

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus kopi kenangan)”, maka hasil yang diperoleh adalah sebagai berikut :

1) Kesimpulan Umum

a. Kualitas Produk

Berdasarkan hasil jawaban dari kuesioner mengenai pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus kopi kenangan), dengan jumlah responden sebanyak 100 responden yang disebarkan oleh penulis. Dengan demikian menyatakan bahwa kualitas Produk pada kopi kenangan mendapatkan respon yang positif dari responden dan sebagian besar menyatakan setuju, bahwa dapat disimpulkan kualitas produk pada kopi kenangan memiliki berpengaruh positif.

b. Harga

Berdasarkan hasil jawaban dari kuesioner mengenai pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan

(Studi Kasus kopi kenangan), dengan jumlah responden sebanyak 100 responden yang disebarkan oleh penulis. Dengan demikian menyatakan bahwa harga pada kopi kenangan mendapatkan respon yang positif dari responden dan sebagian besar menyatakan setuju, bahwa dapat disimpulkan Harga pada kopi kenangan memiliki berpengaruh positif.

c. Promosi

Berdasarkan hasil jawaban dari kuesioner mengenai pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus kopi kenangan), dengan jumlah responden sebanyak 100 responden yang disebarkan oleh penulis. Dengan demikian menyatakan bahwa Promosi pada kopi kenangan mendapatkan respon yang positif dari responden dan sebagian besar menyatakan setuju, bahwa dapat disimpulkan Promosi pada kopi kenangan memiliki berpengaruh positif.

d. Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil jawaban dari kuesioner mengenai pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus kopi kenangan), dengan jumlah responden sebanyak 100 responden yang disebarkan oleh penulis. Dengan demikian menyatakan bahwa kepuasan pelanggan pada kopi kenangan mendapatkan respon yang positif dari responden dan sebagian besar

menyatakan setuju, bahwa dapat disimpulkan kepuasan pelanggan pada kopi kenangan memiliki berpengaruh positif..

2) Kesimpulan Khusus

Berdasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan penulis, yaitu dengan menggunakan perhitungan korelasi yang berguna untuk mengetahui seberapa jauh hubungan antara variabel sebagai berikut :

- a. Dari hasil analisa pengaruh Kualitas Produk, Harga dan promosi terhadap kepuasan pelanggan dengan menggunakan analisis koefisien korelasi, diketahui bahwa koefisien korelasi kualitas Produk (X_1) sebesar 0,831 yang berarti dimana korelasi memiliki hubungan yang positif terhadap kepuasan Pelanggan, Harga (X_2) menunjukkan koefisien korelasi sebesar 0,813, hal ini berarti menunjukkan hubungan yang positif terhadap kepuasan Pelanggan dan promosi (X_3) menunjukkan koefisien korelasi sebesar 0,853, hal ini berarti menunjukkan hubungan yang positif terhadap kepuasan Pelanggan. Hubungan yang positif menunjukkan semakin baik kualitas produk, harga dan promosi akan menciptakan dan meningkatkan kepuasan pelanggan di kopi kenangan.
- b. Hubungan yang signifikan dapat dilihat dari nilai probabilitas $< 0,05$ yang artinya bahwa peningkatan kualitas produk, harga dan promosi

dapat menciptakan kepuasan pelanggan di kopi kenangan sebaliknya, penurunan dapat menurunkan kepuasan pelanggan di kopi kenangan

- c. *R Square* untuk model 1 menunjukkan angka *R Square* 0,728 sedangkan $(100\% - 72,8\% = 27,2\%)$ dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. *R Square* untuk model 2 menunjukkan angka *R Square* sebesar 0,769 sedangkan $(100\% - 76,9\% = 23,1\%)$ dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. *R Square* untuk model 3 menunjukkan angka *R Square* 0,888 sedangkan $(100\% - 88,8\% = 12,2\%)$ dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.
- d. Pengaruh Produk terhadap kepuasan pelanggan ditunjukkan dengan nilai *t* hitung yaitu $4,234 < t \text{ tabel } 1,985$ dan sig 0,00 yang dimana $> 0,05$, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga artinya pengaruh yang signifikan dari variabel Produk terhadap kepuasan pelanggan, Pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan ditunjukkan dengan nilai *t* hitung yaitu $2,923 > t \text{ tabel } 1,985$ dan sig 0,04 yang dimana $< 0,05$, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga artinya pengaruh yang signifikan dari variabel harga terhadap kepuasan pelanggan, Pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan ditunjukkan dengan nilai *t* hitung yaitu $6,282 > t \text{ tabel } 1,985$ dan sig 0,000 yang dimana $< 0,05$, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga artinya pengaruh yang signifikan dari variabel promosi terhadap kepuasan pelanggan

e. Untuk F_{hitung} untuk model 1 adalah 262.293 dengan tingkat signifikan 0,000 dimana angka $0,000 < 0,05$ dan juga $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $262.293 > 2,70$. Untuk model 2 adalah 161.567 dengan tingkat signifikan 0,000 dimana angka $0,000 < 0,05$ dan juga $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $161.567 > 2,70$. Untuk model 3 adalah 118.932 dengan tingkat signifikan 0,000 dimana angka $0,000 < 0,05$ dan juga $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $118.932 > 2,70$. Dengan demikian H_o ditolak dan H_a diterima, berarti dapat dikatakan bahwa kualitas produk, harga dan promosi bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Maka model regresi tersebut sudah layak dan tepat.

B. Implikasi

B mengenai “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus kopi kenangan)” sebagai berikut berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan judul kesimpulan ini tentu mempunyai implikasi dalam bidang pemasaran yaitu :

1) Implikasi Teoritis

a. Kualitas Produk

Kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan Pelanggan . Dalam hal ini pengukuran variabel kualitas Produk, penulis menggunakan 10 indikator Menurut “Ritonga

(2019) Kualitas produk sangat penting untuk kepuasan pelanggan karena membangun kepercayaan dan loyalitas, meningkatkan reputasi merek, memberikan nilai sebanding dengan uang yang dikeluarkan, mengurangi keluhan dan pengembalian, mendorong rekomendasi dari mulut ke mulut, memberikan keunggulan kompetitif, serta memberikan kepuasan emosional. Dengan demikian, menjaga kualitas produk adalah kunci untuk mencapai dan mempertahankan kepuasan pelanggan yang tinggi

b. Harga

Harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan Pelanggan . Dalam hal ini pengukuran variabel harga , penulis menggunakan 10 indikator Menurut” Limakrisna dan Togi dalam Ricky (2020). Harga memiliki peran penting terhadap kepuasan pelanggan karena menentukan persepsi nilai yang didapatkan. Harga yang kompetitif dan sesuai dengan kualitas produk atau layanan dapat meningkatkan kepuasan, karena pelanggan merasa mendapatkan nilai yang sepadan dengan pengeluaran mereka. Harga yang terlalu tinggi dapat menurunkan kepuasan jika dianggap tidak sesuai dengan kualitas yang ditawarkan, sementara harga yang terlalu rendah bisa menimbulkan keraguan tentang kualitas. Oleh karena itu, penetapan harga yang tepat adalah kunci untuk menarik dan mempertahankan pelanggan serta memastikan kepuasan mereka

c. Promosi

Promosi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan Pelanggan . Dalam hal ini pengukuran variabel promosi , penulis menggunakan 10 indikator Menurut” Kotler dan Keller yang dikutip Nugraha (2019) Promosi sangat penting untuk kepuasan pelanggan karena meningkatkan kesadaran produk, menawarkan nilai tambahan melalui diskon dan penawaran khusus, memperkuat loyalitas dengan program berkelanjutan, dan membangun hubungan positif. Promosi yang efektif juga membuat pengalaman berbelanja lebih menarik dan menyenangkan, sehingga berkontribusi pada kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

d. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan berpengaruh secara positif dan signifikan. Dalam hal ini pengukuran variabel kepuasan pelanggan , penulis menggunakan 10 indikator menurut Menurut Kotler dan Keller dalam Yogi Sumirat (2019) Kepuasan pelanggan sangat penting karena berperan dalam membangun loyalitas, meningkatkan retensi pelanggan, dan mendorong pembelian berulang. Pelanggan yang puas cenderung merekomendasikan produk atau layanan kepada orang lain, sehingga memperluas basis pelanggan melalui word of mouth. Selain itu, kepuasan pelanggan yang tinggi juga dapat meningkatkan citra

merek, mengurangi keluhan, dan menciptakan hubungan jangka panjang yang menguntungkan bagi bisnis.

