

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil penelitian dan pembahasan mengenai analisis pengaruh kualitas produk, inovasi produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Klub Bugar Gembira, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Pengaruh Kualitas Produk (X1) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) di Klub Bugar Gembira

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dapat dilihat bahwa nilai t hitung sebesar $13,709 > t \text{ tabel } 1,65810$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima dan H_0 ditolak yang artinya variabel kualitas produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Klub Bugar Gembira.

2. Pengaruh Inovasi Produk (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dapat dilihat bahwa nilai t hitung sebesar $16,108 > t \text{ tabel } 1,65810$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa H_2 diterima dan H_0 ditolak yang artinya variabel inovasi produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Klub Bugar Gembira.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X3) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dapat dilihat bahwa nilai t hitung sebesar $16,165 > t \text{ tabel } 1,65810$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa H_3 diterima dan H_0 ditolak yang

artinya variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Klub Bugar Gembira.

4. Pengaruh Kualitas Produk (X1), Inovasi Produk (X2), dan Kualitas Pelayanan (X3) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

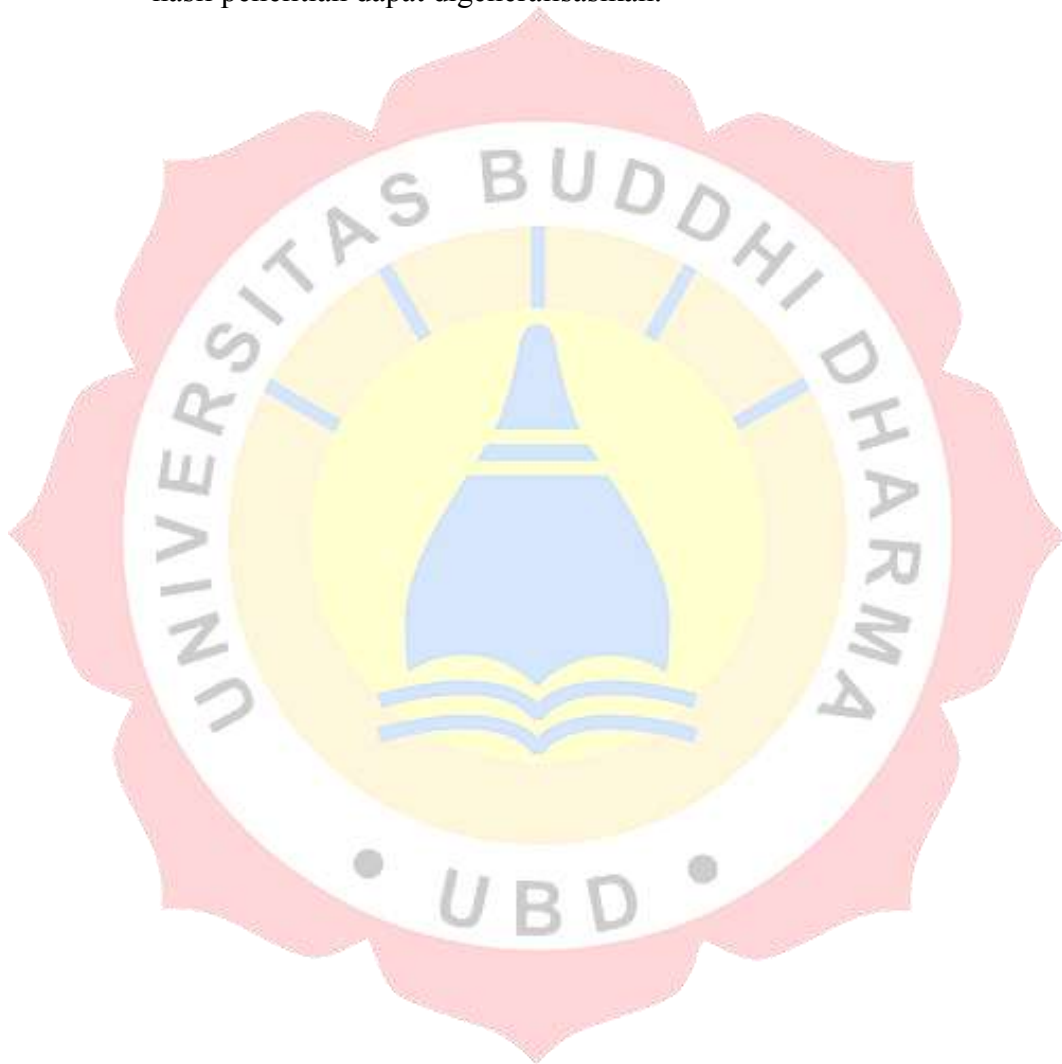
Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dapat dilihat bahwa nilai f hitung $113,424 > f$ tabel $2,68$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa H_4 diterima dan H_0 ditolak yang artinya variabel kualitas produk, inovasi produk, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara bersamaan (simultan) terhadap kepuasan pelanggan di Klub Bugar Gembira.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dijabarkan sebelumnya, maka saran yang dapat disampaikan oleh penulis adalah sebagai berikut :

1. Bagi Klub Bugar Gembira, hendaknya Klub Bugar Gembira dapat meningkatkan kualitas produknya dari segi kemasan produk, dengan cara menambahkan kelengkapan informasi pada kemasan produk seperti tanggal produksi, tanggal kadaluarsa, dan sebagainya. Selain itu, Klub Bugar Gembira dapat menggunakan timbangan atau takaran yang tetap dalam proses pembuatan produknya, dengan tujuan untuk menjaga konsistensi rasa. Serta, Klub Bugar Gembira harus dapat memberikan pelayanan yang cepat dengan tujuan untuk meningkatkan efisiensi pelayanannya.

2. Bagi peneliti selanjutnya, peneliti berharap penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi dan lebih dikembangkan lagi dengan menggunakan variabel lainnya yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, serta menggunakan perusahaan dari sektor lainnya agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan.



DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, M., Tholok, F. W., & Handry, H. (2019). Pengaruh kepercayaan, kemudahan, kualitas informasi terhadap keputusan pembelian secara online pada situs jual beli Tokopedia (studi kasus wilayah Tangerang). *Primanomics: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 17(3), 1–13.
- Al Rasyid, H., & Indah, A. T. (2018). Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha di Kota Tangerang Selatan. *Perspektif: Jurnal Ekonomi dan Manajemen Akademi Bina Sarana Informatika*, 16(1), 39–49.
- Andrianto, M. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Rumah Usaha Mikro (RUM)*. Universitas Buddhi Dharma.
- Anjayani, R. P., & Febriyanti, I. R. (2022). Analisis Strategi Bauran Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Pada UMKM YJS Sukabumi). *Jurnal Multidisiplin Madani*, 2(9), 3610–3617.
- Anjella, A. (2021). *PENGARUH ANTARA KUALITAS PRODUK, PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT. FIBERINDO SUKSES MANDIRI*. Universitas Buddhi Dharma.
- Ansory, A. F., & Indrasari, M. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia* (1 ed.). Indomedia Pustaka.
- Anugrah, K., & Sudarmayasa, I. W. (2020). *Kualitas Pelayanan Jasa : Akomodasi*. Ideas Publishing.
- Atila, A. (2021). *Inovasi Produk : Pengertian dan Konsepnya*. JOJONOMIC.
- Crismon, E., & Andy, A. (2022). Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada Roti Viva Bakery, Total Persada-Tangerang. *Prosiding: Ekonomi dan Bisnis*, 2(1), 266–277.
- Eldawati, S., Bakkareng, & Delvianti. (2022). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN FURNITURE STUDI KASUS PADA CV. ALZAID FURNITURE KABUPATEN PESISIR SELATAN*.
- Ernawati, S., & Kurniawati, U. (2020). Pengaruh Kreatifitas Produk dan Inovasi Produk terhadap Kepuasan Konsumen di Steak House Noodles. *ISOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 4(1), 112–119.
- Fadhallah, R. A. (2021). *Wawancara*. Unj Press.

- Fauzi, F., Dencik, A. B., & Asiati, D. I. (2019). *Metodologi Penelitian untuk Manajemen dan Akuntansi* (Y. Setyaningsih, Ed.). Salemba Empat.
- Fauziyah, R. N. (2021). *Inovasi Produk : Pengertian, Tujuan, Manfaat, Contoh, dan Cara Melakukannya*. Gramedia.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9* (9 ed.). Universitas Diponegoro.
- Gofur, A. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 37–44.
- Kaniya, Y., & Andy. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Chatime di Summarecon Mal Serpong*.
- Kawuwung, J. F. A. (2020). *PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT. CITRA MARINE SERVICES INTERNATIONAL*. Universitas Buddhi Dharma.
- Kristiyanti, M. (2020). *Pengaruh Pemasaran Digital dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Tangerang*. Universitas Buddhi Dharma.
- Maramis, F. S., Sepang, J. L., & Soegoto, A. S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Air Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3).
- Meidatuzzahra, D. (2019). Penerapan accidental sampling untuk mengetahui prevalensi akseptor kontrasepsi suntikan terhadap siklus menstruasi (Studi kasus: Pukesmas Jembatan Kembar Kabupaten Lombok Barat). *AVESINA: Media Informasi Ilmiah Universitas Islam Al-Azhar*, 13(1), 19–23.
- Mualtry. (2022). *Dasar-Dasar Pelayanan Bisnis Kepada Pelanggan*.
- Normi, S. (2018). *Dasar Dasar Manajemen* (1 ed.). Expert.
- Nuryani, F. T., Nurkesuma, N., & Hadibrata, B. (2022). Korelasi Keputusan Pembelian: Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Promosi (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(4), 452–462.
- Oktarini, R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Aplikasi Gojek di Kota Tangerang. 6. *Jurnal Sekretaris| Vol*, 6(2), 249.

- Permatasari, B., & Maryana, S. (2021). PENGARUH PROMOSI DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Pada Gerai Baru Es Teh Indonesia di Bandar Lampung). *TECHNOBIZ: International Journal of Business*, 4(2), 62–69.
- Pramesti, G. (2018). *Mahir mengolah data penelitian dengan SPSS 25*. Elex Media Komputindo.
- Prasetya, A. Y., & Wijaksana, T. I. (2021). *PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PENGGUNA TRANSPORTASI ONLINE MAXIM PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI KOTA BANDUNG*.
- Priangani, A. (2023). Memperkuat manajemen pemasaran dalam konteks persaingan global. *Jurnal kebangsaan*, 2(4), 1–9.
- Riadi, M. (2020). *Kualitas Produk (Pengertian, Manfaat, Dimensi, Perspektif dan Tingkatan)*.
- Riadi, M. (2022). *Inovasi Produk (Aspek, Jenis, Indikator dan Penyebab)*. Kajian Pustaka.
- Riccardo, D., & Santosa, S. (2023). Analisis Pengaruh Word Of Mouth, Brand Awareness, dan Strategi Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Lakban Aurapack (Studi kasus di PT. Aura Unggul). *Prosiding: Ekonomi dan Bisnis*, 3(2).
- Santosa, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Inti Atap Suksesindo. *Prosiding: Ekonomi dan Bisnis*, 2(2), 547–557.
- Santoso, J. B. (2019). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 16(01), 127–146.
- Sasongko, S. R. (2021). Faktor-faktor kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan (literature review manajemen pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1), 104–114.
- Siagian, T. (2022). ANALISA GETARAN DAN KOEFISIEN KORELASI ANTARA GETARAN PADA MESIN (ENGINE) DAN TEMPAT DUDUK OPERATOR (SEAT) DENGAN VARIASI TINGKAT KEBISINGAN MESIN FORKLIFT TYPE FD 30 PA SUMITOMO. *Jurnal Al Ulum LPPM Universitas Al Washliyah Medan*, 10(2), 54–60.
- Solihin, D., & Wibawanto, E. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pelanggan Dalam Memilih Klub Basket Satria Indonesia Tangerang Selatan. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(3), 30–36.

- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan* (A. Nuryanto, Ed.; 3 ed.). Alfabeta.
- Sulistiyowati, W. (2018). *KUALITAS LAYANAN : TEORI DAN APLIKASINYA* (S. B. Sartika & M. T. Multazam, Ed.). Umsida Press.
- Supertini, N. P. S., Telagawati, N. L. W. S., & Yulianthini, N. N. (2020). Pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Pusaka Kebaya di Singaraja. *Prospek: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(1), 61–73.
- Supriyanto, A., & Widiyanto, G. (2022). Pengaruh Promosi, Ulasan Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Online Lucky Beauty Store. *EMaBi: Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 1(2), 41–55.
- Tholok, F. W., Janamarta, S., & Wibowo, F. P. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Era Covid 19 (Studi Kasus di PT. Erje London Chemical). *eCo-Buss*, 3(2), 48–56.
- Tholok, F. W., Sugandha, S., Janamarta, S., & Parameswari, R. (2023). Analisis Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Kualitas Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Online Lazada (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Buddhi Dharma Fakultas Bisnis). *Primanomics: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 21(2), 26–34.
- Wahyuni, M. (2020). *Statistik Deskriptif Untuk Penelitian Oleh Data Manual dan SPSS Versi 25*. Bintang Pustaka Madani.
- Wangarry, C. L., Tumbel, A., & Karuntu, M. M. (2018). Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda di PT. Hasjrat Abadi Ranotana. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4).
- Wibowo, F. P., & Widiyanto, G. (2019). Pengaruh Keselamatan Dan Kesehatan Kerja Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Bagian Produksi Pada Perusahaan Tomâ€™ s Silver Yogyakarta. *Primanomics: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 17(2), 23–37.
- Widiyanto, G., Satrianto, H., & Wibowo, F. P. P. (2021). Pengaruh Inovasi Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Penambahan Pendapatan Ekonomi Masyarakat di Kota Tangerang (Studi Kasus Peran UKM Pembuatan Makanan Ringan dan Snack). *ECo-Buss*, 3(3), 120–130.
- Widodo, Z. D., Bangun, R., Santosa, S., Putra, V. D., Yudawisastra, H. G., Angreyani, A. D., Kartawinata, B. R., Mulatsih, L. S., Sumaryati, S., & Budijaya, M. I. (2023). *Pengantar Manajemen*.

Winda, C. O., & Andy. (2022). *Pengaruh Sistem Aplikasi E-Wallet, Kualitas Produk, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada KFC Citra Raya.*



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Identitas Pribadi :

Nama : Rendy Khemaloka Dhammaputta
Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 30 Maret 2002
Jenis Kelamin : Laki-laki
Agama : Islam
Alamat : Taman Royal 3 Akasia 3 Blok AS21/21,
RT. 005 RW. 015 Kec. Tangerang, Kota Tangerang, Banten
Nomor Telepon : 085777338817
Email : rendydhammaputta01@gmail.com
IPK Terakhir : 3.66



Riwayat Pendidikan :

Sekolah Dasar : SD Tunas Bukit Indah Purwakarta (2008 - 2014)
Sekolah Menengah Pertama : SMP Ignatius Slamet Riyadi Karawang (2014 - 2017)
Sekolah Menengah Atas : SMA Ignatius Slamet Riyadi Karawang (2017 - 2020)
Strata 1 : Universitas Buddhi Dharma Tangerang (2020 - 2023)

Riwayat Pekerjaan :

Klub Bugar Gembira (2021 – Sekarang)

Tangerang, 19 Januari 2024

Rendy Khemaloka Dhammaputta

NIM : 20200500054



KLUB BUGAR GEMBIRA

Ruko Paris Paradise Eksklusif Blok B6 No. 8
Poris Gaga, Batuaceper, Kota Tangerang, Banten 15122

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Padmarini

Jabatan : Pemilik

Dengan ini menerangkan, bahwa :

Nama : Rendy Khemaloka Dhammaputta

NIM : 20200500054

Jurusan : Manajemen

Universitas : Universitas Buddhi Dharma

Adalah benar telah melakukan penelitian dalam rangka penulisan skripsi yang berjudul **Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Klub Bugar Gembira** sejak tanggal 26 September 2023 sampai dengan 11 Desember 2023.

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan benar, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Tangerang, 9 Januari 2024

KLUB BUGAR GEMBIRA

Ruko Paris Paradise Eksklusif Blok B.6 No.8

Poris Gaga - Tangerang - 15122

WA. 0813-1116-9646 | IG coach_wicu

Padmarini

Pemilik

LAMPIRAN

Lampiran 1

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH KUALITAS PRODUK, INOVASI PRODUK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI CLUB BUGAR GEMBIRA

Sehubungan dengan penyusunan skripsi dengan judul yang telah disebutkan diatas, maka dengan hormat, saya :

Nama : Rendy Khemaloka Dhammaputta

NIM : 20200500054

PTS : Universitas Buddhi Dharma

Memohon ketersediaan saudara/i untuk mengisi yang kuesioner yang saya ajukan ini secara jujur. Peneliti juga mengucapkan terima kasih atas partisipasi anda menjadi salah satu responden dan secara sukarela mengisi kuesioner ini. Peneliti sangat menghargai kejujuran anda dalam mengisi kuesioner ini, dan peneliti juga menjamin kerahasiaan identitas anda terkait dengan kuesioner.

A. PETUNJUK PENGISIAN

Pada pernyataan dibawah ini, anda diminta untuk mengisi pernyataan-pernyataan tersebut dengan keadaan dan kondisi sebenarnya. Silahkan anda memilih jawaban sesuai dengan kondisi yang anda alami atau rasakan, dengan cara memberikan tanda (√) pada kolom yang sudah tersedia dari skala 1 (Sangat Tidak Setuju) sampai skala 5 (Sangat Setuju).

Masing-masing jawaban memiliki makna sebagai berikut :

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

B. PROFIL RESPONDEN

1. Jenis kelamin
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
2. Usia
 - a. < 17 tahun
 - b. 17 – 25 tahun
 - c. 26 – 35 tahun
 - d. 36 – 45 tahun
 - e. > 45 tahun
3. Pekerjaan saat ini
 - a. Pelajar / Mahasiswa
 - b. Pegawai Swasta
 - c. Wiraswasta
 - d. Ibu Rumah Tangga
 - e. Lainnya

4. Seberapa sering anda mengunjungi Klub Bugar Gembira dalam sebulan?

- a. < 5 kali
- b. 5 – 10 kali
- c. > 10 kali

C. KUESIONER KUALITAS PRODUK (X1)

No.	PERNYATAAN	STS	TS	KS	S	SS
1.	Produk makanan dan minuman dari Klub Bugar Gembira memiliki kualitas yang baik					
2.	Produk makanan dan minuman dari Klub Bugar Gembira diproduksi dengan bahan berkualitas					
3.	Produk makanan dan minuman dari Klub Bugar Gembira memiliki tampilan yang menarik					
4.	Produk makanan dan minuman dari Klub Bugar Gembira memiliki keunggulan di mata pelanggan					
5.	Klub Bugar Gembira menyediakan berbagai jenis makanan dan minuman yang berbeda					

6.	Klub Bugar Gembira memberikan jaminan atas produk yang disajikan					
7.	Produk makanan dan minuman dari Klub Bugar Gembira memiliki daya tahan yang baik					
8.	Klub Bugar Gembira menyajikan makanan dan minuman sesuai dengan kuantitas yang dijanjikan					
9.	Klub Bugar Gembira menyajikan makanan dan minuman sesuai dengan spesifikasi yang dijanjikan					
10.	Produk makanan dan minuman dari Klub Bugar Gembira memiliki rasa yang konsisten					

D. KUESIONER INOVASI PRODUK (X2)

No.	PERNYATAAN	STS	TS	KS	S	SS
1.	Inovasi makanan dan minuman dari Klub Bugar Gembira memiliki kualitas yang baik					
2.	Klub Bugar Gembira menyajikan makanan dan minuman yang sesuai dengan keinginan pelanggan					

3.	Klub Bugar Gembira memiliki lini produk yang luas dan bervariasi					
4.	Klub Bugar Gembira berhasil mengembangkan produknya dengan baik					
5.	Klub Bugar Gembira memberikan berbagai macam pilihan makanan dan minuman					
6.	Klub Bugar Gembira menyajikan produk sesuai dengan kebutuhan pelanggan					
7.	Kemasan makanan dan minuman dari Klub Bugar Gembira memiliki desain yang menarik					
8.	Klub Bugar Gembira menyajikan produk yang diminati oleh pelanggan					
9.	Produk baru dari Klub Bugar Gembira memiliki rasa yang konsisten					
10.	Klub Bugar Gembira berhasil menciptakan inovasi produk yang baik					

E. KUESIONER KUALITAS PELAYANAN (X3)

No.	PERNYATAAN	STS	TS	KS	S	SS
1.	Klub Bugar Gembira melayani pelanggan dengan tepat waktu					
2.	Klub Bugar Gembira melayani pelanggan dengan baik					
3.	Klub Bugar Gembira mampu memberikan informasi yang jelas terhadap pelanggan					
4.	Klub Bugar Gembira mampu memberikan pelayanan yang cepat					
5.	Klub Bugar Gembira dapat memahami apa yang dibutuhkan oleh pelanggan					
6.	Klub Bugar Gembira memiliki fasilitas yang baik dan lengkap					
7.	Klub Bugar Gembira mampu menanggapi keluhan yang dialami oleh pelanggan dengan baik					
8.	Klub Bugar Gembira memberikan jaminan atas produk yang dibeli oleh pelanggan					
9.	Klub Bugar Gembira mampu mengatasi keluhan yang dialami oleh pelanggan					

	dengan baik					
10.	Klub Bugar Gembira melayani pelanggan dengan sopan dan santun					

F. KUESIONER KEPUASAN PELANGGAN (Y)

No.	PERNYATAAN	STS	TS	KS	S	SS
1.	Saya merasa puas terhadap kualitas produk dari Klub Bugar Gembira					
2.	Saya merasa puas terhadap promosi yang dilakukan oleh Klub Bugar Gembira					
3.	Saya merasa puas dengan diskon yang diberikan oleh Klub Bugar Gembira					
4.	Saya merasa puas terhadap harga produk dari Klub Bugar Gembira					
5.	Saya merasa puas setelah mengonsumsi produk dari Klub Bugar Gembira					
6.	Saya merasa puas karena Klub Bugar Gembira sesuai dengan harapan saya					
7.	Saya merasa puas karena Klub Bugar Gembira memiliki produk yang beragam					

8.	Saya merasa puas karena Klub Bugar Gembira mampu mengatasi keluhan saya dengan baik					
9.	Saya merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh Klub Bugar Gembira					
10.	Saya merasa puas sehingga menjadi loyal kepada Klub Bugar Gembira					

Lampiran 2

NO	KUALITAS PRODUK (X1)										TX1
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
2	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	43
3	4	5	4	3	5	5	4	5	5	5	45
4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	43
5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	45
6	3	4	3	2	4	5	2	2	3	4	32
7	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	46
8	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	45
9	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	44
10	4	3	4	4	5	5	4	2	2	2	35
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
14	5	4	5	4	3	5	5	4	3	5	43
15	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	47
16	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	45
17	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	45
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
19	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	48
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
21	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
22	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49

23	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	33
24	4	5	4	3	4	5	5	4	5	5	44
25	4	4	5	3	5	4	4	4	4	4	41
26	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
28	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	48
29	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	45
30	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	48
31	3	4	3	2	5	4	4	3	4	4	36
32	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	45
33	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
34	5	5	5	5	4	4	3	3	5	3	42
35	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	42
36	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
37	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	44
38	4	2	3	3	4	4	4	4	4	4	36
39	5	5	5	5	1	3	5	5	5	5	44
40	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	45
41	3	4	3	3	3	2	3	5	3	3	32
42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
43	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	47
44	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	46
45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
47	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	38
48	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	46
49	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
50	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	42
51	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	46
52	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	44
53	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	46
54	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	47
55	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49
56	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	46
57	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	44
58	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	45
59	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	46
60	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	47
61	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
62	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	45
63	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
64	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	46

[illegible]

107	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	37
108	3	3	3	3	3	4	4	4	5	5	37
109	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
110	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
111	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	40
112	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	43
113	5	5	4	4	4	3	5	2	5	5	42
114	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	47
115	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
116	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	44
117	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	46
118	3	4	5	5	4	4	4	4	4	3	40
119	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	45
120	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40

NO	INOVASI PRODUK (X2)										TX2
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
2	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	45
3	4	5	4	4	4	4	5	4	5	3	42
4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	42
5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	42
6	4	2	4	3	5	3	3	2	4	1	31
7	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	44
8	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	48
9	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
10	3	3	2	5	3	5	5	5	5	3	39
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
14	4	5	4	3	5	5	4	5	4	5	44
15	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	46
16	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	46
17	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	46
18	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
21	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
23	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	34
24	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	46

25	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	43
26	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	42
27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
28	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	48
29	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	48
30	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
31	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	36
32	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	45
33	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	47
34	4	3	4	4	3	4	5	4	3	4	38
35	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	43
36	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
37	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	46
38	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	37
39	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	45
40	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	45
41	3	3	2	4	3	2	4	3	5	3	32
42	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
43	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	46
44	4	4	5	4	3	4	5	4	5	5	43
45	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
46	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
47	3	4	4	3	3	4	4	4	3	5	37
48	5	4	5	5	4	4	3	5	3	4	42
49	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
50	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	41
51	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	48
52	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	47
53	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	47
54	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	45
55	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
56	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	44
57	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	47
58	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	44
59	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
60	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
61	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
62	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
63	5	5	5	5	3	3	4	4	5	5	44
64	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	44
65	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
66	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	42

28	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	48
29	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	44
30	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
31	4	4	3	5	4	3	3	4	5	3	38
32	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	45
33	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
34	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	44
35	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	42
36	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
37	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	46
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
40	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	46
41	3	3	4	3	3	3	3	2	4	2	30
42	4	3	3	4	4	4	5	4	5	5	41
43	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	45
44	5	4	4	5	5	5	4	3	4	5	44
45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
46	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	42
47	3	3	4	4	3	5	4	3	4	4	37
48	4	5	3	5	3	3	3	3	3	4	36
49	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
51	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	47
52	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	46
53	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	47
54	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	45
55	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
56	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
57	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	44
58	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	45
59	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
60	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	48
61	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
62	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
63	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
64	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	48
65	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
66	4	4	5	4	4	4	4	5	3	4	41
67	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
68	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	45
69	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	48

70	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	38
71	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	43
72	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
73	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
74	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
75	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
76	5	3	4	5	5	5	5	3	4	4	43
77	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	46
78	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
79	4	5	3	4	4	4	4	4	4	5	41
80	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	42
81	4	4	5	3	5	4	3	5	4	5	42
82	4	4	3	2	3	2	3	2	3	3	29
83	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
84	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
85	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	44
86	2	3	4	3	2	3	4	2	3	4	30
87	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
88	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
89	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	45
90	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
91	2	4	2	4	5	3	1	1	2	3	27
92	4	2	1	1	4	5	3	4	2	5	31
93	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
94	5	5	5	5	5	2	4	4	3	5	43
95	4	4	4	3	4	3	4	3	4	5	38
96	3	3	4	3	4	3	4	3	4	5	36
97	1	4	5	5	3	2	5	3	1	5	34
98	3	5	4	1	4	5	4	2	4	5	37
99	1	4	5	2	5	4	4	5	4	5	39
100	4	3	5	5	5	5	5	5	4	4	45
101	4	4	3	4	4	4	5	5	5	4	42
102	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
103	4	5	5	3	5	5	5	5	5	5	47
104	3	5	4	4	5	5	5	4	4	5	44
105	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
106	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
107	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
108	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	36
109	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	43
110	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
111	5	5	5	5	3	4	3	3	3	4	40

112	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	45
113	5	5	5	4	4	4	3	4	4	3	41
114	5	5	5	5	5	2	3	4	5	5	44
115	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
116	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	41
117	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	44
118	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	37
119	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	47
120	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40

NO	KEPUASAN PELANGGAN (Y)										TY
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
2	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	44
3	4	3	3	4	4	4	5	3	4	4	38
4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	47
5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
6	4	3	2	5	1	2	3	4	4	5	33
7	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49
8	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	45
9	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
10	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	47
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
14	4	3	5	4	3	5	4	4	5	4	41
15	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	47
16	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
17	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	47
18	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	48
19	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	43
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
21	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
23	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	31
24	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	45
25	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	42
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
28	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	47
29	4	3	4	5	4	4	5	5	5	5	44

30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
31	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	37
32	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
33	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	44
34	4	4	3	3	5	5	3	4	4	3	38
35	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	43
36	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
37	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	45
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
39	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	44
40	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	45
41	3	3	2	4	3	3	3	4	2	4	31
42	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
43	5	5	5	4	4	3	4	4	4	4	42
44	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	46
45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
46	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
48	5	4	4	4	5	3	4	4	4	4	41
49	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
50	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
51	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	47
52	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	47
53	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	45
54	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	45
55	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
56	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	43
57	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	46
58	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	45
59	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	40
60	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	47
61	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
62	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
63	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
64	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
66	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	42
67	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	45
68	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	42
69	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
70	5	5	5	5	4	4	3	4	4	5	44
71	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	43

72	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
73	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
74	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
75	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
76	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	47
77	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
78	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
79	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41
80	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	35
81	4	3	4	3	3	5	4	3	4	5	38
82	3	3	3	2	4	3	3	3	3	4	31
83	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
84	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
85	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	45
86	3	2	4	3	2	4	3	2	4	3	30
87	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
88	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
89	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	46
90	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
91	4	2	5	1	2	2	4	3	5	1	29
92	1	5	4	2	5	4	3	1	2	3	30
93	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
94	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	34
95	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	34
96	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	37
97	1	2	5	5	3	4	4	1	5	4	34
98	4	1	2	4	5	4	4	4	5	3	36
99	5	4	4	3	4	4	5	5	5	4	43
100	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	47
101	4	4	4	4	3	4	4	5	5	4	41
102	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
103	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	47
104	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
105	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
106	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
107	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
108	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	35
109	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	42
110	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
111	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	32
112	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
113	5	5	4	4	3	4	5	4	4	4	42

114	5	4	4	5	2	2	2	2	2	4	32
115	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
116	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
117	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	45
118	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	36
119	5	4	3	4	4	4	4	5	4	5	42
120	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40

Lampiran 3

Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	50	41,7	41,7	41,7
	Perempuan	70	58,3	58,3	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Data Responden Berdasarkan Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 17 tahun	7	5,8	5,8	5,8
	> 45 tahun	10	8,3	8,3	14,2
	17 - 25 tahun	91	75,8	75,8	90,0
	26 - 35 tahun	5	4,2	4,2	94,2
	36 - 45 tahun	7	5,8	5,8	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Data Responden Berdasarkan Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ibu Rumah Tangga	13	10,8	10,8	10,8
	Lainnya	6	5,0	5,0	15,8
	Pegawai Swasta	13	10,8	10,8	26,7
	Pelajar / Mahasiswa	80	66,7	66,7	93,3
	Wiraswasta	8	6,7	6,7	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Data Responden Berdasarkan Banyaknya Kunjungan dalam Sebulan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 5 kali	73	60,8	60,8	60,8
	> 10 kali	18	15,0	15,0	75,8
	5 - 10 kali	29	24,2	24,2	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Uji Frekuensi Kualitas Produk (X1)

Kualitas Produk

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	,8	,8	,8
	3	13	10,8	10,8	11,7
	4	54	45,0	45,0	56,7
	5	52	43,3	43,3	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Kualitas Bahan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	1,7	1,7	1,7
	3	11	9,2	9,2	10,8
	4	49	40,8	40,8	51,7
	5	58	48,3	48,3	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Tampilan Produk

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	5	4,2	4,2	4,2
	3	18	15,0	15,0	19,2
	4	49	40,8	40,8	60,0
	5	48	40,0	40,0	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Keunggulan Produk

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	1,7	1,7	1,7
	2	3	2,5	2,5	4,2
	3	17	14,2	14,2	18,3
	4	50	41,7	41,7	60,0
	5	48	40,0	40,0	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Jenis Produk

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	1,7	1,7	1,7
	2	3	2,5	2,5	4,2
	3	10	8,3	8,3	12,5
	4	53	44,2	44,2	56,7
	5	52	43,3	43,3	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Jaminan Produk

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	5	4,2	4,2	4,2
	3	7	5,8	5,8	10,0
	4	57	47,5	47,5	57,5
	5	51	42,5	42,5	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Daya Tahan Produk

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	,8	,8	,8
	3	10	8,3	8,3	9,2
	4	52	43,3	43,3	52,5
	5	57	47,5	47,5	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Kesesuaian Kuantitas Produk

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	,8	,8	,8
	2	4	3,3	3,3	4,2
	3	8	6,7	6,7	10,8
	4	53	44,2	44,2	55,0
	5	54	45,0	45,0	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Kesesuaian Spesifikasi Produk

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	,8	,8	,8
	2	4	3,3	3,3	4,2
	3	9	7,5	7,5	11,7
	4	49	40,8	40,8	52,5
	5	57	47,5	47,5	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Konsistensi Produk

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	1,7	1,7	1,7
	3	10	8,3	8,3	10,0
	4	50	41,7	41,7	51,7
	5	58	48,3	48,3	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Uji Frekuensi Inovasi Produk (X2)

Kualitas Inovasi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	1,7	1,7	1,7
	3	10	8,3	8,3	10,0
	4	52	43,3	43,3	53,3
	5	56	46,7	46,7	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Keinginan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	,8	,8	,8
	3	15	12,5	12,5	13,3
	4	43	35,8	35,8	49,2
	5	61	50,8	50,8	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Lini Produk

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	,8	,8	,8
	2	5	4,2	4,2	5,0
	3	10	8,3	8,3	13,3
	4	53	44,2	44,2	57,5
	5	51	42,5	42,5	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Pengembangan Produk

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	1,7	1,7	1,7
	2	1	,8	,8	2,5
	3	10	8,3	8,3	10,8
	4	63	52,5	52,5	63,3
	5	44	36,7	36,7	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Variasi Produk

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	,8	,8	,8
	2	1	,8	,8	1,7
	3	14	11,7	11,7	13,3
	4	46	38,3	38,3	51,7
	5	58	48,3	48,3	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Kebutuhan Konsumen

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	1,7	1,7	1,7
	3	13	10,8	10,8	12,5
	4	49	40,8	40,8	53,3
	5	56	46,7	46,7	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Desain Produk

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	1,7	1,7	1,7
	2	5	4,2	4,2	5,8
	3	6	5,0	5,0	10,8
	4	57	47,5	47,5	58,3
	5	50	41,7	41,7	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Tren Produk

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	1,7	1,7	1,7
	3	9	7,5	7,5	9,2
	4	52	43,3	43,3	52,5
	5	57	47,5	47,5	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Konsistensi Produk

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	2,5	2,5	2,5
	2	2	1,7	1,7	4,2
	3	11	9,2	9,2	13,3
	4	52	43,3	43,3	56,7
	5	52	43,3	43,3	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Produk Baru

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	1,7	1,7	1,7
	2	2	1,7	1,7	3,3
	3	12	10,0	10,0	13,3
	4	52	43,3	43,3	56,7
	5	52	43,3	43,3	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Uji Frekuensi Kualitas Pelayanan (X3)

Ketepatan Waktu

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	1,7	1,7	1,7
	2	2	1,7	1,7	3,3
	3	9	7,5	7,5	10,8
	4	56	46,7	46,7	57,5
	5	51	42,5	42,5	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Akurasi Pelayanan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	1,7	1,7	1,7
	3	13	10,8	10,8	12,5
	4	37	30,8	30,8	43,3
	5	68	56,7	56,7	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Informasi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	,8	,8	,8
	2	1	,8	,8	1,7
	3	12	10,0	10,0	11,7
	4	46	38,3	38,3	50,0
	5	60	50,0	50,0	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Kecepatan Pelayanan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	1,7	1,7	1,7
	2	2	1,7	1,7	3,3
	3	11	9,2	9,2	12,5
	4	49	40,8	40,8	53,3
	5	56	46,7	46,7	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Kebutuhan Konsumen

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	1,7	1,7	1,7
	3	10	8,3	8,3	10,0
	4	49	40,8	40,8	50,8
	5	59	49,2	49,2	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Fasilitas

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	,8	,8	,8
	2	4	3,3	3,3	4,2
	3	10	8,3	8,3	12,5
	4	46	38,3	38,3	50,8
	5	59	49,2	49,2	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Menanggapi Keluhan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	,8	,8	,8
	3	12	10,0	10,0	10,8
	4	53	44,2	44,2	55,0
	5	54	45,0	45,0	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Jaminan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	,8	,8	,8
	2	5	4,2	4,2	5,0
	3	12	10,0	10,0	15,0
	4	49	40,8	40,8	55,8
	5	53	44,2	44,2	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Mengatasi Keluhan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	,8	,8	,8
	2	2	1,7	1,7	2,5
	3	10	8,3	8,3	10,8
	4	58	48,3	48,3	59,2
	5	49	40,8	40,8	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Sopan Santun

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	,8	,8	,8
	3	7	5,8	5,8	6,7
	4	40	33,3	33,3	40,0
	5	72	60,0	60,0	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Uji Frekuensi Kepuasan Pelanggan (Y)

Kualitas Produk

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	1,7	1,7	1,7
	3	11	9,2	9,2	10,8
	4	50	41,7	41,7	52,5
	5	57	47,5	47,5	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Promosi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	,8	,8	,8
	2	3	2,5	2,5	3,3
	3	13	10,8	10,8	14,2
	4	53	44,2	44,2	58,3
	5	50	41,7	41,7	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Diskon

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	2,5	2,5	2,5
	3	14	11,7	11,7	14,2
	4	59	49,2	49,2	63,3
	5	44	36,7	36,7	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Harga

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	,8	,8	,8
	2	3	2,5	2,5	3,3
	3	11	9,2	9,2	12,5
	4	59	49,2	49,2	61,7
	5	46	38,3	38,3	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Emosional

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	,8	,8	,8
	2	3	2,5	2,5	3,3
	3	11	9,2	9,2	12,5
	4	50	41,7	41,7	54,2
	5	55	45,8	45,8	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Harapan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	2,5	2,5	2,5
	3	14	11,7	11,7	14,2
	4	51	42,5	42,5	56,7
	5	52	43,3	43,3	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Keragaman Produk

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	,8	,8	,8
	3	13	10,8	10,8	11,7
	4	52	43,3	43,3	55,0
	5	54	45,0	45,0	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Keluhan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	1,7	1,7	1,7
	2	2	1,7	1,7	3,3
	3	10	8,3	8,3	11,7
	4	59	49,2	49,2	60,8
	5	47	39,2	39,2	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Kualitas Pelayanan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	2,5	2,5	2,5
	3	8	6,7	6,7	9,2
	4	54	45,0	45,0	54,2
	5	55	45,8	45,8	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Loyalitas

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	,8	,8	,8
	3	12	10,0	10,0	10,8
	4	52	43,3	43,3	54,2
	5	55	45,8	45,8	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Uji Kualitas Data

Uji Validitas Kualitas Produk (X1)

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	38,5583	24,148	,574	,867
X1.2	38,5083	23,328	,677	,859
X1.3	38,7000	22,649	,657	,860
X1.4	38,7083	22,360	,652	,861
X1.5	38,6167	23,801	,492	,874
X1.6	38,5833	23,220	,652	,861
X1.7	38,4917	24,588	,525	,870
X1.8	38,5750	23,658	,544	,869
X1.9	38,5583	22,602	,679	,858
X1.10	38,5000	24,101	,567	,867

Uji Validitas Inovasi Produk (X2)

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	38,5500	28,250	,667	,900
X2.2	38,5333	28,066	,664	,900
X2.3	38,6667	26,678	,737	,895
X2.4	38,6833	28,067	,625	,902
X2.5	38,5750	27,961	,629	,902
X2.6	38,5750	27,860	,690	,898
X2.7	38,6667	27,031	,672	,899
X2.8	38,5333	28,083	,702	,898
X2.9	38,6667	27,132	,641	,901
X2.10	38,6500	27,070	,692	,898

Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X3)

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	39,1167	25,633	,574	,893
X3.2	38,9583	25,738	,612	,890
X3.3	39,0250	25,235	,671	,886
X3.4	39,0917	25,210	,606	,891
X3.5	39,0083	25,487	,695	,885
X3.6	39,0667	25,189	,612	,891
X3.7	39,0583	25,602	,663	,887
X3.8	39,1500	23,944	,751	,881
X3.9	39,1167	25,129	,700	,885
X3.10	38,8583	26,593	,594	,892

Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y.1	38,4333	27,592	,681	,913
Y.2	38,5333	27,243	,701	,911
Y.3	38,5667	28,080	,659	,914
Y.4	38,5500	28,283	,591	,918
Y.5	38,4750	27,361	,689	,912
Y.6	38,5000	27,059	,774	,907
Y.7	38,4417	27,744	,754	,909
Y.8	38,5417	26,990	,737	,909
Y.9	38,4250	28,196	,669	,913
Y.10	38,4333	27,626	,740	,909

Uji Reliabilitas Kualitas Produk (X1)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	120	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	120	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,877	10

Uji Reliabilitas Inovasi Produk (X2)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	120	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	120	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,908	10

Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X3)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	120	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	120	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,898	10

Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan (Y)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	120	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	120	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,920	10

Analisis Statistik Deskripsi

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	120	28	50	42,87	5,344
X2	120	28	50	42,90	5,810
X3	120	27	50	43,38	5,566
Y	120	29	50	42,77	5,813
Valid N (listwise)	120				

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinearitas

Coefficient Correlations^a

Model			X3	X2	X1
1	Correlations	X3	1,000	-,413	-,477
		X2	-,413	1,000	-,492
		X1	-,477	-,492	1,000
	Covariances	X3	,011	-,004	-,006
		X2	-,004	,010	-,006
		X1	-,006	-,006	,013

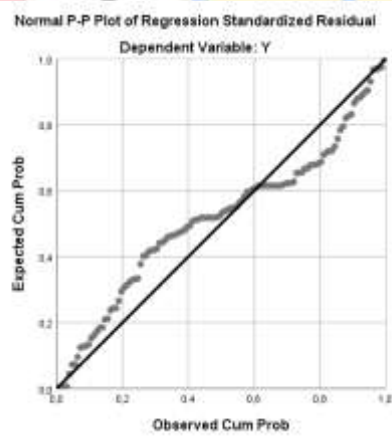
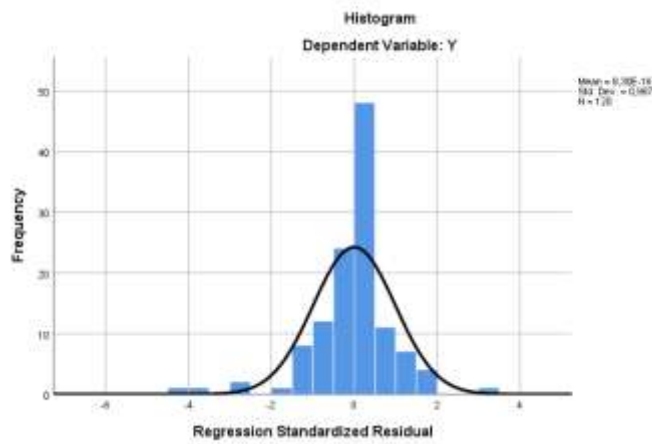
a. Dependent Variable: Y

Coefficients^a

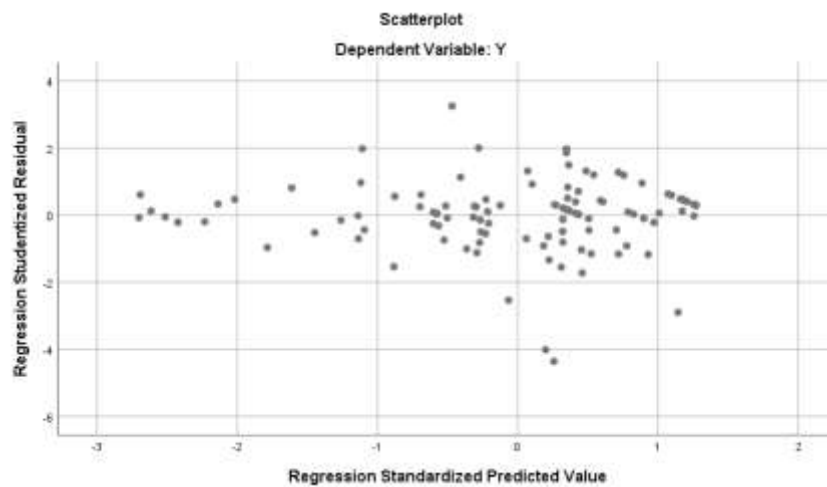
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,812	2,253		1,248	,214		
	X1	,062	,114	,057	,545	,587	,199	5,018
	X2	,419	,101	,419	4,139	,000	,214	4,674
	X3	,445	,105	,426	4,251	,000	,218	4,583

a. Dependent Variable: Y

Uji Normalitas



Uji Heterokedastisitas



Uji Model Statistik

Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,812	2,253		1,248	,214
	X1	,062	,114	,057	,545	,587
	X2	,419	,101	,419	4,139	,000
	X3	,445	,105	,426	4,251	,000

a. Dependent Variable: Y

Koefisien Korelasi

Correlations

		X1	X2	X3	Y
X1	Pearson Correlation	1	,861**	,858**	,784**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	120	120	120	120
X2	Pearson Correlation	,861**	1	,847**	,829**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	120	120	120	120
X3	Pearson Correlation	,858**	,847**	1	,830**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	120	120	120	120
Y	Pearson Correlation	,784**	,829**	,830**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	120	120	120	120

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

Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,864 ^a	,746	,739	2,969

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

Uji Hipotesis

Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,215	2,687		2,313	,022
	X1	,853	,062	,784	13,709	,000

a. Dependent Variable: Y

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,178	2,229		3,220	,002
	X2	,830	,052	,829	16,108	,000

a. Dependent Variable: Y

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,157	2,346		2,199	,030
	X3	,867	,054	,830	16,165	,000

a. Dependent Variable: Y

Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2999,074	3	999,691	113,424	,000 ^b
	Residual	1022,393	116	8,814		
	Total	4021,467	119			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X2, X1