	3	4	3	4	35	4	5	4	5	4	4	4	4	31	4	4	3	4	4	4	4	5	4		

Data Responden

Lampiran 4

Statistik Deskriptif

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pria	36	36,0	36,0	36,0
	Wanita	64	64,0	64,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	21 Tahun - 30 Tahun	31	31,0	31,0	31,0
	31 Tahun - 40 Tahun	40	40,0	40,0	71,0
	41 Tahun - 50 Tahun	27	27,0	27,0	98,0
	Diatas 50 Tahun	2	2,0	2,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Pendidikan Terakhir

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Dibawah SMA/Sederajat	12	12,0	12,0	12,0
	SMA/Sederajat	55	55,0	55,0	67,0
	Diploma I/II/III	33	33,0	33,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kuliah dan bekerja	18	18,0	18,0	18,0
	Pegawai	64	64,0	64,0	82,0
	Pelajar/Mahasiswa	5	5,0	5,0	87,0
	Wiraswasta	13	13,0	13,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Penghasilan Per Bulan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 1.000.000	2	2,0	2,0	2,0
	1.000.001 - 3.000.000	10	10,0	10,0	12,0
	3.000.001 - 6.000.000	73	73,0	73,0	85,0
	> 6.000.001	15	15,0	15,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RG	6	6,0	6,0	6,0
	S	90	90,0	90,0	96,0
	SS	4	4,0	4,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RG	39	39,0	39,0	39,0
	S	60	60,0	60,0	99,0
	SS	1	1,0	1,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RG	6	6,0	6,0	6,0
	S	77	77,0	77,0	83,0
	SS	17	17,0	17,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RG	6	6,0	6,0	6,0
	S	76	76,0	76,0	82,0
	SS	18	18,0	18,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X1.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RG	42	42,0	42,0	42,0
	S	57	57,0	57,0	99,0
	SS	1	1,0	1,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X1.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RG	6	6,0	6,0	6,0
	S	77	77,0	77,0	83,0
	SS	17	17,0	17,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X1.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RG	6	6,0	6,0	6,0
	S	90	90,0	90,0	96,0
	SS	4	4,0	4,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X1.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RG	39	39,0	39,0	39,0
	S	60	60,0	60,0	99,0
	SS	1	1,0	1,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RG	40	40,0	40,0	40,0
	S	59	59,0	59,0	99,0
	SS	1	1,0	1,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RG	44	44,0	44,0	44,0
	S	54	54,0	54,0	98,0
	SS	2	2,0	2,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RG	59	59,0	59,0	59,0
	S	32	32,0	32,0	91,0
	SS	9	9,0	9,0	100,0
Total		100	100,0	100,0	

X2.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RG	41	41,0	41,0	41,0
	S	58	58,0	58,0	99,0
	SS	1	1,0	1,0	100,0
Total		100	100,0	100,0	

X2.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RG	27	27,0	27,0	27,0
	S	69	69,0	69,0	96,0
	SS	4	4,0	4,0	100,0
Total		100	100,0	100,0	

X2.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RG	59	59,0	59,0	59,0
	S	34	34,0	34,0	93,0
	SS	7	7,0	7,0	100,0
Total		100	100,0	100,0	

X2.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RG	40	40,0	40,0	40,0
	S	59	59,0	59,0	99,0
	SS	1	1,0	1,0	100,0
Total		100	100,0	100,0	

X2.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RG	59	59,0	59,0	59,0
	S	32	32,0	32,0	91,0
	SS	9	9,0	9,0	100,0
Total		100	100,0	100,0	

X2.9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RG	42	42,0	42,0	42,0
	S	57	57,0	57,0	99,0
	SS	1	1,0	1,0	100,0
Total		100	100,0	100,0	

X2.10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RG	27	27,0	27,0	27,0
	S	68	68,0	68,0	95,0
	SS	5	5,0	5,0	100,0
Total		100	100,0	100,0	

