

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini menguji Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Merek Minuman Xiboba Store Taman Ubud Lippo Karawaci) dengan sampel sebanyak 100 pelanggan Xiboba Store Taman Ubud Lippo Karawaci. Berikut adalah kesimpulan dari hasil analisis dan pembahasan:

1. Kesimpulan Umum

a. Variabel Kualitas Produk (X1)

Berdasarkan hasil dari penelitian di atas, mayoritas jawaban responden mengenai kualitas produk menjawab setuju dengan persentase sebesar 49,7% dari 10 pernyataan bahwa kualitas produk Xiboba Store Taman Ubud Lippo Karawaci cukup baik.

b. Variabel Promosi (X2)

Berdasarkan hasil dari penelitian di atas, mayoritas jawaban responden mengenai promosi menjawab setuju dengan persentase sebesar 49,9% dari 10 pernyataan bahwa promosi dari Xiboba Store Taman Ubud Lippo Karawaci cukup baik.

c. Variabel Kualitas Pelayanan (X3)

Berdasarkan hasil dari penelitian di atas, mayoritas jawaban responden mengenai kualitas pelayanan menjawab setuju dengan

persentase 55,4% dari 10 pernyataan kualitas pelayanan Xiboba Store Taman Ubud Lippo Karawaci cukup baik.

d. Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil dari penelitian di atas, mayoritas jawaban responden mengenai loyalitas pelanggan menjawab setuju dengan persentase sebesar 50,2% dari 10 pernyataan bahwa kualitas produk, promosi, kualitas pelayanan Xiboba Store Taman Ubud Lippo Karawaci dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.

2. Kesimpulan Khusus

- a. Berdasarkan tabel *correlations*, signifikan kualitas produk (X1) sebesar $0,000 < 0,05$ dengan nilai *pearson* 0,507 menunjukkan hubungan antara variabel kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan adalah kuat dan memiliki hubungan yang positif, signifikan promosi (X2) sebesar $0,000 < 0,05$ dengan nilai *pearson* 0,703 menunjukkan hubungan antara variabel promosi terhadap loyalitas pelanggan adalah sedang dan memiliki hubungan yang positif, signifikan kualitas pelayanan sebesar $0,000 < 0,05$ dengan nilai *pearson* 0,755 menunjukkan hubungan antara variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan adalah sedang dan memiliki hubungan yang positif.
- b. Berdasarkan tabel *coefficients*, pengaruh kualitas produk Pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan, dimana nilai t_{hitung} senilai $5,818 > t_{tabel} 1,984$ dan $sig 0,000 < 0,05$. Maka dapat ditarik

kesimpulan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak, sehingga artinya kualitas produk tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, pengaruh promosi terhadap loyalitas pelanggan, dimana nilai t_{hitung} senilai $9,787 > t_{tabel} 1,984$ dan $sig 0,000 < 0,05$. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga artinya promosi tidak memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan, pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan, dimana nilai t_{hitung} senilai $11,382 > t_{tabel} 1,984$ dan $sig 0,000 < 0,05$. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga artinya kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

- c. Berdasarkan tabel *model summary*, nilai koefisien determinasi (R^2) yaitu sebesar 0,629 atau 62,9%, yang berarti pengaruh kualitas produk, promosi, dan kualitas pelayanan, terhadap loyalitas pelanggan yaitu 62,9%. Sedangkan untuk sisanya yang dimana sebesar 37,1% dijelaskan oleh variabel ataupun faktor-faktor lain yang tidak dijelaskan dalam analisis regresi ini.
- d. Berdasarkan tabel *annova*, diketahui nilai F_{hitung} yaitu sebesar 56,976 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan nilai $F_{hitung} 56,976 > F_{tabel} 2,70$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Dari hasil uji F (simultan) maka dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel bebas yang terdiri dari kualitas

produk (X1), promosi (X2), dan kualitas pelayanan (X3) mempunyai pengaruh secara bersamaan (simultan) terhadap loyalitas pelanggan (Y).

B. Saran

1. Xiboba *Store* Taman Ubud Lippo Karawaci diharapkan dapat meningkatkan kualitas produk melalui pemilihan bahan baku yang berkualitas dan inovasi produk.
2. Xiboba *Store* Taman Ubud Lippo Karawaci diharapkan dapat meningkatkan promosi melalui memberikan promo-promo *special event* hari raya atau hari-hari tertentu.
3. Xiboba *Store* Taman Ubud Lippo Karawaci diharapkan dapat meningkatkan kualitas pelayanan melalui pelatihan karyawan secara *continue* dan aktif meminta umpan balik dari pelanggan tentang pengalaman pelayanan *staff*, guna untuk terus melakukan perbaikan dan penyesuaian terhadap pelayanan *staff*.

DAFTAR PUSTAKA

- Amin, M. S., Widaningsih, S., & Wibowo, S. (2021). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (studi Pada Bisnis Jasa Bimbingan Belajar Privat Expert Course Bandung 2020). *EProceedings of Applied Science*, 7(4), 619–624.
- Cahyadi, universitas buddhi dharma. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Baja Ringan Di Pt Arthanindo Cemerlang. *Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 1, 60–73.
- Calistia, M., & Andy. (2022). Pengaruh Lokasi, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tip Top *Supermarket* Cimone. *Emabi: Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 1(3). <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/emabi>
- Cindy Angelina. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Keputusan Memilih Siswa Pada Smk Strada Daan Mogot. *Prosiding: Ekonomi Bisnis*, 3(1), 1–10.
- Dwi Wahyuni, C. R. (2017). Kualitas Pelayanan Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Di Mediasi Oleh Kepuasan Di Bank Muamalat Jombang. *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 12(1), 69–82. <https://doi.org/10.26533/eksis.v12i1.84>
- Eka Putra, A. S. (2021). Pengaruh Kompetensi Dan Integritas Terhadap Kinerja Perangkat Desa. *JESS (Journal of Education on Social Science)*, 5(1), 24. <https://doi.org/10.24036/jess.v5i1.314>
- Eviani, I., & Hidayat, Y. R. (2021). Pengaruh Sistem Pelacakan *Online* dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus *J&T Express* Kota Baru Bekasi). *Jurnal Manajemen Logistik*, 1(1), 11–19. <https://ojs.stiami.ac.id/index.php/JUMATIK/article/view/1253>
- Fairuzie, A., Siagian, A., & Stefhani, Y. (2022). *Pengaruh Relationship Marketing, Service Quality Dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Pelanggan* (Studi Kasus Pada Kedai Kopi Sor Sawo Ponorogo) Anggun. *Jurnal Manajemen USNI*, 6(2), 37–52.
- Furianto, D., & Kusnawan, A. (2023). Pengaruh *Viral Marketing, Live Streaming* dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Aplikasi *Shopee*. *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 1–8. <http://repository.buddhidharma.ac.id/1862/>
- Jasumin, R. J., & Andy. (2022). Pengaruh Digital Marketing, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Kopi Soe di Kutabumi. *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2).
- Jayusman, I., & Shavab, O. A. K. (2020). Aktivitas Belajar Mahasiswa Dengan Menggunakan Media Pembelajaran Learning Management System (Lms) Berbasis Edmodo Dalam Pembelajaran Sejarah. *Jurnal Artefak*, 7(1), 13. <https://doi.org/10.25157/ja.v7i1.3180>
- Kurniawan', F., & Kusnawan, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, *Online Costumer Review*, Harga Terhadap Minat Beli *Marketplace Shopee* (Studi Kasus Pada

- Pelanggan Di Kota Tangerang). *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 3(2), 3–8. <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/pros/article/view/2532>
- Lubis, A., & Ramadanti, A. S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Smartphone Oppo Di Batam (Studi Kasus Pada Mal Nagoya Batam). *Jurnal Manajemen Diversitas*, 3(1), 14–32. <https://ejournal-jayabaya.id/Manajemen-Diversitas>
- Lystia, C., Winasis, R., Widiyanti, H. S., & Hadibrata, B. (2022). *Determinasi Keputusan Pembelian : Harga , Promosi Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran)*. 3(4), 392–403.
- Mitra Boga Ventura. (2023). *Brand Story Xiboba*. <https://www.mbv-group.com/xiboba>
- Novianty, S., & Kusnawan, A. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Menentukan Pembelian Produk Melalui Aplikasi Online Tokopedia. *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 159–167. <https://jurnal.buddhidharma.ac.id/index.php/pros/article/view/1586>
- Nurjanah. (2021). Analisis Kepuasan Konsumen dalam Meningkatkan Pelayanan Pada Usaha Laundry Bunda Nurjanah. *Jurnal Mahasiswa*, 1, 117–128.
- Pakpahan, O., & Farunik, C. G. (2023). Pengaruh Kompetensi, Pelatihan, Dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Sari Barumas Tangerang. *Prosiding: Ekonomi Dan...* 3(2). <https://jurnal.buddhidharma.ac.id/index.php/pros/article/view/2534%0Ahttps://jurnal.buddhidharma.ac.id/index.php/pros/article/download/2534/1682>
- Prastica, E., & Silaswara, D. (2023). Pengaruh Kedisiplinan Lingkungan Kerja dan Beban Kerja Terhadap Produktifitas Karyawan Pada CV. Usaha Diesel. *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 3(2). <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/pros/article/view/2531>
- Prawiyogi, A. G., Sadih, T. L., Purwanugraha, A., & Elisa, P. N. (2021). Penggunaan Media Big Book untuk Menumbuhkan Minat Membaca di Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 5(1), 446–452. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v5i1.787>
- Purbohastuti, A. W. (2021). *The Marketing Mix Effectiveness On Indomaret's Consumer Purchase Decision*. *Sains Manajemen*, 7(1), 1–17. <https://doi.org/10.30656/sm.v7i1.2707>
- Purnamawati, N. L. A., Mitriani, N. W. E., & Anggraini, N. P. N. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang Di Bandung Collection Kecamatan Kuta Utara, Bandung*. 1(1), 171–181.
- Sabilulhaq, S., Ummami, F., Aulia Rachman, N., & Fadhilah, H. (2021). Implementasi Fungsi Manajemen Perencanaan dan Pengorganisasian dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan Madrasah. *Cerdika: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 1(7), 858–866. <https://doi.org/10.59141/cerdika.v1i7.125>
- Sambodo Rio Sasongko. (2021). Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1), 104–114. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i1.707>

- Sapti, M., Pancapalaga, W., Widari, W., Rambat, R., Suparti, S., Arquitectura, E. Y., Introducci, T. I., (2019). Manajemen Dan Eksekutif. *Jurnal Sains Dan Seni ITS*, 53(1),1689–1699.
<https://www.infodesign.org.br/infodesign/article/view/355%0Ahttp://www.abergo.org.br/revista/index.php/ae/article/view/731%0Ahttp://www.abergo.org.br/revista/index.php/ae/article/view/269%0Ahttp://www.abergo.org.br/revista/index.php/ae/article/view/106%0A>
- Setyaningsih, F. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Pelanggan Pada Lembaga Rafi Bimbel Tangerang. *JMB : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 10(1), 221–230. <https://doi.org/10.31000/jmb.v10i1.4233>
- Sitorus, S. A. (2023). Journal Business and Management. *Journal Business and Management*, 1(1), 11–23.
- Sugiono(2019). (2021). Analisis Perubahan Hemodinamik. *Skripsi STT Kedirgantaraan Yogyakarta*, 34–50.
- Sumarga, H. E., Febrianto, H. G., & Fitriana, A. I. (2022). Keputusan pembelian produk umkm kuliner di kota Tangerang: digital marketing dan influencer. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 24(3), 537–546.
<https://doi.org/10.29264/jfor.v24i3.11442>
- Wahyuni, S. E., & Irwan, A. M. (2022). Analisis Strategi Bauran Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan Bedak Dingin di Kabupaten Wajo. *Jurnal Mirai Management*, 7(3), 192–202. <https://doi.org/10.37531/mirai.v7i3.2655>
- Weenas, J. R. S., Produk, K., Produk, K., Dan, P., Pelayanan, K., Ekonomi, F., & Manajemen, J. (2019). *No Title*. 1(4), 607–618.
- Wilianto, D., & Pujiarti. (2022). Pengaruh Promosi,Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Studi Kasus Pada Jasa Laundry PT.Indah Jaya Londrindo. *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 590–600.
<https://jurnal.buddhidharma.ac.id/index.php/pros/article/view/1628>
- William, & Purba, T. (2020). Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Mazda Di Kota Batam. *Jurnal EMBA*, 8(1), 1987–1996.
- Yuningsih, E. L., Siboro, P., & Yokanan, R. T. (2023). Pengaruh *promotion*, *store atmosphere*, dan *service quality* terhadap *customer satisfaction* dimediasi oleh *purchase decision*. *Inovasi: Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Manajemen*, 19(1), 152–162.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Data Pribadi

Nama Lengkap : Suwandi Susanto
Tempat/Tanggal Lahir : Tangerang, 28 November 2002
Jenis Kelamin : Laki-laki
Agama : Buddha
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Kp. Belimbing, RT.20/RW.10 Kosambi,
Tangerang, Banten
Nomor Telepon : 0881-1939-114
Email : suandisusanto@gmail.com
IPK : 3.07

Riwayat Pendidikan

SD : SDN Belimbing 2
SMP : SMPN 2 Kosambi
SMA : SMK Yadika 10
Universitas : Universitas Buddhi Dharma

Tangerang, 8 Agustus 2024

Suwandi Susanto

Kepada responden yang terhormat,

Perkenalkan nama saya **Suwandi Susanto (20200500049)**, mahasiswa dari Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Buddhi Dharma yang sedang melakukan penelitian dalam rangka penyusunan tugas akhir skripsi.

Saya membuat kuesioner ini untuk mengumpulkan data mengenai penelitian saya yang berjudul **"Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Merek Minuman Xi Bo Ba"**.

Adapun penelitian ini dilakukan untuk memenuhi tugas akhir skripsi saya di Universitas Buddhi Dharma yang berlokasi di Tangerang, dan kuesioner ini akan saya gunakan untuk keperluan akademis dan skripsi. Semua data yang di isi oleh para responden bersifat private dan dijaga kerahasiaannya, untuk itu saya meminta kesediaan saudara/i untuk dapat mengisi kuesioner ini berdasarkan pengalaman yang dirasakan oleh masing-masing personal.

Berikut adalah link kuesioner

Atas waktu dan kesediaan saudara/i untuk mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terimakasih.

Hormat saya,

Suwandi Susanto

20200500049

Data Responden

Nama Lengkap Responden :

Jenis Kelamin :

- ☐ Pria
- ☐ Wanita

Usia :

- ☐ Dibawah <17 Tahun
- ☐ 17-20 Tahun
- ☐ 21-25 Tahun
- ☐ Diatas >25 Tahun

Profesi :

- ☐ Pelajar (SMP/SMA/SMK)
- ☐ Mahasiswa (S1, S2, dst)
- ☐ Karyawan

Apakah Anda Pernah Melakukan Pembelian Pada Minuman Xi Bo Ba ?

- ☐ Ya
- ☐ Tidak

Jika iya, Seberapa Sering Anda Melakukan Pembelian Pada Minuman Xi Bo Ba ?

- ☐ 1 Hari Sekali
- ☐ 1 Minggu Sekali
- ☐ 1 Bulan Sekali

Petunjuk Pengisian

1. Bacalah setiap pertanyaan dengan cermat sebelum menjawab.
2. Jawablah setiap pertanyaan secara jujur dan se-objektif mungkin.
3. Pastikan untuk mengisi setiap kolom atau kotak yang ada.
4. Skala yang di gunakan pada kuesioner (**harap diperhatikan**):

- | | |
|------------------------------|--------------|
| 1. Sangat Setuju (SS) | : Bernilai 5 |
| 2. Setuju (S) | : Bernilai 4 |
| 3. Kurang Setuju (KS) | : Bernilai 3 |
| 4. Tidak Setuju (TS) | : Bernilai 2 |
| 5. Sangat Tidak Setuju (STS) | : Bernilai 1 |

Variabel X₁ Kualitas Produk

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	Kecepatan pelayanan yang di berikan Xi Bo Ba sesuai dengan ekspektasi saya.					
2	Saya merasa puas dengan kenyamanan yang Xi Bo Ba berikan disetiap produknya.					
3	Xi Bo Ba memiliki banyak varian produk yang saya inginkan.					
4	Xi Bo Ba menyediakan ukuran minuman yang saya inginkan.					
5	Pesanan yang saya pesan di Xi Bo Ba sesuai dengan yang saya pesan.					
6	Isi produk Xi Bo Ba, sesuai dengan deskripsi yang saya lihat di menu yang ditampilkan.					
7	Menurut saya Xi Bo Ba memiliki desain yang menarik.					
8	Xi Bo Ba selalu memperhatikan kemasan pengiriman untuk memastikan produk tidak rusak pada pengiriman.					
9	Xi Bo Ba memberikan garansi produk apabila terjadi kerusakan pada produk.					
10	Pada saat saya mengalami keluhan pada pesanan, Xi Bo Ba menanganinya dengan cepat.					

Variabel X₂ Promosi

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya sering melihat iklan Xi Bo Ba di <i>platform</i> media sosial.					
2	Saya merasa diskon yang ditawarkan oleh Xi Bo Ba relevan dengan kebutuhan dan minat saya.					
3	Promo gratis ongkir membuat saya lebih tertarik untuk berbelanja di Xi Bo Ba.					
4	Saya merasa promo <i>cashback</i> Xi Bo Ba memberikan nilai tambah dalam berbelanja.					
5	Saya sering merencanakan pembelian di Xi Bo Ba berdasarkan jadwal promo <i>flashsale</i> .					
6	Saya sering merekomendasikan Xi Bo Ba kepada teman atau keluarga berdasarkan promo penjualan yang mereka tawarkan.					
7	Setiap saya memesan Xi Bo Ba, tenaga penjualan menjadi salah satu faktor penentu dalam berhasilnya pemesanan dengan rekomendasi yang ditawarkan.					
8	Promo Xi Bo Ba membantu dalam membangun hubungan yang lebih baik antara Xi Bo Ba dengan pelanggan melalui <i>feedback</i> dan respon yang positif.					
9	Saya sering merekomendasikan Xi Bo Ba kepada teman atau keluarga berdasarkan informasi dari promosi yang saya terima.					
10	Durasi waktu promosi Xi Bo Ba memberikan kesempatan kepada saya untuk merencanakan pembelian dengan lebih baik.					

Variabel X₃ Kualitas Pelayanan

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	Xi Bo Ba selalu memberikan layanan yang konsisten dan dapat diandalkan.					
2	Saya merasa pelayanan Xi Bo Ba cepat dalam merespon pertanyaan atau permintaan saya.					
3	Saya percaya bahwa produk atau layanan yang saya dapatkan dari Xi Bo Ba selalu sesuai dengan jaminan atau deskripsi yang mereka berikan.					
4	Saya merasa puas dengan empati dan perhatian yang diberikan oleh tenaga kerja penjualan Xi Bo Ba terhadap kebutuhan saya disetiap pesanan.					
5	Saya merasa puas dengan kualitas fisik dan penampilan produk yang disajikan Xi Bo Ba.					
6	Keramahan karyawan Xi Bo Ba selalu memberikan saya kenyamanan di setiap komunikasi yang tercipta setiap saya mengunjungi <i>store</i> Xi Bo Ba.					
7	Saya merasa puas dengan integritas dan kejujuran pelayan Xi Bo Ba dalam memberikan layanan kepada pelanggan.					
8	Bagi saya kualitas pelayanan yang baik dapat menciptakan citra dan pengalaman pelanggan yang positif.					
9	Xi Bo Ba memiliki kebersihan dan keteraturan yang sesuai dengan saya inginkan.					
10	<i>Staff</i> atau karyawan pada Xi Bo Ba memiliki sikap ramah dan sopan saat melayani saya.					

Variabel Y Loyalitas Pelanggan

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya merasakan kepuasan terhadap konsistensi produk Xi Bo Ba yang saya beli berulang kali dan saya tetap merasa puas.					
2	Saya rutin mengunjungi Xi Bo Ba setiap bulan.					
3	Ketersediaan jenis produk minuman tertentu dari Xi Bo Ba yang biasa saya beli mempengaruhi keputusan saya dalam membeli kembali.					
4	Saya merasa bahwa persepsi saya terhadap kesesuaian harga produk Xi Bo Ba berpengaruh pada loyalitas saya sebagai pelanggan.					
5	Penting bagi saya untuk memberikan umpan balik positif kepada Xi Bo Ba ini guna membangun reputasi positifnya.					
6	Pada saat mengunjungi <i>store</i> Xi Bo Ba saya cenderung memesan menu/varian yang saya ketahui karena saya sudah merasa percaya dengan rasa yang diberikan.					
7	Saya merasa nyaman dalam berinteraksi dengan karyawan Xi Bo Ba.					
8	Interaksi dengan karyawan mempengaruhi keputusan saya untuk kembali ke Xi Bo Ba ini.					
9	Kualitas merek dari Xi Bo Ba ini menjadi pertimbangan utama dalam pembelian saya.					
10	Ketersediaan berbagai metode pembayaran di Xi Bo Ba memudahkan saya untuk memilih opsi pembayaran yang paling nyaman.					

Hasil Kuesioner X1

KUALITAS PRODUK (X1)										
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	X1
3	4	4	4	5	5	3	5	5	5	43
3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	38
4	4	5	5	5	4	5	5	3	4	44
4	5	4	4	5	5	3	4	3	4	41
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
2	1	3	5	4	2	4	5	3	3	32
4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	46
5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	46
4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	47
5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	44
5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	47
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	42
4	4	5	4	5	4	4	4	3	4	41
4	4	4	4	5	4	3	3	3	4	38
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
3	4	4	3	4	4	5	4	2	4	37
1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	11
4	4	4	5	5	5	3	4	3	3	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	4	3	2	4	3	3	1	1	4	28
4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	43
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
4	4	3	4	5	4	3	3	2	5	37
4	4	5	2	5	4	5	5	5	5	44
4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	45
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	5	5	5	4	4	5	5	3	4	44
4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	42
4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	37
3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	36
5	5	3	4	5	4	4	5	5	5	45
4	4	3	4	4	5	3	4	3	3	37

4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	45
4	3	3	5	4	5	4	4	2	3	37
4	3	5	3	5	4	4	4	3	3	38
4	5	3	4	5	4	5	3	5	4	42
4	5	2	4	5	5	2	4	5	4	40
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
4	5	4	5	4	3	4	5	4	4	42
4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	34
4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	44
4	4	5	5	5	4	5	4	3	4	43
4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	46
3	4	3	5	4	3	3	3	3	3	34
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	4	4	3	4	2	2	3	2	3	30
4	5	4	2	4	2	3	4	5	3	36
4	5	5	4	4	3	5	5	4	4	43
4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	44
4	4	5	5	5	3	2	5	4	5	42
4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	46
4	4	5	3	5	4	5	4	4	5	43
4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	38
5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	47
5	4	2	5	2	5	4	5	1	2	35
5	4	3	4	5	4	3	4	4	4	40
5	4	4	5	4	3	5	5	5	4	44
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	47
4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
5	4	4	3	5	5	4	4	5	4	43
3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	36
4	5	5	4	5	3	3	5	3	4	41
4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	38
5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	46
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	43
5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	43
4	5	2	4	5	4	3	3	3	4	37
3	5	5	5	5	5	5	5	3	5	46
4	3	5	4	5	4	5	4	5	4	43
4	4	5	5	4	4	4	5	3	3	41
3	4	5	5	4	3	4	3	5	3	39

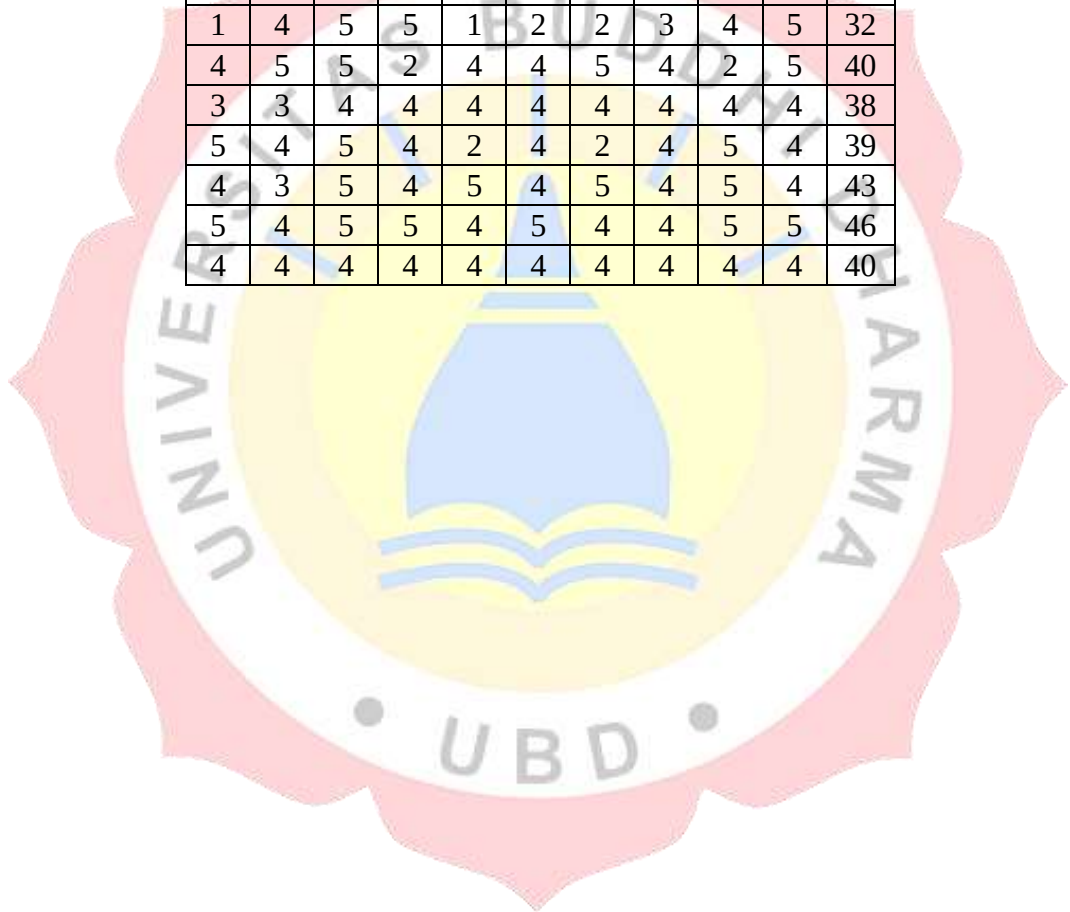
4	4	5	5	5	4	4	5	3	3	42
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	5	4	3	3	4	5	3	3	4	38
4	5	2	4	5	4	2	4	5	4	39
4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	45
4	4	5	4	5	4	3	5	3	3	40
4	4	3	5	3	4	3	4	2	2	34
5	5	5	4	5	5	3	5	3	2	42
4	2	3	4	4	3	2	4	4	3	33
5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	46
4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	45
4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	44
4	5	5	4	4	5	4	4	3	4	42
4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
4	5	4	5	5	4	2	4	4	5	42
4	5	2	5	5	4	5	4	3	5	42
4	4	5	4	5	4	3	4	5	4	42
5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
4	5	4	4	5	4	2	4	5	4	41
4	5	4	5	4	5	4	3	2	3	39
4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	43
3	4	4	5	5	3	4	4	2	3	37

Hasil Kuesioner X2

PROMOSI (X2)										
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	X2
2	3	5	5	5	5	5	5	5	5	45
4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	44
5	3	2	2	2	2	3	3	2	4	28
4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	46
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
5	4	4	2	2	2	4	5	1	1	30
4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	44
5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	46
4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41
2	3	5	4	5	2	3	5	3	4	36
3	4	5	4	3	5	4	5	5	5	43
4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	45
3	4	5	4	4	4	3	4	4	4	39
4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	45
3	4	3	5	2	4	4	4	4	4	37
4	4	4	4	3	4	5	4	4	3	39
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
2	3	5	4	3	3	3	4	2	2	31
2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	13
4	4	5	2	4	2	2	4	4	4	35
4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	43
3	1	2	4	4	4	3	2	1	3	27
3	4	4	4	4	5	5	5	4	4	42
5	5	5	5	3	5	5	4	5	5	47
5	5	5	4	4	1	4	4	5	4	41
5	2	5	4	1	1	3	4	1	1	27
5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	42
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	42
4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	47
3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	33
3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	36
4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	37
3	4	5	4	4	5	4	4	5	4	42
2	3	4	5	5	3	4	3	4	3	36
4	4	5	5	4	4	4	4	4	3	41
1	3	4	3	2	4	4	4	4	3	32
4	3	4	3	3	4	4	5	5	4	39

3	5	4	5	4	3	5	4	4	5	42
1	4	2	3	4	3	4	5	4	5	35
3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	38
2	4	4	4	2	4	5	4	4	5	38
2	3	2	4	2	2	3	2	2	4	26
2	4	4	5	5	4	4	5	4	5	42
3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	40
3	4	5	5	5	3	4	5	3	4	41
2	3	5	5	5	4	3	4	4	3	38
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
3	2	4	2	4	4	3	4	3	4	33
1	4	3	4	1	3	1	4	5	2	28
2	4	4	5	4	2	4	4	2	4	35
5	3	5	5	4	4	5	5	3	4	43
4	2	5	5	4	1	5	5	1	5	37
4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	46
4	3	4	4	5	5	4	4	5	4	42
4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	36
5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	46
4	2	5	4	5	4	5	4	2	4	39
3	4	5	5	4	3	4	5	4	4	41
3	4	4	4	4	2	2	4	3	3	31
3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	37
3	4	4	5	5	4	5	5	4	5	44
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	42
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
1	3	5	5	4	5	3	3	4	1	34
3	4	5	4	3	3	5	4	3	3	37
5	4	5	5	4	4	4	5	4	3	43
3	4	3	3	2	2	4	4	3	4	32
3	4	5	4	5	4	3	4	4	4	40
4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	37
5	3	5	4	3	2	2	5	2	3	34
3	5	5	3	5	5	5	5	5	3	44
4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	44
4	4	5	5	2	4	4	3	2	3	36
4	3	3	5	5	5	4	3	3	5	40
3	4	5	4	4	4	2	5	4	4	39
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	3	5	5	3	3	4	4	5	5	41

1	4	5	4	5	2	4	4	2	4	35
5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	46
2	2	4	5	5	4	4	4	5	3	38
3	2	4	3	2	3	4	5	3	3	32
1	1	4	3	3	1	3	2	1	3	22
1	2	4	4	3	4	4	3	2	4	31
4	5	5	3	4	5	4	4	4	4	42
3	4	5	5	4	4	4	4	4	4	41
4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	44
3	4	4	5	3	3	4	4	3	5	38
4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
2	4	4	5	4	2	4	5	2	2	34
1	4	5	5	1	2	2	3	4	5	32
4	5	5	2	4	4	5	4	2	5	40
3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	38
5	4	5	4	2	4	2	4	5	4	39
4	3	5	4	5	4	5	4	5	4	43
5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	46
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40

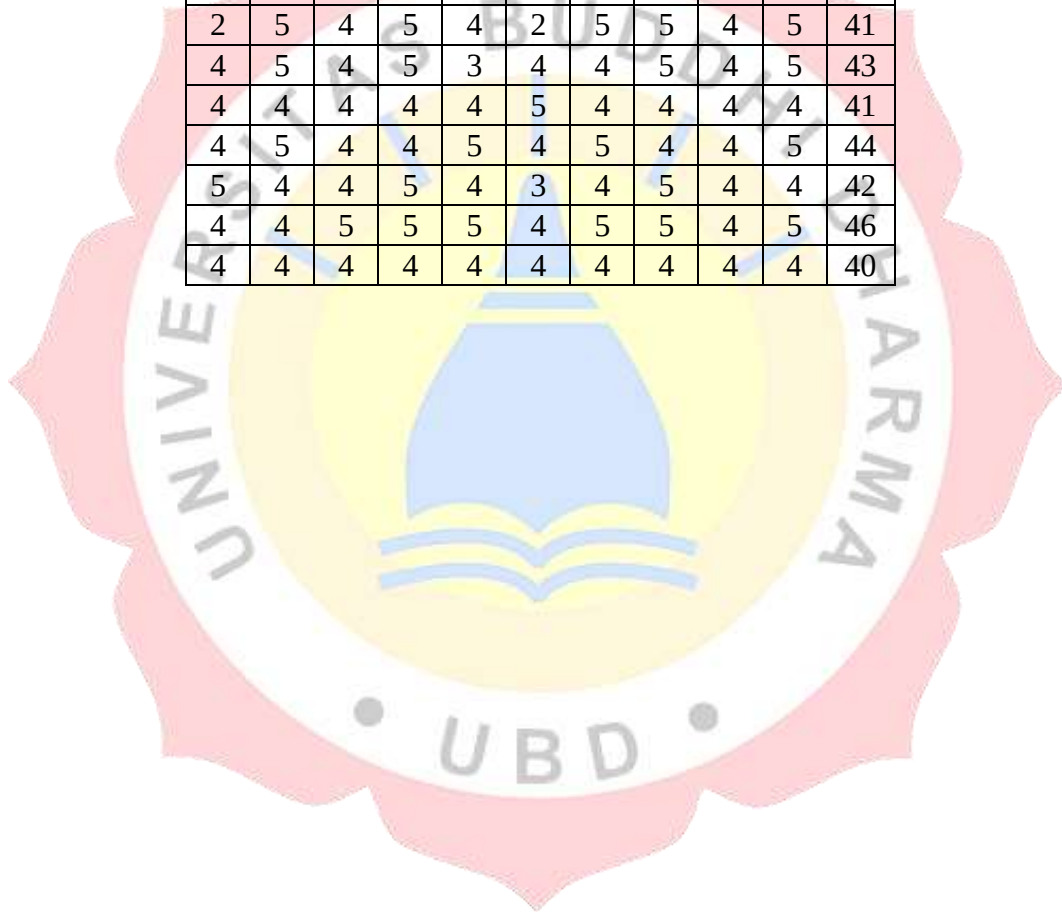


Hasil Kuesioner X3

KUALITAS PELAYANAN (X3)										
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	X3
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	48
4	4	5	4	4	4	5	3	5	3	41
5	5	4	5	4	5	5	4	3	4	44
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	4	5	3	5	4	3	5	5	4	43
4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	45
5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	47
4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	44
4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	42
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	41
5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	44
3	4	4	4	5	3	4	5	4	4	40
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
4	3	4	4	5	4	4	5	5	4	42
1	2	2	1	2	1	1	2	1	1	14
4	3	4	3	4	3	4	5	5	3	38
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
2	3	2	4	5	3	4	5	2	3	33
4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	45
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	5	4	4	3	3	4	4	4	5	40
3	4	3	3	4	4	1	4	5	5	36
5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	5	5	5	3	4	5	4	5	44
4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	41
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	38
4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
4	5	4	3	4	4	3	2	4	3	36
4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	40
3	3	4	5	5	3	4	5	3	3	38
4	3	5	4	3	3	4	5	4	3	38

4	5	4	3	5	5	4	3	5	4	42
4	5	5	4	5	2	3	4	5	4	41
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	43
3	3	4	4	4	3	3	5	4	3	36
4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	44
4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	43
3	2	4	4	2	4	4	4	4	5	36
4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	42
5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	45
3	4	4	3	3	2	2	4	3	2	30
4	5	4	2	3	5	5	4	3	4	39
4	5	5	4	4	3	3	5	5	5	43
5	4	4	5	3	4	5	5	4	5	44
4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	44
4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	46
4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	44
4	4	4	5	4	3	4	4	3	5	40
5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	46
2	5	4	5	5	1	2	5	4	1	34
4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	45
4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	36
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	48
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41
5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	47
3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	38
4	4	4	5	5	3	4	4	3	4	40
4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	40
4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	44
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	44
5	4	5	4	3	3	4	5	4	5	42
4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	46
5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	45
4	4	4	4	5	3	3	5	4	4	40
5	3	3	3	4	4	4	5	4	4	39
5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	46
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
5	5	3	3	4	4	5	5	5	4	43

2	4	5	4	4	5	4	5	4	5	42
5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	45
4	4	4	5	5	2	3	5	4	4	40
3	3	4	4	3	3	3	5	4	3	35
4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	47
4	3	4	3	2	4	4	4	2	4	34
5	4	5	4	5	3	4	4	5	4	43
4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	42
4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	44
4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	45
5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	45
4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	44
2	5	4	5	4	2	5	5	4	5	41
4	5	4	5	3	4	4	5	4	5	43
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	41
4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	44
5	4	4	5	4	3	4	5	4	4	42
4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	46
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40

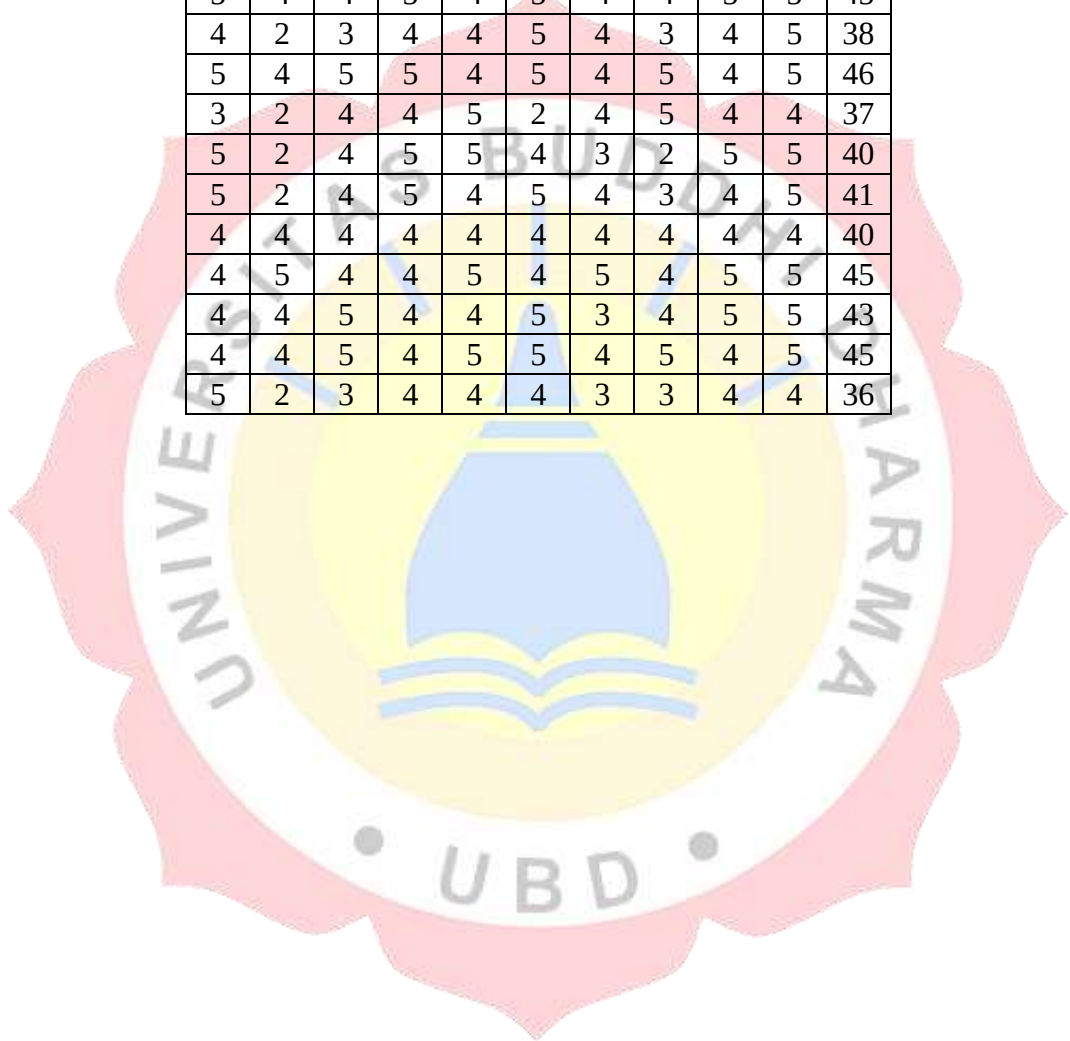


Hasil Kuesioner Y

LOYALITAS PELAYANAN (Y)										
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Y
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
4	4	4	4	5	5	5	3	4	4	42
4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	45
5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	47
4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39
4	1	3	3	3	3	3	3	3	3	29
2	3	4	2	2	4	4	3	2	4	30
4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	46
5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	48
5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	45
4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	44
5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	48
5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	48
4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	42
4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	43
3	2	4	4	5	4	5	4	4	5	40
4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	42
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
3	3	4	5	4	4	4	5	5	4	41
2	1	1	1	2	2	2	2	1	1	15
4	3	5	5	3	4	3	1	3	4	35
4	2	4	4	4	5	4	4	4	4	39
3	1	2	4	2	4	5	5	5	5	36
4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	43
5	1	5	5	4	5	4	5	5	5	44
5	5	4	3	4	3	3	5	5	5	42
4	1	1	3	3	5	3	4	5	4	33
5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	43
5	3	4	5	5	4	4	5	5	5	45
4	3	3	4	4	3	4	3	4	5	37
3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	38
4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	38
4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
4	5	5	3	4	4	3	4	4	5	41
4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	42
3	4	4	3	5	5	4	3	4	5	40
4	3	5	3	4	4	5	3	3	4	38

4	5	3	4	5	4	5	4	5	4	43
4	1	4	4	2	4	5	2	4	5	35
4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	40
4	2	4	5	4	4	4	5	4	4	40
2	1	3	3	2	3	3	3	4	3	27
4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	45
4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	43
4	3	4	4	4	5	3	4	4	5	40
2	2	4	3	4	5	3	4	3	5	35
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	45
4	2	4	3	3	2	3	4	4	3	32
4	3	5	5	4	5	2	5	5	5	43
4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	44
4	2	4	3	5	4	5	4	5	5	41
2	1	4	4	4	4	2	4	4	5	34
5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	48
4	3	4	5	4	5	4	5	4	5	43
4	5	5	4	4	4	5	5	3	4	43
5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	48
4	2	5	4	5	5	2	5	4	5	41
4	3	5	4	5	4	4	5	4	5	43
5	1	1	2	3	4	2	3	4	4	29
4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	38
5	2	4	4	5	5	5	5	5	5	45
5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	3	4	5	5	5	5	4	4	5	44
3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	34
2	1	5	3	4	5	3	4	4	3	34
4	3	4	4	4	4	4	5	5	5	42
4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	44
3	1	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	40
3	3	5	4	4	5	2	1	4	5	36
3	3	5	5	5	5	5	5	3	5	44
4	5	5	4	5	3	5	4	5	4	44
4	3	4	4	2	4	3	4	4	3	35
5	5	5	4	3	3	4	5	5	3	42
4	1	4	4	5	5	4	4	4	5	40
5	3	4	3	5	5	5	4	3	4	41
4	4	3	5	5	3	3	4	4	5	40

4	2	4	5	4	4	5	4	4	2	38
5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	46
4	2	4	4	4	3	2	2	4	4	33
4	3	4	3	4	3	4	4	4	5	38
5	2	5	5	5	5	3	4	5	5	44
2	1	4	4	4	4	3	3	2	4	31
5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	42
4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	45
5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	45
4	2	3	4	4	5	4	3	4	5	38
5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	46
3	2	4	4	5	2	4	5	4	4	37
5	2	4	5	5	4	3	2	5	5	40
5	2	4	5	4	5	4	3	4	5	41
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	45
4	4	5	4	4	5	3	4	5	5	43
4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	45
5	2	3	4	4	4	3	3	4	4	36



Tabel r (1-100)

df = (N-3)	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

df = (N-3)	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
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

df = (N-3)	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
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

Tabel t (1-100)

Pr	0,25	0,10	0,05	0,025	0,01	0,005	0,001
df	0,50	0,20	0,10	0,050	0,02	0,010	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

Pr	0,25	0,10	0,05	0,025	0,01	0,005	0,001
df	0,50	0,20	0,10	0,050	0,02	0,010	0,002
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

Pr	0,25	0,10	0,05	0,025	0,01	0,005	0,001
df	0,50	0,20	0,10	0,050	0,02	0,010	0,002
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



Tabel F (1-100)

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)				
	1	2	3	4	5
1	161	199	216	225	230
2	18,51	19,00	19,16	19,25	19,30
3	10,13	9,55	9,28	9,12	9,01
4	7,71	6,94	6,59	6,39	6,26
5	6,61	5,79	5,41	5,19	5,05
6	5,99	5,14	4,76	4,53	4,39
7	5,59	4,74	4,35	4,12	3,97
8	5,32	4,46	4,07	3,84	3,69
9	5,12	4,26	3,86	3,63	3,48
10	4,96	4,10	3,71	3,48	3,33
11	4,84	3,98	3,59	3,36	3,20
12	4,75	3,89	3,49	3,26	3,11
13	4,67	3,81	3,41	3,18	3,03
14	4,60	3,74	3,34	3,11	2,96
15	4,54	3,68	3,29	3,06	2,90
16	4,49	3,63	3,24	3,01	2,85
17	4,45	3,59	3,20	2,96	2,81
18	4,41	3,55	3,16	2,93	2,77
19	4,38	3,52	3,13	2,90	2,74
20	4,35	3,49	3,10	2,87	2,71
21	4,32	3,47	3,07	2,84	2,68
22	4,30	3,44	3,05	2,82	2,66
23	4,28	3,42	3,03	2,80	2,64
24	4,26	3,40	3,01	2,78	2,62
25	4,24	3,39	2,99	2,76	2,60
26	4,23	3,37	2,98	2,74	2,59
27	4,21	3,35	2,96	2,73	2,57
28	4,20	3,34	2,95	2,71	2,56
29	4,18	3,33	2,93	2,70	2,55
30	4,17	3,32	2,92	2,69	2,53
31	4,16	3,30	2,91	2,68	2,52
32	4,15	3,29	2,90	2,67	2,51
33	4,14	3,28	2,89	2,66	2,50
34	4,13	3,28	2,88	2,65	2,49
35	4,12	3,27	2,87	2,64	2,49
36	4,11	3,26	2,87	2,63	2,48
37	4,11	3,25	2,86	2,63	2,47
38	4,10	3,24	2,85	2,62	2,46
39	4,09	3,24	2,85	2,61	2,46
40	4,08	3,23	2,84	2,61	2,45

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)				
	1	2	3	4	5
41	4,08	3,23	2,83	2,60	2,44
42	4,07	3,22	2,83	2,59	2,44
43	4,07	3,21	2,82	2,59	2,43
44	4,06	3,21	2,82	2,58	2,43
45	4,06	3,20	2,81	2,58	2,42
46	4,05	3,20	2,81	2,57	2,42
47	4,05	3,20	2,80	2,57	2,41
48	4,04	3,19	2,80	2,57	2,41
49	4,04	3,19	2,79	2,56	2,40
50	4,03	3,18	2,79	2,56	2,40
51	4,03	3,18	2,79	2,55	2,40
52	4,03	3,18	2,78	2,55	2,39
53	4,02	3,17	2,78	2,55	2,39
54	4,02	3,17	2,78	2,54	2,39
55	4,02	3,16	2,77	2,54	2,38
56	4,01	3,16	2,77	2,54	2,38
57	4,01	3,16	2,77	2,53	2,38
58	4,01	3,16	2,76	2,53	2,37
59	4,00	3,15	2,76	2,53	2,37
60	4,00	3,15	2,76	2,53	2,37
61	4,00	3,15	2,76	2,52	2,37
62	4,00	3,15	2,75	2,52	2,36
63	3,99	3,14	2,75	2,52	2,36
64	3,99	3,14	2,75	2,52	2,36
65	3,99	3,14	2,75	2,51	2,36
66	3,99	3,14	2,74	2,51	2,35
67	3,98	3,13	2,74	2,51	2,35
68	3,98	3,13	2,74	2,51	2,35
69	3,98	3,13	2,74	2,50	2,35
70	3,98	3,13	2,74	2,50	2,35
71	3,98	3,13	2,73	2,50	2,34
72	3,97	3,12	2,73	2,50	2,34
73	3,97	3,12	2,73	2,50	2,34
74	3,97	3,12	2,73	2,50	2,34
75	3,97	3,12	2,73	2,49	2,34
76	3,97	3,12	2,72	2,49	2,33
77	3,97	3,12	2,72	2,49	2,33
78	3,96	3,11	2,72	2,49	2,33
79	3,96	3,11	2,72	2,49	2,33
80	3,96	3,11	2,72	2,49	2,33
81	3,96	3,11	2,72	2,48	2,33
82	3,96	3,11	2,72	2,48	2,33
83	3,96	3,11	2,71	2,48	2,32
84	3,95	3,11	2,71	2,48	2,32

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)				
	1	2	3	4	5
85	3,95	3,10	2,71	2,48	2,32
86	3,95	3,10	2,71	2,48	2,32
87	3,95	3,10	2,71	2,48	2,32
88	3,95	3,10	2,71	2,48	2,32
89	3,95	3,10	2,71	2,47	2,32
90	3,95	3,10	2,71	2,47	2,32
91	3,95	3,10	2,70	2,47	2,31
92	3,94	3,10	2,70	2,47	2,31
93	3,94	3,09	2,70	2,47	2,31
94	3,94	3,09	2,70	2,47	2,31
95	3,94	3,09	2,70	2,47	2,31
96	3,94	3,09	2,70	2,47	2,31
97	3,94	3,09	2,70	2,47	2,31
98	3,94	3,09	2,70	2,46	2,31
99	3,94	3,09	2,70	2,46	2,31
100	3,94	3,09	2,70	2,46	2,31

SURAT KETERANGAN

Selasa, 25 Juni 2024

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Yusuf

Jabatan : Owner

Nama Usaha : Xiboba Taman Ubud

Lokasi Usaha : Xiboba Taman Ubud Lippo Karawaci

Dengan ini menyatakan bahwa :

Nama : Suwandi Susanto

Nim : 20200500049

Fakultas & Jurusan : Bisnis (Manajemen Pemasaran)

Universitas : Universitas Buddhi Dharma

Adalah benar telah melakukan penelitian di tempat kami dan penelitian skripsi ini dilaksanakan dengan baik sejak tanggal 28 April 2024, dalam rangka penulisan skripsi yang berjudul :

"PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (STUDI KASUS PADA MEREK MINUMAN XIBOBA STORE DI TAMAN UBUD LIPPO KARAWACI"

Demikian surat keterangan ini kami buat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Selasa, 25 Juni 2024