2) Impikasi Manajerial

Kepuasan pelanggan sebagian besar dipengaruhi Kualitas Produk, Harga dan Promosi sebesar 72,8 % , 76,9 % dan 88,8 % ,sedangkan sisanya masing-masing dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya.. Kualitas Produk, Harga dan Promosi harus lebih di perhatikan oleh Kopi kenangan

3) Impikasi Metodologi

Pada penelitian ini, penulis telah melakukan penelitian melalui sampel sebanyak 100 responden. Untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam penelitian penulis. Penulis membuat pernyataan dalam setiap variabel masing-masing 10 pernyataan, 10 pernyataan untuk kualitas Produk , 10 pernyataan untuk Harga , 10 pernyataan untuk promosi dan 10 pernyataan untuk kepuasan Pelanggan. Dengan total 40 pernyataan yang disebarkan ke 100 responden kopi kenangan .

C. Saran

Adapun saran yang dapat dikemukakan melihat kenyataan bahwa Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan memiliki

pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan. Melihat hasil dari penelitian, bahwa hal ini penulis memberikan saran yakni sebagai berikut :

1) Bagi Perusahaan

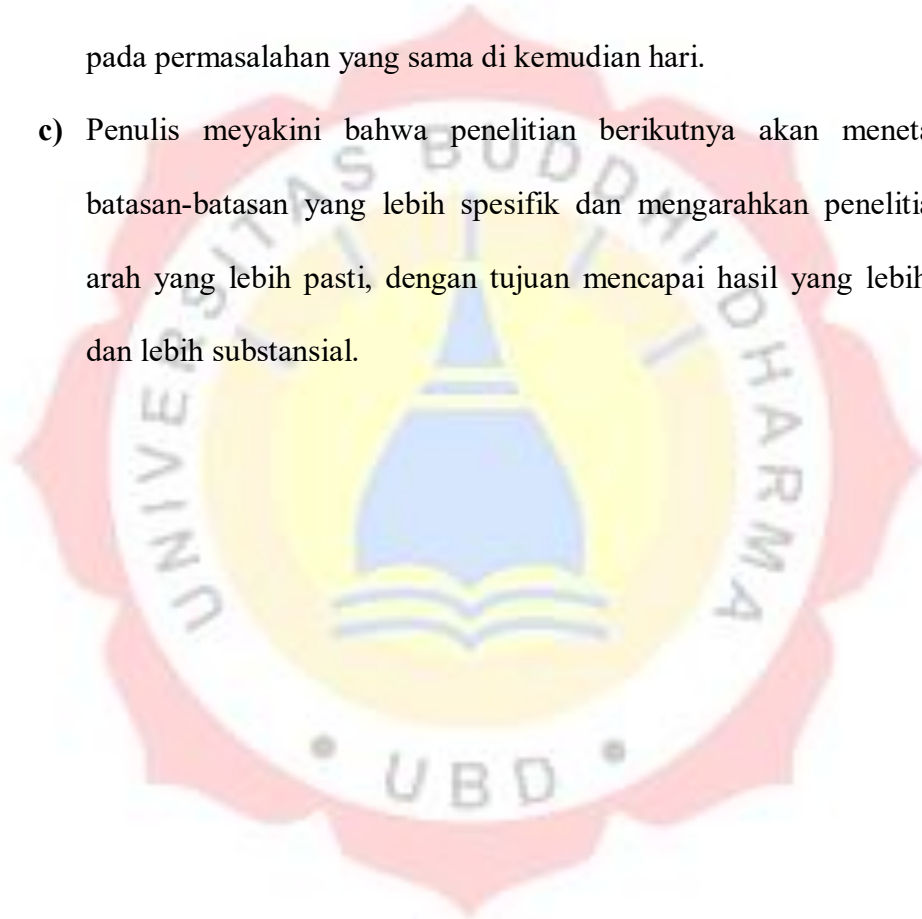
- a. Penelitian ini menunjukkan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan , maka sebaiknya kopi kenangan untuk memperhatikan kualitas produk agar pelanggan dapat merasa nyaman dan puas sehingga akan meningkatkan kepuasan pelanggan di kopi kenangan
- b. Penelitian ini menunjukkan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan , maka sebaiknya kopi kenangan untuk memperhatikan harga agar pelanggan dapat merasa nyaman dan puas sehingga akan meningkatkan kepuasan pelanggan di kopi kenangan
- c. Penelitian ini menunjukkan Promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan , maka sebaiknya kopi kenangan untuk memperhatikan promosi agar pelanggan dapat merasa nyaman dan puas sehingga akan meningkatkan kepuasan pelanggan di kopi kenangan

2) Saran Untuk Penelitian Selanjutnya

- a) Penulis ingin menambahkan lebih banyak variabel independen karena hal ini tidak menghalangi variabel lain yang tidak termasuk dalam

penelitian ini untuk mempunyai dampak positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

- b)** Berdasarkan penjelasan dan pembahasan kesimpulan pada Bab IV di atas, penulis berharap penelitian ini dapat menjadi referensi atau bahan penelitian dan juga bermanfaat bagi peneliti lain yang berminat pada permasalahan yang sama di kemudian hari.
- c)** Penulis meyakini bahwa penelitian berikutnya akan menetapkan batasan-batasan yang lebih spesifik dan mengarahkan penelitian ke arah yang lebih pasti, dengan tujuan mencapai hasil yang lebih baik dan lebih substansial.