X3.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RG	5	5,0	5,0	5,0
	S	90	90,0	90,0	95,0
	SS	5	5,0	5,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X3.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RG	9	9,0	9,0	9,0
	S	36	36,0	36,0	45,0
	SS	55	55,0	55,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X3.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RG	14	14,0	14,0	14,0
	S	28	28,0	28,0	42,0
	SS	58	58,0	58,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X3.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RG	7	7,0	7,0	7,0
	S	33	33,0	33,0	40,0
	SS	60	60,0	60,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X3.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	42	42,0	42,0	42,0
	SS	58	58,0	58,0	100,0
Total		100	100,0	100,0	

X3.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RG	3	3,0	3,0	3,0
	S	48	48,0	48,0	51,0
	SS	49	49,0	49,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X3.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RG	15	15,0	15,0	15,0
	S	30	30,0	30,0	45,0
	SS	55	55,0	55,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X3.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	33	33,0	33,0	33,0
	SS	67	67,0	67,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Y1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RG	31	31,0	31,0	31,0
	S	47	47,0	47,0	78,0
	SS	22	22,0	22,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Y1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RG	59	59,0	59,0	59,0
	S	32	32,0	32,0	91,0
	SS	9	9,0	9,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Y1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RG	39	39,0	39,0	39,0
	S	61	61,0	61,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Y1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RG	9	9,0	9,0	9,0
	S	65	65,0	65,0	74,0
	SS	26	26,0	26,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Y1.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RG	31	31,0	31,0	31,0
	S	47	47,0	47,0	78,0
	SS	22	22,0	22,0	100,0
Total		100	100,0	100,0	

Y1.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RG	59	59,0	59,0	59,0
	S	32	32,0	32,0	91,0
	SS	9	9,0	9,0	100,0
Total		100	100,0	100,0	

Y1.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RG	39	39,0	39,0	39,0
	S	61	61,0	61,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Y1.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RG	9	9,0	9,0	9,0
	S	64	64,0	64,0	73,0
	SS	27	27,0	27,0	100,0
Total		100	100,0	100,0	

Y1.9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RG	28	28,0	28,0	28,0
	S	53	53,0	53,0	81,0
	SS	19	19,0	19,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Lampiran 5

Uji Validitas dan Reabilitas Harga

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8
X1.1	Pearson Correlation	1	,078	,219*	,216*	,073	-,053	-,104	,140
	Sig. (2-tailed)		,442	,029	,031	,470	,601	,301	,164
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	,078	1	,177	,107	,867**	-,119	-,048	-,056
	Sig. (2-tailed)	,442		,078	,291	,000	,236	,638	,578
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	,219*	,177	1	,888**	,189	,082	,015	,050
	Sig. (2-tailed)	,029	,078		,000	,060	,416	,883	,621
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	,216*	,107	,888**	1	,120	,076	-,117	-,018
	Sig. (2-tailed)	,031	,291	,000		,234	,454	,245	,856
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	,073	,867**	,189	,120	1	-,104	-,051	,055
	Sig. (2-tailed)	,470	,000	,060	,234		,302	,616	,588
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.6	Pearson Correlation	-,053	-,119	,082	,076	-,104	1	,219*	,177
	Sig. (2-tailed)	,601	,236	,416	,454	,302		,029	,078
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.7	Pearson Correlation	-,104	-,048	,015	-,117	-,051	,219*	1	,078
	Sig. (2-tailed)	,301	,638	,883	,245	,616	,029		,442
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.8	Pearson Correlation	,140	-,056	,050	-,018	,055	,177	,078	1
	Sig. (2-tailed)	,164	,578	,621	,856	,588	,078	,442	

N	100	100	100	100	100	100	100	100
---	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,527	8

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	27,1500	2,775	,178	,515
X1.2	27,5100	2,293	,333	,458
X1.3	27,0200	2,141	,512	,387
X1.4	27,0100	2,273	,391	,437
X1.5	27,5400	2,211	,385	,435
X1.6	27,0200	2,747	,062	,559
X1.7	27,1500	2,957	,006	,555
X1.8	27,5100	2,636	,103	,551

Lampiran 6

Uji Validitas dan Reabilitas Kualitas Pelayanan

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10
X2.1	Pearson Correlation	1	-,051	,195	,054	,312**	,054	-,008	-,135	,154	,091
	Sig. (2-tailed)		,614	,052	,593	,002	,592	,936	,180	,125	,366
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	-,051	1	-,057	,376**	,050	,276**	-,088	,029	-,045	,027
	Sig. (2-tailed)	,614		,571	,000	,624	,006	,384	,777	,658	,787
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	,195	-,057	1	-,030	,165	-,073	-,165	-,209*	,194	-,059
	Sig. (2-tailed)	,052	,571		,768	,100	,469	,101	,037	,053	,563
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	,054	,376**	-,030	1	,186	,195	,015	-,060	,176	,083
	Sig. (2-tailed)	,593	,000	,768		,064	,052	,879	,554	,079	,413
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	,312**	,050	,165	,186	1	,096	,079	-,135	,523**	-,002
	Sig. (2-tailed)	,002	,624	,100	,064		,342	,436	,179	,000	,982
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.6	Pearson Correlation	,054	,276**	-,073	,195	,096	1	,180	,342**	,084	,079
	Sig. (2-tailed)	,592	,006	,469	,052	,342		,072	,000	,407	,436
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.7	Pearson Correlation	-,008	-,088	-,165	,015	,079	,180	1	,195	,077	,356**
	Sig. (2-tailed)	,936	,384	,101	,879	,436	,072		,052	,444	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.8	Pearson Correlation	-,135	,029	-,209*	-,060	-,135	,342**	,195	1	-,164	,146
	Sig. (2-tailed)	,180	,777	,037	,554	,179	,000	,052		,103	,146
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.9	Pearson Correlation	,154	-,045	,194	,176	,523**	,084	,077	-,164	1	,037
	Sig. (2-tailed)	,125	,658	,053	,079	,000	,407	,444	,103		,717
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.10	Pearson Correlation	,091	,027	-,059	,083	-,002	,079	,356**	,146	,037	1
	Sig. (2-tailed)	,366	,787	,563	,413	,982	,436	,000	,146	,717	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,436	10

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	32,4100	4,527	,167	,412
X2.2	32,4400	4,552	,137	,422
X2.3	32,5200	4,798	-,028	,493
X2.4	32,4200	4,347	,253	,383
X2.5	32,2500	4,210	,326	,358
X2.6	32,5400	3,907	,343	,337
X2.7	32,4100	4,527	,167	,412
X2.8	32,5200	4,697	,007	,479
X2.9	32,4300	4,328	,261	,380
X2.10	32,2400	4,447	,195	,402

Lampiran 7

Uji Validitas dan Reabilitas Kualitas Produk

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8
X3.1	Pearson Correlation	1	,290**	,174	,253*	,064	,057	,129	-,067
	Sig. (2-tailed)		,003	,083	,011	,527	,574	,201	,506
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	,290**	1	,732**	,579**	,536**	,463**	,428**	,233*
	Sig. (2-tailed)	,003		,000	,000	,000	,000	,000	,019
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	,174	,732**	1	,634**	,376**	,490**	,514**	,367**
	Sig. (2-tailed)	,083	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	,253*	,579**	,634**	1	,301**	,538**	,541**	,289**
	Sig. (2-tailed)	,011	,000	,000		,002	,000	,000	,003
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson Correlation	,064	,536**	,376**	,301**	1	,632**	,380**	,437**
	Sig. (2-tailed)	,527	,000	,000	,002		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.6	Pearson Correlation	,057	,463**	,490**	,538**	,632**	1	,578**	,505**
	Sig. (2-tailed)	,574	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.7	Pearson Correlation	,129	,428**	,514**	,541**	,380**	,578**	1	,353**
	Sig. (2-tailed)	,201	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.8	Pearson Correlation	-,067	,233*	,367**	,289**	,437**	,505**	,353**	1
	Sig. (2-tailed)	,506	,019	,000	,003	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,846	8