DAFTAR PUSTAKA

- Dwijayanto, A. (2024). *Prosiding : Ekonomi dan Bisnis*. 4(1), 1–7.
- Ekonomi, P., Farunik, C. G., & Ginny, P. L. (2023). *Tantangan dan Peluang Bisnis dalam Beradaptasi dengan Pasar Generasi Z*. 3(1).
- Ekonomi, P., & Permoni, D. (2024). *SOLVABILITAS TERHADAP AUDIT DELAY PADA PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA (STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN SEKTOR BARANG KONSUMEN NON PRIMER PERIODE 2020-2022)*. 4(1).
- Ekonomi, P., Shevchenko, A., & Addy, F. (2024). *Pengaruh Profitabilitas , Leverage , Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Tax Avoidance (Studi Empiris pada Perusahaan Energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2022)*. 4(1).
- Ekonomi, P., Suryana, R., & Silaswara, D. (2024). *Studi Perbandingan Penerapan Metode Peramalan Moving Average dan Single Exponential Smoothing Dalam Meramalkan Penjualan Produk Pewangi Laundry Toko Tansel Shop di Shopee*. 4(1).
- Ernestivita, G. (2018). Analisis Pengaruh Place, Promotion, Dan People Terhadap Keputusan Konsumen Melakukan Pembelian Produk Pasar Modal Dengan Menggunakan Jasa Equity Brokerage Di Pt Sucorinvers Central Gani Cabang Kediri. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 1(2), 10–20. <https://doi.org/10.29407/nusamba.v1i2.455>
- Faisal Rinaldi, S. (2017). *METODOLOGI PENELITIAN DAN STATISTIK*.
- 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.
- Farunik, C. G. (2019). *Strategi Digital Leadership menurut Pendekatan Kepemimpinan Situasional*. 1, 1–13.
- Furianto, D., & Kusnawan, A. (2023). *Prosiding : Ekonomi dan Bisnis Pengaruh Viral Marketing , Live Streaming Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Aplikasi Shopee*. 3(1).
- Haerun Nisa. (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada PT. Anugrah Jaya Trimar. In *Skripsi*.
- Hartanto, E., & Wibowo, F. X. P. (2022). *Pengaruh Motivasi , Komunikasi , Dan Stres Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan (Studi Kasus Pada Dian Bangsa School)*. 2(2).

- Id, S. (2024). *Pengaruh Kualitas Pelayanan , Kualitas Produk Dan Kemasan Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Marketplace Shopee Di Toko. 1*, 1–8.
- Iii, B. A. B., & Penelitian, M. (2019). *No Title*.
- Imron, I. (2019a). *Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada CV. Meubele Berkah Tangerang. 5*(1Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE)), 19–28. <https://doi.org/10.31294/ijse.v5i1.5861>
- Imron, I. (2019b). *Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada CV. Meubele Berkah Tangerang. Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE), 5*(1), 19–28. <https://doi.org/10.31294/ijse.v5i1.5861>
- Karyawan, P., Cv, P., Diesel, U., Prastica, E., & Silaswara, D. (2023). *Prosiding : Ekonomi dan Bisnis Pengaruh Kedisiplinan Lingkungan Kerja dan Beban Kerja Terhadap. 3*(2).
- Kurniawan, F., & Kusnawan, A. (2023). *Prosiding : Ekonomi dan Bisnis Pengaruh Kualitas Produk , Online Costumer Review , Harga Terhadap Minat Beli Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Pelanggan Di Kota Tangerang). 3*(2), 3–8.
- Lori, P. (2020). Fakultas bisnis universitas buddhi dharma tangerang 2020. *Skripsi*, 13.
- Mangkunegara. (2017). Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Tingkat Penjualan PT. Vosen Pratita Kemindo. *Landasanteori.Com, 2012*, 72.
- Maria, I. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt.Kallista Prima. *Repositori.Buddhidharma.Ac.Id*.
- Mariasinta, M., & Riady, I. (2019). BAB II LANDASAN TEORI 2.1. Produk 1. Definisi Produk. *Journal of Chemical Information and Modeling, 53*(9), 1689–1699.
- Minuman, M., & Bei, D. (2022). *Pengaruh ROE , SIZE , TATO Kepada Struktur Modal Perusahaan The Impacts Of Roe , Size , Tato Towards Capital Structure Of Food Beverages Companies During 2018-2020. 2*, 274–289.
- Nanda, D. S., Kusnawan, A., & Tehnik, J. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan , Persepsi Harga , dan Costumer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan ACE Hardware Indonesia Studi dilaksanakan demi mengetahui berapa besar dampak Kualitas Pelayanan , Persepsi Harga , Costumer Relationship Management terhadap loyalitas pelanggan ACE Hardware penelitian ini adalah regresi berganda menggunakan pengolahan data SPSS 25 . 2*, 1–7.
- Nasution, M. A. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Alat Kesehatan Terhadap

- Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pt. Dyza Sejahtera Medan. *Jurnal Warta Edisi* : 59, 59, 290572.
- Pasaribu, F. T., & Kusnawan, A. (2022). *Pengaruh Pemasaran Secara Digital , Harga , dan Promosi Summer Sale di Platform Steam Pada Terhadap Keputusan Pembelian Steam E-Wallet*. 2(2).
- Prof. Dr. Ir. Raihan, M. si. (2017). *Metodologi Penelitian*. Universitas Islam Jakarta, 186.
- Ricky. (2020). Fakultas bisnis universitas buddhi dharma tangerang 2020. In *Skripsi*.
- Ricky Andrean. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Surya Utama Fibertek. *Skripsi*, 13.
- Ritonga, H. M., Fikri, M., Siregar, N., Agustin, R. R., & Hidayat, R. (2018). *Manajemen pemasaran*.
- Sadikin, A., Si, M., Misra, I., & Si, M. (2020). *Pengantar Manajemen dan Bisnis by Ali Sadikin, S.E., M.Si., Isra Misra, S.E., M.Si., Muhammad Sholeh Hudin (z-lib.org)*.
- Samsu. (2017). Metode penelitian: teori dan aplikasi penelitian kualitatif, kuantitatif, mixed methods, serta research & development. In *Diterbitkan oleh: Pusat Studi Agama dan Kemasyarakatan (PUSAKA)*.
- Sari, R. M. (2020). Bab ii kajian pustaka bab ii kajian pustaka 2.1. *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1*, 13(2004), 6–25. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v13i2.116>. Tujuan
- Siregar, E. M., & Kusnawan, A. (2022). *Pengaruh Penilaian Kinerja , Pengalaman Kerja , Disiplin Kerja , Semangat Kerja , Komunikasi , Dan Pelatihan Kerja Terhadap Pengembangan Karir Karyawan Pada PT . Trafoindo Prima Perkasa*. 2(2).
- Steffie, A., & Kusnawan, A. (2023). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan , Pengalaman Pengguna dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Keputusan Penggunaan Berulang ShopeePay (Studi Kasus Pada Konsumen Generasi Z)*. 1, 1–9.
- Sutanto, A., & Silaswara, D. (2022). *Pengaruh Minat Konsumen , Citra Merek , Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Motor pada Amboh Motor di Wilayah Tangerang*. 2(2).
- Veronica, S., & Silaswara, D. (2024). *Pengaruh Citra Merek , Kualitas Kepercayaan , Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Aplikasi Transportasi Go- Jek (Studi Kasus Pada Mahasiswa / I Universitas Buddhi Dharma Yang Menggunakan Go-Ride)*. 1, 1–10.
- Wijayaguna, S., & Silaswara, D. (2022). *Analysis Of The Influence Of Recruitment , Selection And Training On Employees Performance Of PT . Scentium Flavour In Indonesia*. 3, 1–

10.

Yogi Sumirat, M. (2018). PENGARUH PEMASARAN INTERAKTIF TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Distro Dloops Bandung). *Repository.Unisba.Ac.Id*, 53(9), 1–116.



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Caroline Ivana Morinda
 Tempat, Tanggal Lahir : Tangerang, 03 Juni 2002
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Agama : Kristen
 Status : Belum Menikah
 Alamat : JL. Banten No.41 Perum III RT.006/RW.023 Kec. Kelapa Dua Kel.Bencong, Kabupaten Tangerang
 Pekerjaan : Pegawai Swasta dan Mahasiswa
 Kewarganegaraan : Indonesia
 No.Telepon : 081315827855
 Email : Carolineivana@gmail.com
 IPK Terakhir : 3.12



Riwayat Pendidikan

2008-2014 SD Shalom BK 3

2014-2017 SMP Swasta BK3

2017-2020 SMK Kristen Kanaan

2021-Sekarang Universitas Buddhi Dharma

L

A

M

P

I

R

A

N



Lampiran 1 Pemohonan Pengisian Kuesioner

Perkenalkan saya CAROLINE IVANA MORINDA Mahasiswa Universitas Buddhi Dharma Tangerang. Sehubungan dengan penyusunan tugas akhir (skripsi) saya dengan judul “PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA KOPI KENANGAN DI KOTA TANGERANG, saya bermaksud untuk memohon ketersediaan teman-teman untuk mengisi kuesioner sebagai berikut dengan sejujur-jujurnya sesuai dengan pendapat masing-masing.