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	31,5400	10,231	,189	,861
X3.2	31,0800	7,731	,698	,812
X3.3	31,1000	7,343	,719	,809
X3.4	31,0100	7,929	,678	,815
X3.5	30,9600	8,806	,565	,830
X3.6	31,0800	8,175	,698	,814
X3.7	31,1400	7,637	,621	,825
X3.8	30,8700	9,225	,441	,843

Y1.9	Pearson	,004	-,079	,196	,196	,309**	,258**	,015	-,215*	1
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	,970	,437	,051	,051	,002	,010	,884	,031	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,351	9

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1.1	30,3900	4,442	,050	,372
Y1.2	30,8000	4,545	,050	,366
Y1.3	30,6900	4,297	,287	,269
Y1.4	30,1300	4,417	,159	,315
Y1.5	30,3900	4,038	,190	,294
Y1.6	30,8000	4,404	,102	,341
Y1.7	30,6900	4,337	,266	,277
Y1.8	30,1200	4,834	-,017	,388
Y1.9	30,3900	4,058	,217	,281

Lampiran 9

Uji Normalitas *Kolmogorov-Smirnov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

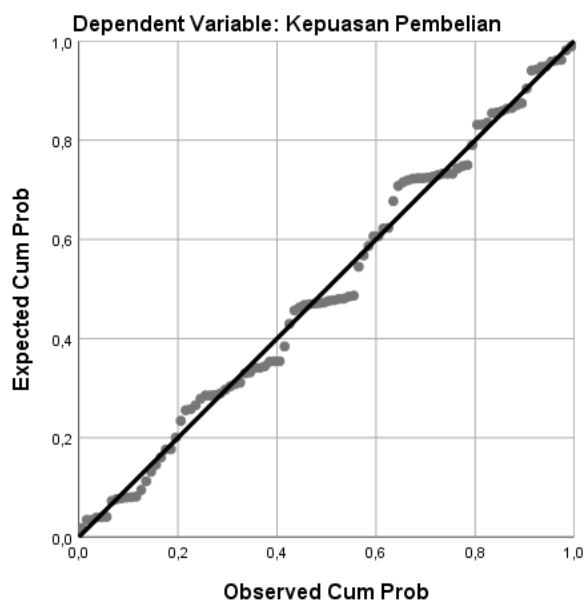
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,45523202
Most Extreme Differences	Absolute	,074
	Positive	,074
	Negative	-,071
Test Statistic		,074
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Lampiran 10