Jawaban yang diberikan hanya akan dipergunakan untuk kepentingan akademis dan dijaga kerahasiaannya.

Atas waktu, perhatian, dan bantuan yang telah diberikan Bapak/Ibu serta teman-teman untuk mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya

Peneliti

(Caroline Ivana Morinda)

Lampiran 2 Cara Mengisian kuesioner

KUESIONER

A. Identitas Kuesioner

Nama Lengkap :

Email :

Jenis Kelamin : ☐ Laki-laki ☐ Perempuan

Usia :

10 sampai 15	1
16 sampai 20	2
21 sampai 25	3
26 sampai 30	4
>31	5

B. Petunjuk Pengisian

Berilah tanda (√) pada yang kotak yang tersedia dan pilihlah dengan jawaban yang dianggap tepat.

Keterangan :

- a. Sangat Tidak Setuju (STS) : 1point
- b. Tidak Setuju (TS) : 2 point
- c. Cukup Setuju (CS) : 3point
- d. Setuju (S) : 4 point
- e. Sangat Setuju (SS) : 5 point

Kualitas Produk (X1)

N0	Pernyataan	STS	TS	CS	S	ST
1	Produk pada kopi kenangan memiliki tampilan kemasan yang menarik perhatian					
2	Kemasan produk sangat aman dan tidak mudah mengalami kebocoran					
3	kopi kenangan memiliki banyak varian menu					
4	Produk yang dijual memiliki keunikan tersendiri					
5	kopi kenangan selalu punya inovasi rasa baru					
6	Produk Kopi kenangan dapat dikonsumsi oleh masyarakat luas					
7	Produk kopi kenangan dapat diterima dengan baik oleh masyarakat					
8	Produk sesuai dengan keinginan konsumen					
9	Produk kopi kenangan memiliki mutu yang baik					
10	kopi kenangan menjaga kebersihan produk					

Harga (X2)

N0	Pernyataan	STS	TS	CS	S	ST
1	kopi kenangan memberikan informasi terkait daftar harga produknya					
2	kopi kenangan memberi tau ketika ada produk yang diskon					
3	kopi kenangan menawarkan harga produk yang terjangkau oleh semua kalangan masyarakat					
4	kopi kenangan memberikan harga yang bervariasi sesuai dengan setiap menu yang ditawarkan					
5	kopi kenangan memberikan harga yang wajar sesuai dengan mutu produk					
6	Harga keseluruhan pada kopi kenangan lebih murah dibandingkan brand kopi dari luar negeri					
7	Kopi Kenangan mengalami kenaikan harga produk di setiap tahunnya					
8	Kopi Kenangan menaikkan harga produknya karena penjualannya laris dan disukai para pelanggan					

9	Harga produk yang ditawarkan kopi kenangan lebih terjangkau dari harga produk yang ditetapkan oleh kompetitor sejenis					
10	Harga produk tertentu yang ditawarkan kopi kenangan sangat sesuai dengan kualitas yang diberikan dari pada kompetitor sejenis					

Promosi (X3)

N o	Pernyataan	ST S	T S	C S	S S	S T
1	Tampilan iklan promosi yang diberikan terlihat menarik perhatian					
2	kopi kenangan memberikan promosi melalui iklan di sosial media seperti facebook, instagram tiktok dan lainnya					
3	Informasi mengenai promosi produk dapat dijangkau dengan mudah oleh masyarakat luas					
4	Penyampaian promosi produk sangat mudah dimengerti oleh konsumen					
5	kopi kenangan melakukan promosi pada periode waktu tertentu					
6	kopi kenangan sering memberikan promosi kepada konsumen					
7	kopi kenangan meberikan potongan harga yang besar sesuai dengan kuantitas pembelian nya					
8	Promosi yang diberikan oleh kopi kenangan sangat menarik					
9	Pelayanan yang diberikan oleh karyawan kopi kenangan sangat baik dan memuaskan					
10	Adanya penawaran varian lain dari produk yang ditawarkan oleh karyawan kopi kenangan kepada konsumen					

KEPUASAN PELANGGAN (Y)

N0	Pernyataan	STS	TS	CS	S	ST
1	Harga produk yang ditawarkan Kopi Kenangan sesuai dengan harapan anda					
2	Kualitas produk yang disajikan Kopi Kenangan sesuai dengan harapan anda					
3	Fasilitas yang disediakan Kopi Kenangan sesuai dengan harapan anda					
4	Kualitas pelayanan yang diberikan Kopi Kenangan sesuai dengan harapan anda					
5	berminat berkunjung kembali atas Harga produk yang ditawarkan oleh Kopi Kenangan					
6	berminat berkunjung kembali atas fasilitas yang disediakan oleh Kopi Kenangan					
7	berminat berkunjung kembali atas kualitas pelayanan yang diberikan oleh Kopi Kenangan					
8	bersedia merekomendasikan produk dari Kopi Kenangan atas harga yang ditawarkan					
9	bersedia merekomendasikan produk dari Kopi Kenangan atas fasilitas yang disediakan					
10	bersedia merekomendasikan produk dari Kopi Kenangan atas kualitas pelayanan yang diberikan					

Lampiran 3 Jawaban kuesioner

Identitas Semua Responden

NO	NAMA	JENIS KELAMIN	USIA
1	Violin carenia christhy	Wanita	10-15
2	Erie	Wanita	>31
3	Handoyo	Pria	>31
4	Hermano	Pria	16-20
5	Andrian	Pria	10-15
6	Revan	Pria	10-15
7	Dinadiana	Wanita	26-30
8	Riordan	Pria	10-15
9	Mistery	Pria	16-20
10	Theme	Pria	26-30
11	Fahmi	Pria	16-20
12	marcella	Wanita	10-15
13	Yosef Tulus P	Pria	26-30
14	Ade monica	Wanita	>31
15	catherine	Wanita	26-30
16	Rahma	Wanita	26-30
17	Joshua Pangestu	Pria	26-30
18	Nn	Wanita	>31
19	Dewi Lumbanraja	Wanita	>31
20	Imel	Wanita	>31
21	Tri Mulyana	Pria	>31
22	Albertin Theodora Beata Sugiarto	Wanita	26-30

23	Septovina Radite Pantarini	Wanita	>31
24	Danto	Pria	>31
25	Neny Hartanti	Wanita	>31
26	saudarma Delima	Wanita	>31
27	Yanita	Wanita	>31
28	Pringgo	Pria	>31
29	Bagus dan berkualitas,	Pria	>31
30	Shinta	Wanita	>31
31	Robby	Pria	>31
32	Gweny	Wanita	>31
33	Noto Kromony	Pria	>31
34	Estomihi	Pria	>31
35	Edi	Pria	>31
36	Jamal	Pria	>31
37	Nanang yuliansyah	Pria	26-30
38	Muara Manihuruk	Pria	>31
39	Robert	Pria	>31
40	Rina Rismawati Purba	Wanita	>31
41	Elisabeth	Wanita	>31
42	Abdu Rahman Assyuti	Pria	26-30
43	Marthin Togi Butarbutar	Pria	>31
44	Hapnie	Wanita	>31
45	Soma	Wanita	>31
46	Budi Tambunan. SH (opung Alecio)	Pria	>31
47	Matlana Panjaitan	Wanita	>31
48	Goto Mulyawan	Pria	>31
49	Dina	Wanita	>31
50	Adrian	Pria	>31
51	Wahid Nh	Pria	26-30
52	Eunike Christela	Wanita	21-25
53	Gabeando Edgar	Pria	26-30
54	Hana	Wanita	16-20
55	Eddy	Pria	>31
56	Meri Malau	Wanita	>31

57	Silkih	Pria	>31
58	Bella	Wanita	>31
59	Rini Siswanti	Wanita	>31
60	Vina	Wanita	26-30
61	Tia Siadari	Wanita	>31
62	Edy Tjahjono	Pria	>31
63	Ramadhani Putri	Wanita	21-25
64	Agnes Christina	Wanita	21-25
65	Maesaroh	Wanita	>31
66	WIDYA APRITA	Wanita	>31
67	Parulian Simanjuntak	Pria	>31
68	Fakhri	Pria	>31
69	Vera Munthe	Wanita	>31
70	Risma lumban batu	Wanita	>31
71	Eka	Wanita	>31
72	Anastasia	Wanita	26-30
73	Yulia Lamasi Simanullang	Wanita	>31
74	Ayu Diyan	Wanita	26-30
75	Memuaskan	Wanita	>31
76	Dery damara	Pria	26-30
77	Ferian permana	Pria	21-25
78	Dwi Haryati	Wanita	>31
79	David Simatupang	Pria	>31
80	Emhania s.s	Wanita	21-25
81	Nana R	Wanita	>31
82	septia rahmawati	Wanita	26-30
83	Alif Sukma Nurdien	Pria	26-30
84	Desy	Wanita	>31
85	Hartotok	Pria	>31
86	Yulia	Wanita	>31
87	Musa Aleksander	Pria	26-30

14	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
17	3	4	4	4	3	2	3	3	4	4	34
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
19	4	5	3	4	4	4	4	5	4	5	42
20	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	48
21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
23	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
26	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
27	4	4	5	3	3	4	4	4	4	4	39
28	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	45
29	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	46
30	4	4	3	3	4	4	4	4	4	5	39
31	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	42
32	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	47
33	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
34	4	3	3	2	2	2	3	3	3	3	28
35	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	38
36	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	41
37	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	46
38	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	38
39	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	40
40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
42	3	3	5	2	2	3	3	3	4	4	32
43	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
44	4	5	4	3	4	4	4	5	4	4	41
45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
47	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	45
48	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	45
49	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	35
50	4	5	5	3	4	5	4	3	4	4	41
51	4	4	5	4	4	3	3	4	4	4	39

52	5	4	4	4	5	5	5	3	4	4	43
53	1	1	1	3	2	1	1	1	1	1	13
54	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	38
55	4	4	5	3	3	4	4	4	4	4	39
56	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
57	5	4	4	4	4	5	5	4	3	4	42
58	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	32
59	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
60	4	5	4	3	3	5	5	4	5	5	43
61	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	34
62	3	4	4	3	2	4	3	3	3	4	33
63	4	3	5	4	4	5	5	5	5	5	45
64	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	36
65	4	5	4	3	5	5	5	5	5	5	46
66	5	5	4	5	3	5	5	5	5	5	47
67	4	4	5	5	4	5	4	3	4	5	43
68	4	5	4	2	3	3	4	3	3	4	35
69	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	36
70	4	5	5	3	4	5	5	3	3	4	41
71	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
72	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49
73	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
74	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
76	4	4	4	3	3	4	5	4	4	5	40
77	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
78	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	37
79	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
80	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	35
81	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	36
82	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	38
83	5	3	3	4	2	2	4	3	4	5	35
84	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	42
85	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	43
86	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
87	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
88	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
89	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	47

90	1	1	1	1	3	3	3	1	1	1	16
91	3	4	5	3	4	5	5	4	4	5	42
92	4	4	2	3	3	4	5	4	5	5	39
93	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	48
94	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	42
95	4	3	4	4	5	5	4	4	4	3	40
96	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
97	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
98	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	47
99	5	3	5	4	4	5	4	3	3	5	41
100	4	4	5	3	3	5	5	5	5	5	44

Jawaban Variabel Harga (X2)

NO	Harga										Jumlah
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	
1	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
2	5	4	5	4	5	5	4	5	3	5	45
3	5	4	3	4	4	3	4	4	3	3	37
4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	48
5	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	38
6	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	45
7	5	3	5	4	3	5	4	5	5	3	42
8	3	1	3	2	5	4	4	3	4	4	33
9	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	47
10	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	45
11	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	36
12	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	41
13	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	47
14	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	38
15	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	46
16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
17	3	4	4	4	4	5	5	4	4	5	42
18	5	4	4	4	4	3	4	4	3	3	38
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
20	5	4	4	5	5	3	4	5	4	4	43

21	4	4	4	5	4	3	5	4	4	4	41
22	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49
23	4	3	4	4	4	3	5	4	3	4	38
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
26	5	5	4	4	5	5	4	4	4	3	43
27	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	46
28	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	48
29	4	5	4	4	5	4	5	5	3	4	43
30	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	45
31	5	4	4	3	4	3	4	5	4	3	39
32	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	43
33	4	4	5	5	5	5	3	3	2	4	40
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
36	4	3	3	4	4	5	4	4	3	3	37
37	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	47
38	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	48
39	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	45
40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
41	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
43	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
45	4	2	3	4	4	4	4	4	3	3	35
46	3	3	4	5	4	2	4	2	4	3	34
47	4	3	4	3	4	2	3	3	3	4	33
48	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	43
49	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	46
50	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
51	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	46
52	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
53	3	4	4	3	4	4	4	5	4	5	40
54	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	45
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
56	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
57	5	4	3	5	4	4	5	4	5	5	44
58	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	46

59	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
60	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
63	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	41
64	4	4	4	4	2	2	4	4	5	3	36
65	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	42
66	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
67	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
68	4	4	4	5	3	4	4	5	4	4	41
69	4	4	5	4	4	5	5	3	4	4	42
70	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
71	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	48
72	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	47
73	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
74	3	3	4	3	4	5	4	4	3	3	36
75	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	46
76	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	48
77	5	4	4	4	4	3	4	5	4	4	41
78	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	42
79	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
80	4	3	3	4	5	5	4	3	5	4	40
81	4	5	3	4	5	5	5	5	5	5	46
82	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39
83	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	42
84	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	46
85	5	4	4	5	4	4	4	4	3	4	41
86	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	44
87	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	48
88	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	45
89	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	48
90	4	4	3	4	4	4	5	5	4	4	41
91	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
92	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
93	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
94	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
95	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	41
96	5	4	5	4	4	5	4	4	3	4	42

97	4	4	4	4	3	5	4	4	4	5	41
98	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
99	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	45
100	4	3	5	4	4	5	4	5	4	4	42

Jawaban Variabel Promosi (X3)

NO	promosi										Jumlah
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	X3.10	
1	4	5	4	4	4	4	3	4	3	3	38
2	4	5	5	4	5	4	5	4	4	3	43
3	3	3	4	4	4	4	3	5	5	3	38
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
7	5	3	3	4	4	4	4	5	4	4	40
8	5	4	4	3	4	5	5	3	5	4	42
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
10	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	44
11	4	3	5	5	5	5	5	5	5	4	46
12	3	5	5	5	5	4	4	4	3	5	43
13	4	4	5	5	5	5	3	5	5	5	46
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
15	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	48
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
17	3	4	3	3	4	3	3	2	4	4	33
18	5	5	5	5	3	3	3	3	5	5	42
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
21	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	46
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
25	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	36
26	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
27	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	37

66	4	4	4	4	3	4	3	4	5	3	38
67	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	38
68	4	3	2	4	2	2	2	3	3	3	28
69	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
70	5	2	5	5	5	5	1	5	5	5	43
71	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	48
72	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	45
73	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	48
74	4	4	4	4	3	4	2	3	4	4	36
75	4	4	4	4	2	4	2	4	4	4	36
76	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	47
77	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	38
78	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	33
79	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
80	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
81	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
82	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	34
83	5	5	4	2	1	2	5	4	4	5	37
84	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
85	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	36
86	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
87	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
88	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	37
89	3	3	2	4	5	5	5	5	5	5	42
90	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
91	3	3	4	4	4	2	2	2	4	4	32
92	4	5	5	5	5	3	4	4	5	5	45
93	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
94	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	44
95	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	42
96	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	38
97	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
98	3	4	4	5	5	5	4	4	5	5	44
99	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	45
100	5	5	3	4	3	4	3	3	3	3	36

72	4	4	3	4	5	5	5	5	5	5	45
73	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
74	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
76	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
77	3	4	3	3	3	3	3	2	2	3	29
78	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	29
79	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
80	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
81	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	37
82	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	32
83	3	5	3	3	4	5	4	4	4	4	39
84	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
85	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	35
86	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
87	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	48
88	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	43
89	5	5	5	4	4	4	4	3	4	5	43
90	1	3	3	1	3	1	1	3	3	1	20
91	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
92	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
93	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	46
94	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	45
95	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	43
96	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
97	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
98	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	45
99	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	47
100	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	37

Lampiran 4 Hasil SPSS

Distribusi Demografi Responden

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pria	46	46.0	46.0	46.0
	Perempuan	54	54.0	54.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

(bersumber pengolahan dengan SPSS versi 25)

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	10-15 Tahun	5	5.0	5.0	5.0
	16-20 Tahun	5	5.0	5.0	10.0
	21-25 Tahun	15	15.0	15.0	25.0
	26-30 Tahun	20	20.0	20.0	45.0
	>31 Tahun	55	55.0	55.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

(bersumber pengolahan dengan SPSS versi 25)

Uji Validitas Kualitas PRODUK (X1)

Variabel	pertanyaan	r hitung / Pearson Correlation	r tabel (taraf sig 5%)	keterangan
X1.1.	Kemasan produk menarik	0.813	0.1966	Valid
X1.2	Kemasan produk sangat aman dan tidak mudah rusak	0.787		
X1.3	Produk sesuai dengan keinginan masyarakat.	0.729		
X1.4	Rasa produk yang menarik	0.742		
X1.5	Inovasi menu baru produk	0.737		

X1.6	Keunikan produk	0.813		
X1.7	Produk dapat dikonsumsi masyarakat luas	0.847		
X1.8	Produk memiliki mutu yang baik.	0.858		
X1.9	Produk memiliki banyak varian rasa	0.977		
X1.10	Produk dapat diterima dengan baik oleh masyarakat	0.82		

bersumber pengolahan dengan SPSS versi 25)

Uji Validitas Harga (X2)

Variabel	pertanyaan	r hitung / Pearson Correlation	r tabel (taraf sig 5%)	keterangan
X2.1	Adanya daftar harga	0.656	0.1966	Valid
X2.2	Adanya diskon khusus sewaktu-waktu	0.739		
X2.3	Harga terjangkau	0.795		
X2.4	Kewajaran harga	0.822		
X2.5	Adanya info perubahan harga	0.815		
X2.6	Harga sesuai dengan kualitas produk	0.775		

X2.7	Pembayaran yang mudah	0.616		
X2.8	Harga yang bersaing	0.525		
X2.9	Harga bervariasi	0.762		
X2.10	Pembayaran Cashless	0.804		

(bersumber pengolahan dengan SPSS versi 25)

Uji Validitas Promosi (X3)

Variabel	pertanyaan	r hitung / Pearson <i>Correlation</i>	r tabel (taraf sig 5%)	keterangan
X3.1	Promosi pada periode waktu tertentu	0.787	0.1966	Valid
X3.2	Frekuensi promosi	0.747		
X3.3	Daya tarik promosi	0.838		
X3.4	Berita promosi melalui iklan	0.839		
X3.5	Informasi terkait promosi mudah dijangkau	0.726		
X3.6	Tampilan iklan promosi	0.858		
X3.7	Penyampaian promosi	0.754		
X3.8	Keramahan tenaga penjual	0.827		
X3.9	Layanan tenaga penjual yang baik	0.852		
X3.10	Penawaran varian produk lainnya kepada konsumen	0.851		

(bersumber pengolahan dengan SPSS versi 25)

Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)

Variabel	pertanyaan	r hitung /	r	keterangan
----------	------------	------------	---	------------

		Pearson <i>Correlation</i>	tabel (taraf sig 5%)	
Y.1	Produk sesuai keinginan	0.823	0.1966	Valid
Y.2	Produk terlihat menarik dan menggiurkan	0.789		
Y.3	Promosi yang menarik	0.786		
Y.4	Informasi dari pihak luar	0.893		
Y.5	Pelayanan yang baik	0.883		
Y.6	Ketersediaan produk	0.868		
Y.7	Lokasi Strategis	0.894		
Y.8	Membandingkan produk	0.834		
Y.9	Kualitas sesuai	0.866		
Y.10	Kepuasan setelah membeli	0.858		

(bersumber pengolahan dengan SPSS versi 25)

Uji Reabilitas X1 (Kualitas Produk)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.938	10

(bersumber pengolahan dengan SPSS versi 25)

Uji Reabilitas X2 (Harga)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.772	11

(bersumber pengolahan dengan SPSS versi 25)

Uji Reabilitas X3 (Promosi)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.782	11

(bersumber pengolahan dengan SPSS versi 25)

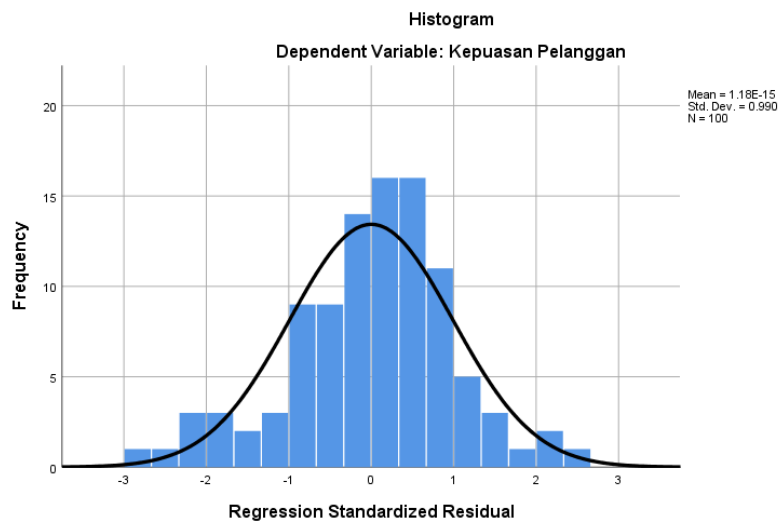
Uji Reabilitas Y (kepuasan Pelanggan)

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.787	11

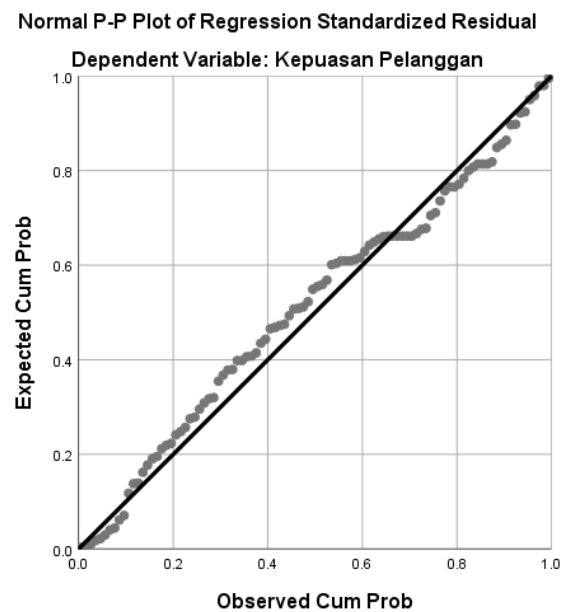
bersumber pengolahan dengan SPSS versi 25)

Gambar Hasil Uji Normalitas – Grafik Histogram



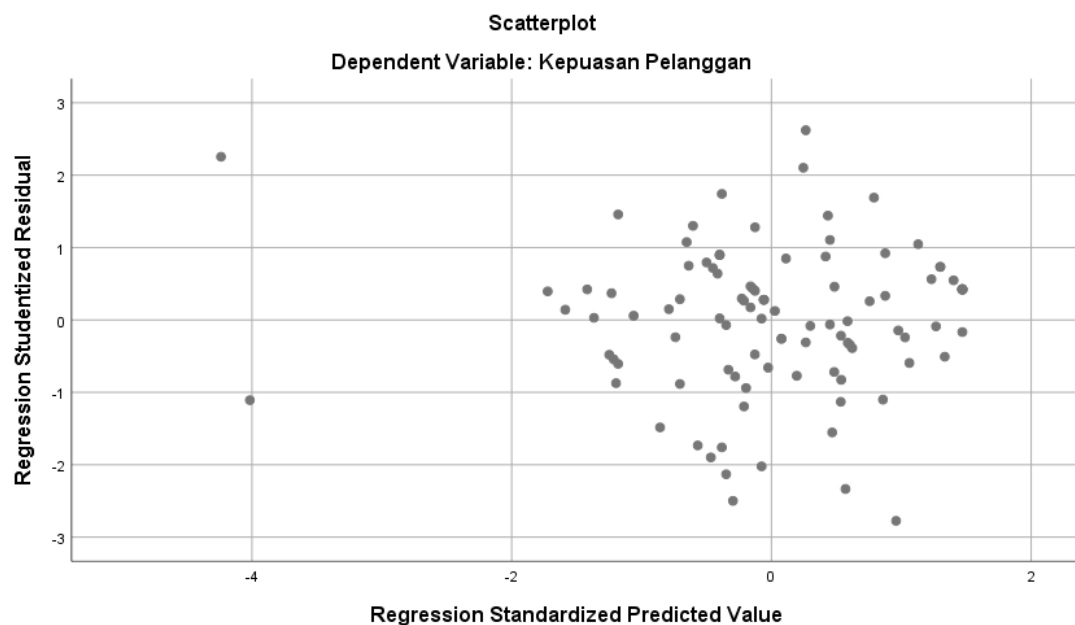
Sumber : Hasil Olah Data dengan *Software* SPSS versi 25)

Gambar Hasil Uji Normalitas – Normal Probability Plot



Sumber : Hasil Olah Data dengan *Software* SPSS versi 25)

Gambar Hasil Uji Heteroskedastitas dengan Scatterplot



Sumber : Hasil Olah Data dengan *Software* SPSS versi 25)

Tabel Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
		Unstandardized		Standardized	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		Coefficients		Coefficients			Tolerance	VIF
Model		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	5.474	2.128		2.572	.012		
	Kualitas Produk	.857	.053	.853	16.195	.000	1.000	1.000
2	(Constant)	.964	2.250		.428	.669		
	Kualitas Produk	.530	.093	.528	5.716	.000	.279	3.579
	Harga	.422	.102	.384	4.157	.000	.279	3.579
3	(Constant)	9.813	3.724		2.635	.010		
	Kualitas Produk	.567	.090	.564	6.282	.000	.274	3.649
	Harga	.414	.098	.377	4.234	.000	.279	3.581
	Promosi	.232	.080	.141	-2.923	.004	.953	1.050
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan								

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Hasil Olah Data dengan Software SPSS versi 25)

Regresi Linear Berganda

Variables Entered/Removed ^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kualitas Produk		Stepwise (Criteria: Probability-of-F- to-enter <= .050, Probability-of-F- to-remove >= .100).
2	Harga		Stepwise (Criteria: Probability-of-F- to-enter <= .050, Probability-of-F- to-remove >= .100).

3	Promosi	Stepwise (Criteria: Probability-of-F- to-enter <= .050, Probability-of-F- to-remove >= .100).
---	---------	---

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Hasil Olah Data dengan *Software* SPSS versi 25)

Korelasi Berganda

Correlations

		Produk	Harga	Promosi	Kepuasan Pelanggan
Kualitas Produk	Pearson Correlation	1	.859**	.849**	.831**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
Harga	Pearson Correlation	.859**	1	.887**	.813**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
Promosi	Pearson Correlation	.849**	.887**	1	.853**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
Kepuasan Pelanggan	Pearson Correlation	.831**	.813**	.853**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

Sumber : Hasil Olah Data dengan *Software* SPSS versi 25)

Koefisien Determinasi (*R Square*)

Model Summary^d

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				Sig. F Change	Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2		
1	.831	.691	.671	1.000	.691	10.000	1	98	.000	1.900

1	.853 a	.728	.725	3.722	.728	262. 293	1	98	.000	
2	.877 b	.769	.764	3.447	.041	17.2 77	1	97	.000	
3	.888 c	.788	.781	3.320	.019	8.54 1	1	96	.004	1.663

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk

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

c. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Harga, Promosi

d. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Hasil Olah Data dengan *Software* SPSS versi 25)

Uji T (Uji Parsial)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t		Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.474	2.128		2.572	.012		
	Kualitas Produk	.857	.053	.853	16.195	.000	1.000	1.000
2	(Constant)	.964	2.250		.428	.669		
	Kualitas Produk	.530	.093	.528	5.716	.000	.279	3.579
	Harga	.422	.102	.384	4.157	.000	.279	3.579
3	(Constant)	9.813	3.724		2.635	.010		
	Kualitas Produk	.567	.090	.564	6.282	.000	.274	3.649
	Harga	.414	.098	.377	4.234	.000	.279	3.581
	Promosi	.232	.080	.141	2.923	.004	.953	1.050

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Hasil Olah Data dengan *Software* SPSS versi 25)

Uji F (Uji Simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3634.310	1	3634.310	262.293	.000 ^b
	Residual	1357.880	98	13.856		
	Total	4992.190	99			
2	Regression	3839.600	2	1919.800	161.567	.000 ^c
	Residual	1152.590	97	11.882		
	Total	4992.190	99			
3	Regression	3933.767	3	1311.256	118.932	.000 ^d
	Residual	1058.423	96	11.025		
	Total	4992.190	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk

c. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Harga

d. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Harga, Promosi

Sumber : Hasil Olah Data dengan *Software* SPSS versi 25)**Tabel r untuk df = 1 – 200**

df = (N-2)	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
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211
101	0.1630	0.1937	0.2290	0.2528	0.3196
102	0.1622	0.1927	0.2279	0.2515	0.3181
103	0.1614	0.1918	0.2268	0.2504	0.3166
104	0.1606	0.1909	0.2257	0.2492	0.3152
105	0.1599	0.1900	0.2247	0.2480	0.3137
106	0.1591	0.1891	0.2236	0.2469	0.3123
107	0.1584	0.1882	0.2226	0.2458	0.3109
108	0.1576	0.1874	0.2216	0.2446	0.3095
109	0.1569	0.1865	0.2206	0.2436	0.3082
110	0.1562	0.1857	0.2196	0.2425	0.3068
111	0.1555	0.1848	0.2186	0.2414	0.3055
112	0.1548	0.1840	0.2177	0.2403	0.3042
113	0.1541	0.1832	0.2167	0.2393	0.3029
114	0.1535	0.1824	0.2158	0.2383	0.3016
115	0.1528	0.1816	0.2149	0.2373	0.3004
116	0.1522	0.1809	0.2139	0.2363	0.2991
117	0.1515	0.1801	0.2131	0.2353	0.2979
118	0.1509	0.1793	0.2122	0.2343	0.2967
119	0.1502	0.1786	0.2113	0.2333	0.2955
120	0.1496	0.1779	0.2104	0.2324	0.2943
121	0.1490	0.1771	0.2096	0.2315	0.2931
122	0.1484	0.1764	0.2087	0.2305	0.2920
123	0.1478	0.1757	0.2079	0.2296	0.2908
124	0.1472	0.1750	0.2071	0.2287	0.2897
125	0.1466	0.1743	0.2062	0.2278	0.2886

126	0.1460	0.1736	0.2054	0.2269	0.2875
127	0.1455	0.1729	0.2046	0.2260	0.2864
128	0.1449	0.1723	0.2039	0.2252	0.2853
129	0.1443	0.1716	0.2031	0.2243	0.2843
130	0.1438	0.1710	0.2023	0.2235	0.2832
131	0.1432	0.1703	0.2015	0.2226	0.2822
132	0.1427	0.1697	0.2008	0.2218	0.2811
133	0.1422	0.1690	0.2001	0.2210	0.2801
134	0.1416	0.1684	0.1993	0.2202	0.2791
135	0.1411	0.1678	0.1986	0.2194	0.2781
136	0.1406	0.1672	0.1979	0.2186	0.2771
137	0.1401	0.1666	0.1972	0.2178	0.2761
138	0.1396	0.1660	0.1965	0.2170	0.2752
139	0.1391	0.1654	0.1958	0.2163	0.2742
140	0.1386	0.1648	0.1951	0.2155	0.2733
141	0.1381	0.1642	0.1944	0.2148	0.2723
142	0.1376	0.1637	0.1937	0.2140	0.2714
143	0.1371	0.1631	0.1930	0.2133	0.2705
144	0.1367	0.1625	0.1924	0.2126	0.2696
145	0.1362	0.1620	0.1917	0.2118	0.2687
146	0.1357	0.1614	0.1911	0.2111	0.2678
147	0.1353	0.1609	0.1904	0.2104	0.2669
148	0.1348	0.1603	0.1898	0.2097	0.2660
149	0.1344	0.1598	0.1892	0.2090	0.2652
150	0.1339	0.1593	0.1886	0.2083	0.2643
151	0.1335	0.1587	0.1879	0.2077	0.2635
152	0.1330	0.1582	0.1873	0.2070	0.2626
153	0.1326	0.1577	0.1867	0.2063	0.2618
154	0.1322	0.1572	0.1861	0.2057	0.2610
155	0.1318	0.1567	0.1855	0.2050	0.2602
156	0.1313	0.1562	0.1849	0.2044	0.2593
157	0.1309	0.1557	0.1844	0.2037	0.2585
158	0.1305	0.1552	0.1838	0.2031	0.2578
159	0.1301	0.1547	0.1832	0.2025	0.2570
160	0.1297	0.1543	0.1826	0.2019	0.2562
161	0.1293	0.1538	0.1821	0.2012	0.2554
162	0.1289	0.1533	0.1815	0.2006	0.2546
163	0.1285	0.1528	0.1810	0.2000	0.2539

164	0.1281	0.1524	0.1804	0.1994	0.2531
165	0.1277	0.1519	0.1799	0.1988	0.2524
166	0.1273	0.1515	0.1794	0.1982	0.2517
167	0.1270	0.1510	0.1788	0.1976	0.2509
168	0.1266	0.1506	0.1783	0.1971	0.2502
169	0.1262	0.1501	0.1778	0.1965	0.2495
170	0.1258	0.1497	0.1773	0.1959	0.2488
171	0.1255	0.1493	0.1768	0.1954	0.2481
172	0.1251	0.1488	0.1762	0.1948	0.2473
173	0.1247	0.1484	0.1757	0.1942	0.2467
174	0.1244	0.1480	0.1752	0.1937	0.2460
175	0.1240	0.1476	0.1747	0.1932	0.2453
176	0.1237	0.1471	0.1743	0.1926	0.2446
177	0.1233	0.1467	0.1738	0.1921	0.2439
178	0.1230	0.1463	0.1733	0.1915	0.2433
179	0.1226	0.1459	0.1728	0.1910	0.2426
180	0.1223	0.1455	0.1723	0.1905	0.2419
181	0.1220	0.1451	0.1719	0.1900	0.2413
182	0.1216	0.1447	0.1714	0.1895	0.2406
183	0.1213	0.1443	0.1709	0.1890	0.2400
184	0.1210	0.1439	0.1705	0.1884	0.2394
185	0.1207	0.1435	0.1700	0.1879	0.2387
186	0.1203	0.1432	0.1696	0.1874	0.2381
187	0.1200	0.1428	0.1691	0.1869	0.2375
188	0.1197	0.1424	0.1687	0.1865	0.2369
189	0.1194	0.1420	0.1682	0.1860	0.2363
190	0.1191	0.1417	0.1678	0.1855	0.2357
191	0.1188	0.1413	0.1674	0.1850	0.2351
192	0.1184	0.1409	0.1669	0.1845	0.2345
193	0.1181	0.1406	0.1665	0.1841	0.2339
194	0.1178	0.1402	0.1661	0.1836	0.2333
195	0.1175	0.1398	0.1657	0.1831	0.2327
196	0.1172	0.1395	0.1652	0.1827	0.2321
197	0.1169	0.1391	0.1648	0.1822	0.2315
198	0.1166	0.1388	0.1644	0.1818	0.2310
199	0.1164	0.1384	0.1640	0.1813	0.2304
200	0.1161	0.1381	0.1636	0.1809	0.2298

Titik Persentase Distribusi t (df = 1 – 40)

df	Pr	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
1		1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2		0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3		0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4		0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5		0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6		0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7		0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8		0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9		0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10		0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11		0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12		0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13		0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14		0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15		0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16		0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17		0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18		0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19		0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20		0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21		0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22		0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23		0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24		0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25		0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26		0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27		0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28		0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29		0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30		0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31		0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32		0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33		0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34		0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35		0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36		0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37		0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38		0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
39		0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40		0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688

41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327

91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954



Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita 0.05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
128	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
129	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
130	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
131	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
132	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
133	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
134	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
135	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74

Lampiran 5 Surat keterangan