Uji Normalitas *P-P PLOT Of Regression Standardized Residual*

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Lampiran 11

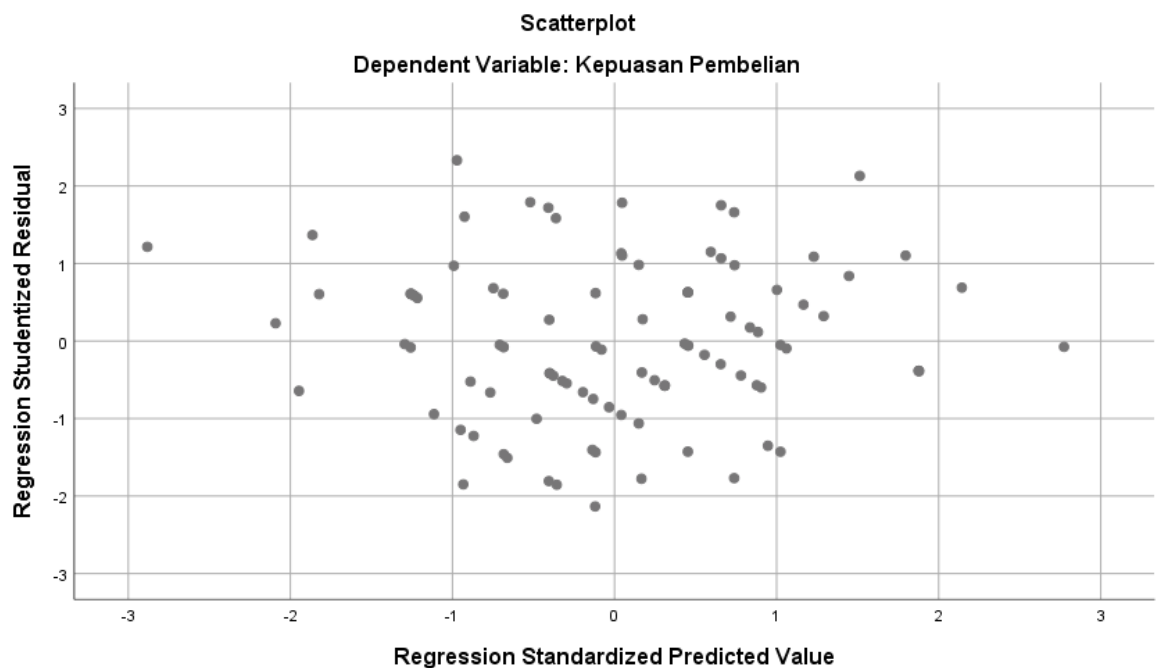
Uji Multikolinieritas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-2,171	3,379		-,643	,522		
	Harga	,491	,101	,380	4,867	,000	,707	1,414
	Kualitas Pelayanan	,495	,079	,497	6,262	,000	,684	1,462
	Kualitas Produk	,106	,047	,150	2,231	,028	,959	1,042

a. Dependent Variable: Kepuasan Pembelian

Lampiran 12

Uji Heteroskedastisitas



Lampiran 13

Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,766 ^a	,586	,574	1,47780	1,897

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Pembelian

Lampiran 14

Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-2,171	3,379		-,643	,522		
	Harga	,491	,101	,380	4,867	,000	,707	1,414
	Kualitas Pelayanan	,495	,079	,497	6,262	,000	,684	1,462
	Kualitas Produk	,106	,047	,150	2,231	,028	,959	1,042

a. Dependent Variable: Kepuasan Pembelian

Lampiran 15

Koefisien Korelasi (R)

Harga

		Harga	Kepuasan Pembelian
Harga	Pearson Correlation	1	,643**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	100	100
Kepuasan Pembelian	Pearson Correlation	,643**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Kualitas Pelayanan

		Kualitas Pelayanan	Kepuasan Pembelian
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	1	,673**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	100	100
Kepuasan Pembelian	Pearson Correlation	,673**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Kualitas Produk

Correlations

		Kualitas Produk	Kepuasan Pembelian
Kualitas Produk	Pearson Correlation	1	,051
	Sig. (2-tailed)		,612
	N	100	100
Kepuasan Pembelian	Pearson Correlation	,051	1
	Sig. (2-tailed)	,612	
	N	100	100

Lampiran 16

Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,766 ^a	,586	,574	1,47780	1,897

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Pembelian

Koefisien Determinasi (R^2) Harga

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,643 ^a	,413	,407	1,74222

a. Predictors: (Constant), Harga

b. Dependent Variable: Kepuasan Pembelian

Koefisien Determinasi (R^2) Kualitas Pelayanan

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,673 ^a	,453	,448	1,68154

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Pembelian

Koefisien Determinasi (R^2) Kualitas Produk

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,051 ^a	,003	-,008	2,27152

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Kepuasan Pembelian

Lampiran 17

Uji Statistik t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-2,171	3,379		-,643	,522		
	Harga	,491	,101	,380	4,867	,000	,707	1,414
	Kualitas Pelayanan	,495	,079	,497	6,262	,000	,684	1,462
	Kualitas Produk	,106	,047	,150	2,231	,028	,959	1,042

a. Dependent Variable: Kepuasan Pembelian

Lampiran 18

Uji Statistik f

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	297,348	3	99,116	45,385	,000 ^b
	Residual	209,652	96	2,184		
	Total	507,000	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan