

BAB V

KESIMPULAN & SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai “Pengaruh Kualitas Layanan, Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Makanan di McDonald’s Kota Tangerang, maka hasil yang diperoleh adalah sebagai berikut :

1. Kesimpulan Umum

a. Kualitas Layanan

Hasil menunjukkan bahwa Kualitas Layanan di McDonald’s Shinta Kota Tangerang memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Nilai T hitung sebesar 10,517, yang lebih besar dari nilai kritis 1,976, mengindikasikan penolakan hipotesis nol (H_0) dan penerimaan hipotesis alternatif (H_a), menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan Kualitas Layanan (X_1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Lebih lanjut, nilai R Square sebesar 0,420 mengungkapkan bahwa dampak Kualitas Layanan (X_1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) mencapai 42%, sementara 58% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

b. Harga

Harga di McDonald’s Shinta Kota Tangerang memiliki pengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan. Nilai T hitung sebesar 14,602, yang lebih besar dari nilai kritis 1,976, mengindikasikan penolakan

hipotesis nol (H_0) dan penerimaan hipotesis alternatif (H_a), menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan Harga (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Lebih lanjut, nilai R Square sebesar 0,582 mengungkapkan bahwa dampak Harga (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) mencapai 58,2%, sementara 41,8% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

c. Promosi

Promosi di McDonald's Shinta Kota Tangerang tersebut memiliki pengaruh positif terhadap kinerja karyawan. Nilai T hitung sebesar 13,865, yang lebih besar dari nilai kritis 1,976, mengindikasikan penolakan hipotesis nol (H_0) dan penerimaan hipotesis alternatif (H_a), menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan Promosi (X_3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Lebih lanjut, nilai R Square sebesar 0,557 mengungkapkan bahwa dampak Promosi (X_3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) mencapai 55,7%, sementara 44,3% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

d. Kepuasan Pelanggan

Kualitas Layanan, Harga, dan Promosi sangat memiliki pengaruh dalam Kepuasan Pelanggan di McDonald's Shinta Kota Tangerang. Oleh karena itu, dapat ditarik kesimpulan bahwa Kepuasan Pelanggan di McDonald's Shinta Kota Tangerang dinilai baik.

B. Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian mengenai Kualitas Layanan, Harga dan Promosi yang memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di McDonald's Kota Tangerang, maka saran yang dapat penulis berikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

- a. Penelitian ini menunjukkan pengaruh Kualitas Layanan berpengaruh positif dan terhadap Kepuasan Pelanggan, maka sebaiknya Manajemen McDonald's Shinta Kota Tangerang memberikan kompensasi yang sesuai demi menjaga para karyawan yang berkompeten dan dianggap baik dari sikap dan inisiatifnya sehingga konsumen dapat loyal dalam membeli produk makanan maupun minuman di McDonald's demi memajukan dan meningkatkan pembelian di perusahaan tersebut.
- b. Memberikan harga yang sesuai kualitas dan konsisten adalah hal terpenting. Tujuannya adalah untuk meningkatkan pembelian di McDonald's, seperti memberikan harga yang konsisten dan sesuai dengan kualitas yang diterima konsumen. Tindakan ini akan mendorong konsumen untuk membeli dan merekomendasikan produk makanan yang dibeli kepada orang-orang. Tentu saja, ini memiliki dampak pada tingkat keuntungan Perusahaan, terutama jika melihat hasil penelitian yang menyatakan bahwa harga memiliki pengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan di McDonald's Kota Tangerang.

- c. Promosi menjadi salah satu hal paling mendukung dalam peningkatan Kepuasan Pelanggan yang dilakukan oleh konsumen. Oleh karena itu, manajemen McDonald's Kota Tangerang disarankan untuk menciptakan promosi yang menguntungkan kedua belah pihak. Salah satu langkah yang dapat diambil adalah dengan membuat promosi yang tidak merugikan Perusahaan namun menguntungkan konsumen juga dengan promosi yang ada sekarang untuk bisa dipertahankan lebih baik lagi kedepannya sehingga terus terciptanya the power words of mouth yang biasa dilakukan konsumen apabila merasa puas dengan kualitas yang didapatkan.
- d. Kepuasan Pelanggan merupakan faktor penting dalam keberhasilan sebuah perusahaan maka sebaiknya manajemen McDonald's di Kota Tangerang lebih memperhatikan lagi mengenai Kualitas Layanan, Harga, dan Promosi baik dari segi peningkatan fasilitas dan kesigapan layanan, konsistensi harga dan penetapan promosi yang menguntungkan kedua belah pihak.

2. Saran Untuk Penelitian Selanjutnya

- a. Penulis berharap untuk mengintegrasikan variabel independen tambahan, mengingat kemungkinan adanya faktor-faktor lain yang tidak diikutsertakan dalam penelitian ini, namun dapat memiliki dampak positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.
- b. Berdasarkan rangkuman dan pembahasan pada Bab IV sebelumnya, penulis menyarankan kepada peneliti berikutnya agar penelitian ini dapat

menjadi referensi atau sumber informasi yang berguna, serta dapat mendukung penelitian lain yang memiliki minat pada isu serupa di masa mendatang.



DAFTAR PUSTAKA

- Adnyana, I. M. D. M. (2021). Populasi dan Sampel. In *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif* (pp. 103–116).
- Alexander, Yanti Puspa Rini, & Adrian Maulana Chandra. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Word Of Mouth, Dan Media Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Kota Tangerang Pada Aplikasi Marketplace Blibli (Studi Kasus Pada Blibli). *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 22(1), 52–58. <https://doi.org/10.31253/pe.v22i1.2661>
- Ali, M. M., Hariyati, T., Pratiwi, M. Y., & Afifah, S. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Penerapannya dalam Penelitian. *Education Journal*.2022, 2(2), 1–6.
- Along, A. (2020). Kualitas Layanan Administrasi Akademik di Politeknik Negeri Pontianak. *Jurnal Ilmiah Administrasi Publik*, 006(01), 94–99. <https://doi.org/10.21776/ub.jiap.2020.006.01.11>
- Azizah. (2021). Model terbaik uji multikolinearitas untuk analisis faktor-faktor yang mempengaruhi produksi padi di Kabupaten Blora tahun 2020. *Prosiding Seminar Nasional UNIMUS*, 4, 61–69. https://scholar.google.com/scholar?as_ylo=2021&q=uji+autokorelasi+adalah&hl=id&as_sdt=0,5
- Christono, A. B. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal of Economics and Business UBS*, 8(1), 1–17. <https://doi.org/10.52644/joeb.v8i1.13>
- Duan, R. R., Kalangi, J. A. F., & Walangitan, O. F. C. (2019). Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha Mio Pada PT. Hasjrat Abadi Tobelo. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(1), 128. <https://doi.org/10.35797/jab.9.1.2019.23710.128-136>
- Erinawati, F., & Syafarudin, A. (2021). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN 1**. 1. <https://doi.org/10.46306/vls.v1i1>
- Fajrin, M. R., & Prabowo, R. E. (2023). SEIKO : Journal of Management & Business Pengaruh Promosi, Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian KFC di Kota Semarang. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(1), 576–583. www.topbrand-award.com
- Firmansyah, M., Masrun, M., & Yudha S, I. D. K. (2021). Esensi Perbedaan Metode Kualitatif Dan Kuantitatif. *Elastisitas - Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 3(2),

156–159. <https://doi.org/10.29303/e-jep.v3i2.46>

- Ginting, N., Ginting, M. sari B., & Tarigan, , Ine Selvia Br. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Benua Trans Maju Bersama Cabang Medan. *Jurnal Ekobistek*, 10(2), 88–93. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v10i2.80>
- Gultom, D. K., Arif, M., & Muhammad Fahmi. (2020). Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan. *Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan*, 3(2), 273–282.
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, 2(1), 69–72. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/view/32911>
- Harcahyo, R. B., Athanasius, S. S., & Kusdiartini, V. (2021). Pengaruh Green Product, Servicescape dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Resto Berbasis Alam. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Akuntansi Dan Perpajakan (Jemap)*, 4(2), 236. <https://doi.org/10.24167/jemap.v4i2.3432>
- Istighfarin, R., Fitriani, A., & Riyani, N. L. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mcdonald’S Sidoarjo Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 3(2), 117. <https://doi.org/10.31599/jmu.v3i2.936>
- Janna, N. M., & Herianto. (2021). Artikel Statistik yang Benar. *Jurnal Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI)*, 18210047, 1–12.
- Lystia, C., Winasis, R., Widiarti, H. S., & Hadibrata, B. (2022). *DETERMINASI KEPUTUSAN PEMBELIAN: HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN)*. 3(4). <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i4>
- Manajemen, S., Pamulang, U., Selatan, K. T., & Pembelian, K. (2024). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kopi Pujaan Di Gading Serpong Tangerang*. 1(5), 736–741.
- Martianto, I. A., Iriani, S. S., & Witjaksono, A. D. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(3), 1370–1385. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i3.3543>
- Martias, L. D. (2021). Statistika Deskriptif Sebagai Kumpulan Informasi. *Fihris: Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 16(1), 40.

<https://doi.org/10.14421/fhrs.2021.161.40-59>

- Mediti, O. C. S. P. (2020). Analisis Pengaruh Harga Dan Kualitas Layanan Elektronik Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengguna Aplikasi Shopee. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(4), 1290–1300.
- MUKTI, A., & Aprianti, K. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Kirani Coffee. *Jurnal Bina Manajemen*, 10(1), 229–246. <https://doi.org/10.52859/jbm.v10i1.163>
- Novitasari. (2020). Pengaruh antara Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan dan Firm Size terhadap Nilai Perusahaan. *Skripsi*, 24–41. [http://repository.stei.ac.id/4549/4/BAB III.pdf](http://repository.stei.ac.id/4549/4/BAB%20III.pdf)
- Nurhikmat, A. (2023). Determinasi Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan Dengan Harga dan Kualitas Produk : Literature Review. *KarismaPro*, 13(2), 75–86. <https://doi.org/10.53675/karismapro.v13i2.1050>
- Patmala, H. S., & Fatihah, D. C. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Ukm mart Kartika widya Utama. *JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(3), 1154–1170.
- Putra, R. (2021). Determinasi Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(4), 516–524. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i4.461>
- Putri, A. S., & Istiyanto, B. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Herbal Skincare. *JOURNAL SCIENTIFIC OF MANDALIKA (JSM) e-ISSN 2745-5955 | p-ISSN 2809-0543*, 3(12), 5–17. <https://doi.org/10.36312/10.36312/vol3iss12pp5-17>
- 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>
- Satria Sultan Ikbari, Alda Arsih, & Yusril Mardani. (2022). Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mcdonald's Pondok Cabe. *SOSMANIORA: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 1(4), 424–432. <https://doi.org/10.55123/sosmaniora.v1i4.1154>
- Sutisna, N. W., & Effane, A. (2022). Fungsi Manajemen Sarana dan Prasarana. In *Karimah Tauhid (Vol. 1)*.
- Wahyono, F. N., & Saputra, R. A. (2023). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Telkom Regional VII kawasan Timur

Indonesia (KTI) Makassar. *Jurnal Kewirausahaan, Akuntansi Dan Manajemen Tri Bisnis*, 5(2), 270–281.

Windarko, W., Sayyidan, R. M., & Gani, F. P. (2024). Pengaruh Self-Service Technology, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Loyalitas dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Pada Pelanggan McDonald di Tangerang Raya). *Social, Humanities, and Educational Studies (SHES): Conference Series*, 7(2), 514–528. <https://doi.org/10.20961/shes.v7i2.86921>



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Monica Chandra
Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 29 Mei 2002
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Kristen
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Perumahan Permata Tangerang Blok DC 4 No. 37
No.Telepon : 081281036010
Email : monicachndraa@gmail.com
IPK Terakhir : 3,36



Riwayat Pendidikan

SD : SD Penabur Ilmu
SMP : SMP Maria Mediatrix
SMA/K : SMK Maria Mediatrix

Riwayat Pekerjaan

September 2022 – Juli 2023 : PT. Hidup Pintar Asia (Livesmart Indonesia)

Tangerang, 09 Agustus 2024



Monica Chandra

L

A

M

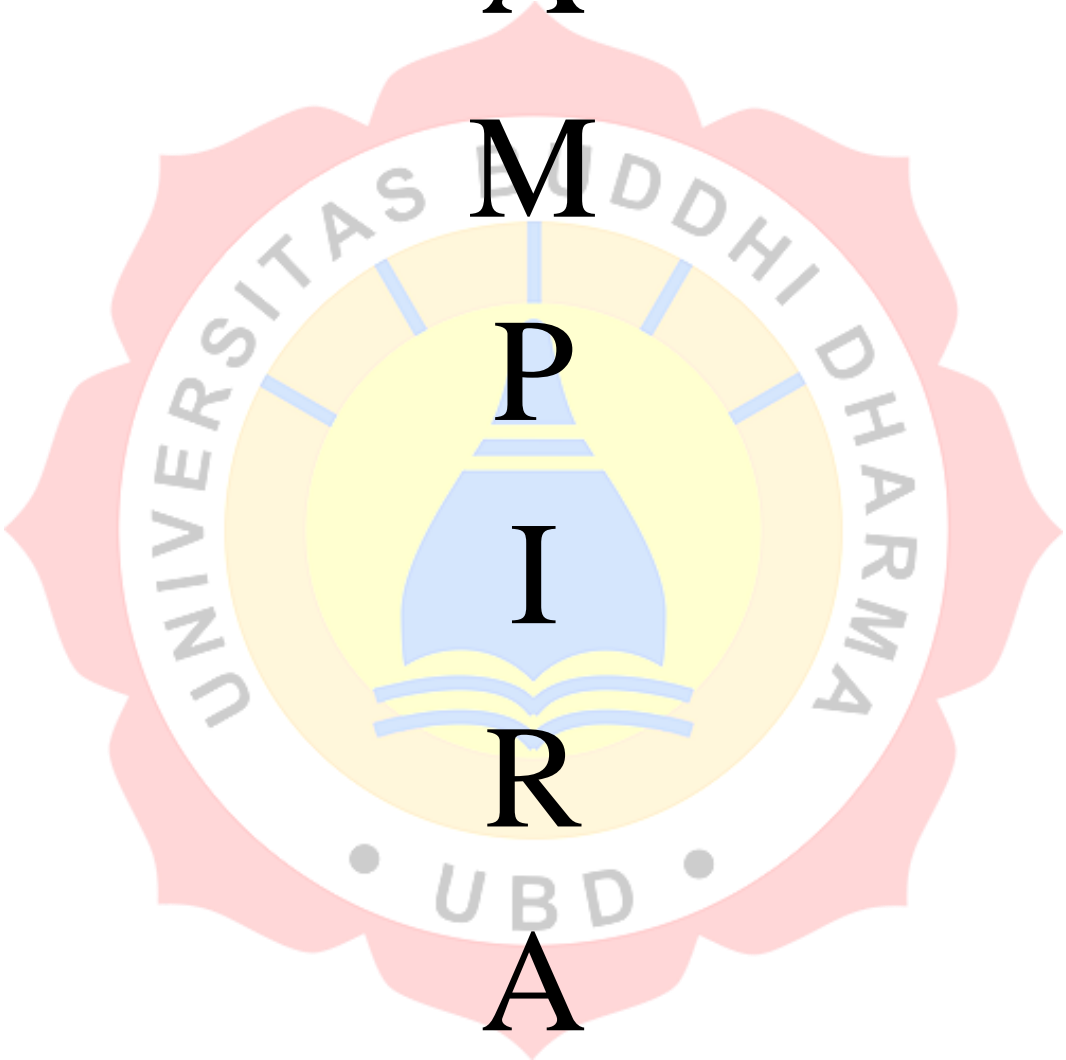
P

I

R

A

N



Lampiran 1

Responden yang terhormat,

Perkenalkan saya Monica Chandra, mahasiswi dari *Buddhi Dharma University*, sehubungan dengan adanya penelitian terhadap tempat makan cepat saji dan dalam rangka melengkapi data yang diperlukan untuk memenuhi penelitian saya mengenai "*Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan di McDonald's Shinta Kota Tangerang*".

Partisipasi dalam pengisian kuesioner ini bersifat **RAHASIA** dan saya dapat menjamin keamanan data anda yang menjadi jawaban atas kuesioner ini, adapun hasilnya akan dipergunakan selayaknya untuk di-*input* ke dalam perhitungan data peneliti. Mohon bantuannya untuk mengisi kuesioner di bawah ini, atas perhatiannya terima kasih.

Tangerang, 5 Juli 2024



Penulis

KUESIONER

A. Identitas Responden

Nama :

Usia : 18-25 26-30 31-35 >35

Jenis Kelamin : Laki-laki/Perempuan

Pengalaman : Pernah membeli produk di McDonald's Kota Tangerang

Ya

Tidak

B. Petunjuk Pengisian

Dalam halaman ini anda diminta untuk memilih skala 1 hingga 5 dan pilihlah salah satu untuk menentukan nilai kualitas layanan, harga, promosi dan keputusan pembelian di McDonald's Kota Tangerang, adapun skala pernyataannya sebagai berikut :

- 1 (Sangat Tidak Setuju)
- 2 (Tidak Setuju)
- 3 (Netral)
- 4 (Setuju)
- 5 (Sangat Setuju)

KUALITAS LAYANAN (X1)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Karyawan McDonald's bersikap ramah kepada konsumen					
2	Memberikan kualitas layanan yang dapat diandalkan oleh konsumen					
3	Karyawan McDonald's mengantarkan pesanan dengan benar					
4	Karyawan McDonald's dapat menumbuhkan rasa percaya terhadap konsumen					
5	Fasilitas layanan yang modern dapat memudahkan konsumen					
6	Pelayanan sesuai dengan visi misi yang dimiliki oleh McDonald's					
7	Karyawan McDonald's siap membantu konsumen apabila mengalami kesulitan					
8	Karyawan McDonald's terampil dalam melayani konsumen					
9	Karyawan McDonald's terampil dalam melayani konsumen					
10	Karyawan McDonald's mengutamakan apa yang diperlukan konsumen					

HARGA (X2)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Produk makanan di McDonald's harganya lebih terjangkau dari kompetitor					
2	Harga produk makanan di McDonald's masih terjangkau					
3	Harga yang ditetapkan sesuai dengan kualitas yang diberikan oleh McDonald's					
4	Harga yang tersedia sangat bermanfaat bagi konsumen					
5	Harga produk makanan di McDonald's menentukan daya saing yang kuat					
6	Harga sangat menentukan kepuasan pelanggan dalam membeli produk di McDonald's					
7	Saya puas dengan kesesuaian harga dan manfaat yang saya dapatkan dari produk di McDonald's					
8	Kenaikan harga produk di McDonald's tidak mempengaruhi kepuasan saya sebagai konsumen					
9	Harga produk makanan di McDonald's setara dengan kuantitas yang diberikan					
10	Harga produk makanan di McDonald's sama di setiap storenya					

PROMOSI (X3)

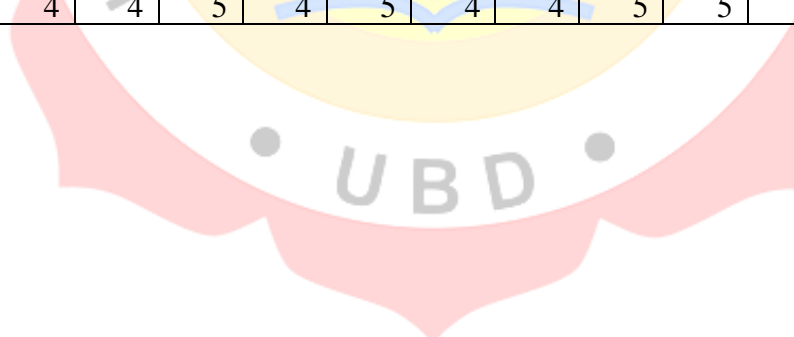
No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Ketika melihat promosi McDonald's mendorong saya untuk membeli produk makanan/minuman di McDonald's					
2	Kualitas dalam pengambilan gambar, video dan penempatan menu sangat menarik minat saya					
3	Adanya diskon dan potongan harga dalam menu membuat saya memutuskan untuk memilih dan membeli produk makanan tersebut					
4	Promosi yang saya terima sesuai dengan ekspektasi saya dan memberikan kepuasan tambahan					
5	Kerjasama dengan pihak bank atau online food (Go-food, Shopee food, dan Grab food) atau McDelivery membuat saya lebih cepat memutuskan untuk membeli produk makanan di McDonald's					
6	Informasi promosi yang disampaikan perusahaan mudah dipahami dan jelas					
7	Promosi McDonald's mempunyai kualitas dengan nilai tersendiri					
8	McDonald's melakukan promosi di media sosial, secara langsung, dan lain-lain untuk meningkatkan minat konsumen hingga kepuasan pelanggan					
9	Promosi yang saya terima sesuai dengan ekspektasi saya dan memberikan kepuasan tambahan					
10	Promosi McDonald's menggunakan strategi yang mudah dipahami					

KEPUASAN PELANGGAN (Y)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya berani merekomendasikan McDonald's kepada orang-orang karena kualitasnya yang selalu konsisten					
2	Saya selalu merasa puas dengan kualitas layanan yang diberikan oleh McDonald's					
3	Layanan pelanggan McDonald's sangat responsif terhadap kebutuhan konsumen					
4	Saya merasa puas dengan kualitas dan harga yang tidak pernah berubah-ubah sehingga saya selalu melakukan pembelian ulang di McDonald's					
5	Selalu tersedianya stock produk makanan di McDonald's membuat saya selalu datang dan membeli kembali					
6	Produk makanan di McDonald's selalu disajikan dalam keadaan hangat sehingga hal ini membuat saya merasa puas					
7	Pelayanan yang saya terima dari perusahaan selalu konsisten dan memuaskan					
8	Saya merasa puas dengan penawaran harga dan promosi yang diberikan oleh McDonald's					
9	Saya membeli produk makanan di McDonald's sesuai dengan keinginan sendiri					
10	Dengan alat dan sistem pembayaran modern membuat saya merasa puas dan senang melakukan pembelian					

84	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
85	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	38
86	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	41
87	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	39
88	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	37
89	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	38
90	5	5	4	4	5	5	3	4	4	3	37
91	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	37
92	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	38
93	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
94	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	37
95	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
96	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	40
97	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	37
98	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	37
99	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	37
100	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	37
101	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
102	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
103	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
104	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
105	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
106	4	5	5	5	5	5	3	5	5	5	43
107	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
108	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	43
109	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
110	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	37
111	4	4	5	5	5	5	5	5	3	5	42
112	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
113	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
114	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	37
115	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	44
116	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	42
117	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	41
118	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
119	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	37
120	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
121	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
122	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	37
123	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	37
124	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
125	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
126	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	43
127	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	41

128	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
129	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	37
130	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	37
131	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
132	5	3	4	4	4	4	4	4	4	5	36
133	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	37
134	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	37
135	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	37
136	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	37
137	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	37
138	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	43
139	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
140	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	43
141	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	44
142	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
143	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	42
144	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
145	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	37
146	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	37
147	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
148	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	37
149	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
150	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	39
151	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
152	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
153	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	38
154	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	38
155	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	40

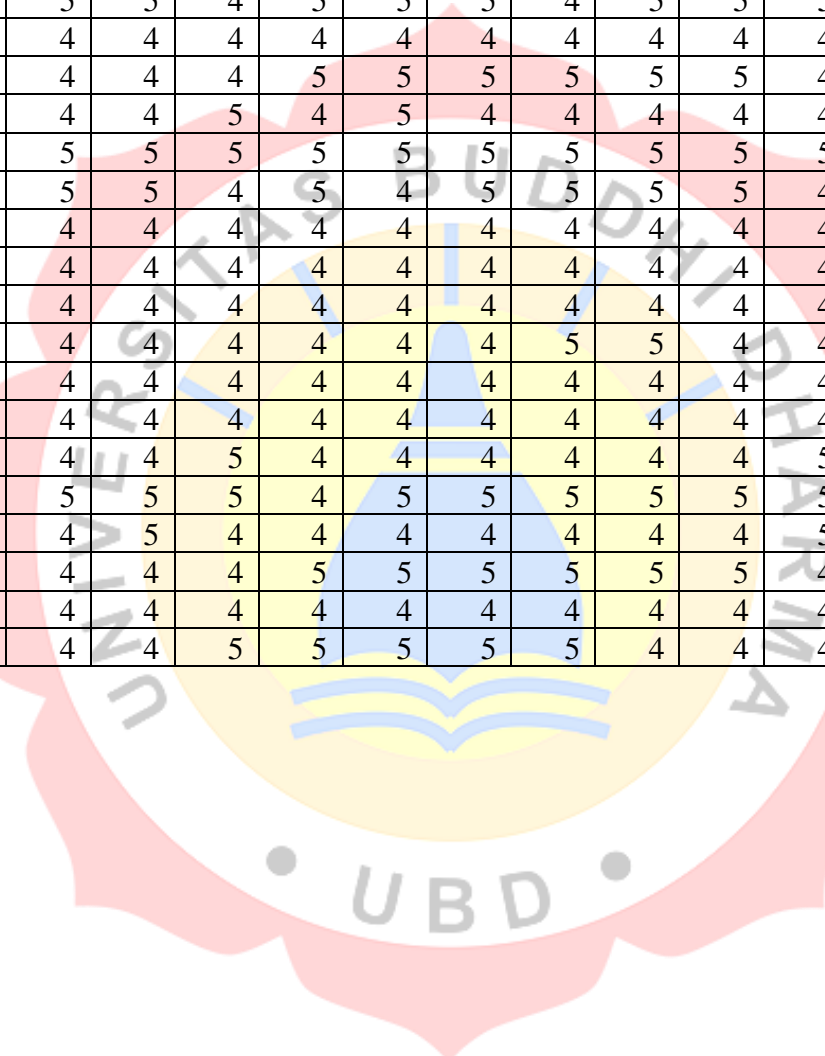


Jumlah Jawaban Dari Harga (X2)

No	X2. 1	X2. 2	X2. 3	X2. 4	X2. 5	X2. 6	X2. 7	X2. 8	X2. 9	X2. 10	Jumlah X2
1	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	41
2	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	43
3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	39
4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	42
5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	39
6	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	43
7	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	42
8	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	39
9	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	39
10	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	43
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
14	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	43
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
16	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	44
17	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	38
18	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	41
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
20	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	43
21	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	40
22	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	38
23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
24	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	42
25	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	37
26	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	39
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
28	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	43
29	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	43
30	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37
31	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	42
32	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	40
33	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
34	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	40
35	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	41
36	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	41
37	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
38	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	44
39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
41	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	42

42	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	40
43	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	39
44	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
45	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	43
46	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	41
47	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	43
48	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	44
49	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	40
50	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
51	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	44
52	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37
53	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	44
54	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	37
55	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	41
56	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	41
57	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37
58	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	42
59	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	41
60	2	4	5	4	4	4	4	4	4	4	37
61	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	37
62	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	38
63	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	40
64	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	42
65	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
66	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	39
67	4	4	5	4	5	5	5	3	4	4	39
68	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	39
69	4	4	5	4	5	3	5	4	4	4	38
70	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	42
71	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	44
72	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	43
73	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	42
74	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	41
75	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	40
76	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	38
77	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	43
78	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	41
79	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	41
80	4	5	4	5	3	4	4	4	4	4	37
81	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	35
82	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	37
83	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	38
84	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	37
85	4	3	1	4	4	4	5	3	5	4	33

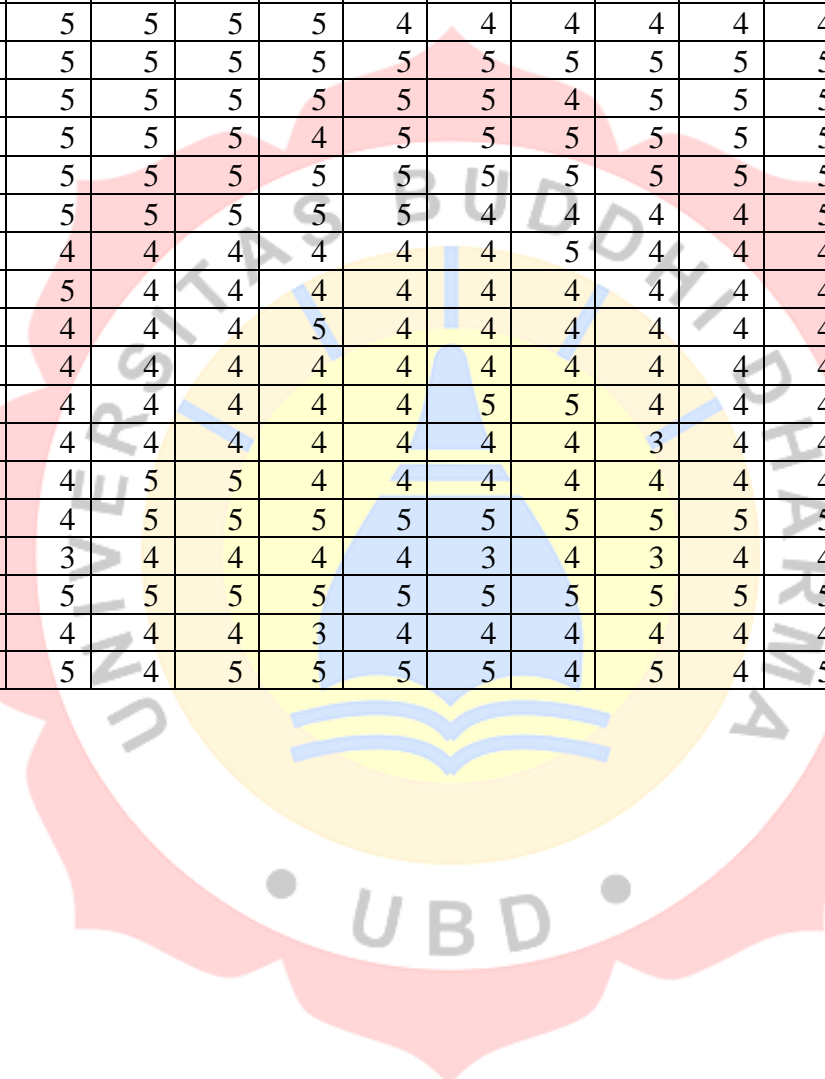
130	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
131	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
132	5	5	5	4	4	4	4	4	5	3	38
133	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	36
134	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
135	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	36
136	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
137	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
138	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	43
139	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
140	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	42
141	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	38
142	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
143	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	42
144	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
145	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
146	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
147	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	38
148	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
149	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
150	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	38
151	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	44
152	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	38
153	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	42
154	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
155	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	41



Jumlah Jawaban Dari Promosi (X3)

No	X3. 1	X3. 2	X3. 3	X3. 4	X3. 5	X3. 6	X3. 7	X3. 8	X3. 9	X3. 10	Jumlah X3
1	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	41
2	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	41
3	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	40
4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	43
5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	40
6	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	39
7	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	43
8	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	38
9	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	38
10	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	39
11	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
12	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	44
13	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	37
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
15	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	38
16	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	44
17	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	42
18	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	39
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
20	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	40
21	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	38
22	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	40
23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
24	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	44
25	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
26	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	41
27	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	38
28	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	40
29	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	44
30	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	38
31	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	42
32	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	40
33	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
34	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	40
35	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	44
36	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	44
37	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
38	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
40	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	38
41	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	42

130	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
131	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
132	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	40
133	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	37
134	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	37
135	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
136	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	37
137	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	37
138	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	39
139	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
140	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	44
141	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	44
142	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
143	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	41
144	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	37
145	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
146	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	37
147	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
148	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	38
149	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	35
150	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	38
151	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
152	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	34
153	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
154	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	35
155	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	42



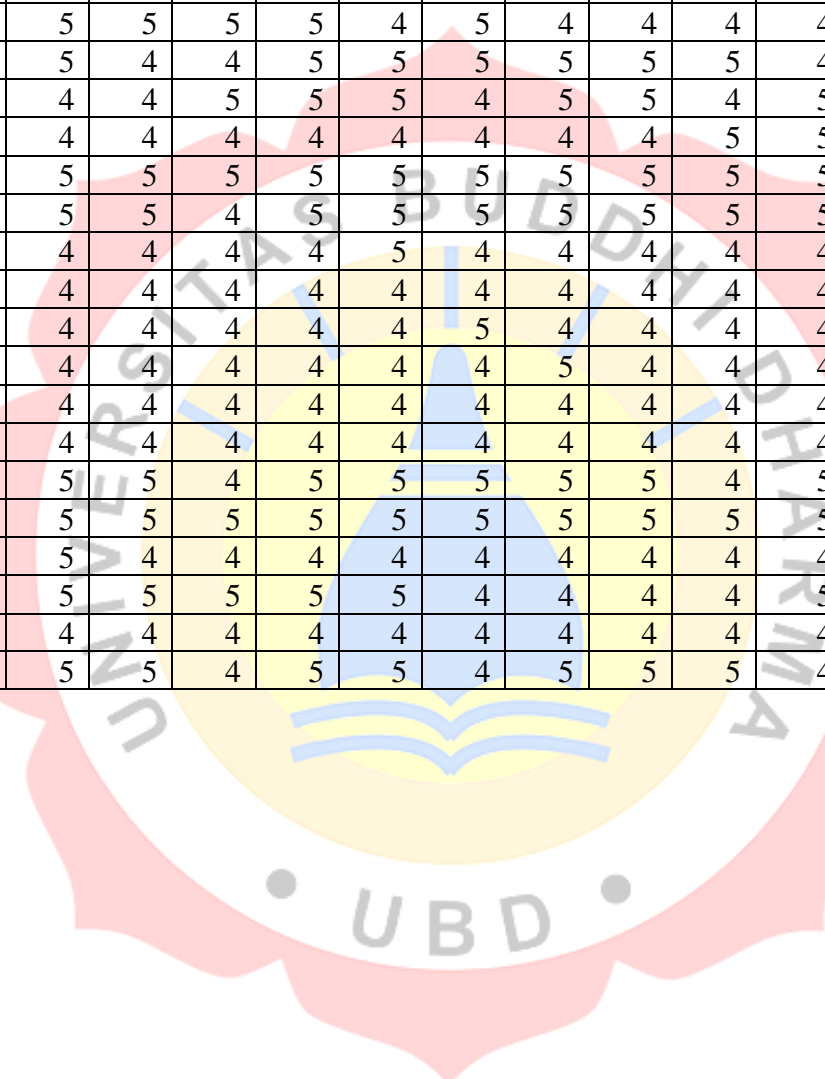
Jumlah Jawaban Dari Kepuasan Pelanggan (Y)

No	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	Jumlah Y
1	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	43
2	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	41
3	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	40
4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	41
5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	42
6	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	40
7	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	42
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
9	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	41
10	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	38
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
12	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	42
13	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	41
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
15	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	37
16	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	41
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
18	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	40
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
20	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	42
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
22	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	40
23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
24	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	41
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
26	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	40
27	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37
28	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	40
29	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	44
30	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	40
31	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	43
32	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	43
33	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
34	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	43
35	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	43
36	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	42
37	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	42
38	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
40	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	43
41	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	44

42	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	40
43	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	41
44	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	43
45	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	42
46	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	39
47	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	42
48	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	41
49	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	41
50	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	42
51	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	42
52	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	37
53	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	41
54	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
55	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	41
56	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37
57	4	5	5	4	4	4	4	3	4	4	37
58	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	39
59	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	41
60	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	37
61	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	38
62	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	38
63	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	41
64	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	43
65	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	41
66	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	41
67	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	43
68	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	42
69	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	41
70	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	41
71	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	43
72	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	38
73	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	38
74	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	37
75	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	39
76	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	41
77	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	37
78	4	5	4	5	4	5	4	3	3	4	37
79	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	40
80	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	40
81	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37
82	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	37
83	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	37
84	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	37
85	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	39

86	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	40
87	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	37
88	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	37
89	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	37
90	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	40
91	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	37
92	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	37
93	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
94	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	37
95	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
96	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	41
97	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
98	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	37
99	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	36
100	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
101	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	41
102	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	38
103	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	37
104	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	37
105	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	37
106	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
107	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	37
108	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	43
109	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	43
110	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
111	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
112	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	38
113	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
114	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
115	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	43
116	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	42
117	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	44
118	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	37
119	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	37
120	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
121	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	36
122	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
123	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
124	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	37
125	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
126	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	43
127	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	43
128	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
129	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	37

130	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	37
131	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	37
132	3	5	5	5	5	5	5	4	5	4	43
133	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	38
134	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	37
135	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
136	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	37
137	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
138	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	40
139	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	42
140	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	42
141	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	38
142	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
143	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	44
144	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	37
145	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
146	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	37
147	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	37
148	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
149	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
150	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	43
151	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
152	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
153	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	41
154	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
155	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	42



Hasil SPSS 25

Distribusi Demografi Responden

No.	Keterangan	Jumlah	Presentase (%)
1	<u>Jenis Kelamin:</u>		
	Laki-laki	77	49,7
	Perempuan	78	50,3
	Jumlah	155	100%
2	Usia:		
	>35 th	17	11%
	18-25 thn	78	50,3%
	26-30 thn	46	29,7%
	31-35 th	14	9%
	Jumlah	155	100%
3	Pengalaman:		
	Ya	155	100%
	Tidak	0	0%
	Jumlah	155	100%

Sumber: SPSS 25

Uji Validitas Kualitas Layanan (X1)

KUALITAS LAYANAN			
Pernyataan	r hitung/pearson correlation	r tabel (taraf sig 5%)	keterangan
KL1	.618	0.15	Valid
KL2	.647		
KL3	.787		
KL4	.677		
KL5	.696		
KL6	.638		
KL7	.594		
KL8	.714		
KL9	.731		
KL10	.705		

X1. 8	Pearson Correlation	.424**	.372**	.488**	.443**	.379**	.448**	.411**	1	.455**	.485**	.714**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	155	155	155	155	155	155	155	155	155	155	155
X1. 9	Pearson Correlation	.494**	.468**	.516**	.388**	.438**	.382**	.394**	.455**	1	.468**	.731**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	155	155	155	155	155	155	155	155	155	155	155
X1. 10	Pearson Correlation	.378**	.285**	.444**	.544**	.413**	.380**	.314**	.485**	.468**	1	.705**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	155	155	155	155	155	155	155	155	155	155	155
TO TAL .X1	Pearson Correlation	.618**	.647**	.787**	.677**	.696**	.638**	.596**	.714**	.731**	.705**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	155	155	155	155	155	155	155	155	155	155	155

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

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

Sumber : SPSS 25

Uji Validitas Harga (X2)

HARGA			
Pernyataan	r hitung/pearson correlation	r tabel (taraf sig 5%)	keterangan
H1	.581	0.15	Valid
H2	.709		
H3	.618		
H4	.700		
H5	.672		
H6	.688		
H7	.671		
H8	.716		
H9	.723		
H10	.668		

Tabel IV. 67 Uji Validitas Harga (X2)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	TOTAL. X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.545**	.321**	.453**	.380**	.387**	.370**	.403**	.372**	.356**	.581**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	155	155	155	155	155	155	155	155	155	155	155
X2.2	Pearson Correlation	.545**	1	.429**	.475**	.307**	.588**	.285**	.477**	.414**	.402**	.709**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	155	155	155	155	155	155	155	155	155	155	155
X2.3	Pearson Correlation	.321**	.429**	1	.396**	.375**	.267**	.343**	.371**	.279**	.287**	.618**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000
	N	155	155	155	155	155	155	155	155	155	155	155
X2.4	Pearson Correlation	.453**	.475**	.396**	1	.427**	.490**	.384**	.362**	.389**	.426**	.700**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	155	155	155	155	155	155	155	155	155	155	155
X2.5	Pearson Correlation	.380**	.307**	.375**	.427**	1	.394**	.531**	.298**	.492**	.308**	.672**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	155	155	155	155	155	155	155	155	155	155	155
X2.6	Pearson Correlation	.387**	.588**	.267**	.490**	.394**	1	.325**	.370**	.428**	.392**	.688**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	155	155	155	155	155	155	155	155	155	155	155
X2.7	Pearson Correlation	.370**	.285**	.343**	.384**	.531**	.325**	1	.421**	.522**	.317**	.671**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	155	155	155	155	155	155	155	155	155	155	155
X2.8	Pearson Correlation	.403**	.477**	.371**	.362**	.298**	.370**	.421**	1	.527**	.588**	.716**

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	155	155	155	155	155	155	155	155	155	155	155
X2.9	Pearson Correlation	.372**	.414**	.279**	.389**	.492**	.428**	.522**	.527**	1	.419**	.723**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	155	155	155	155	155	155	155	155	155	155	155
X2.10	Pearson Correlation	.356**	.402**	.287**	.426**	.308**	.392**	.317**	.588**	.419**	1	.668**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	155	155	155	155	155	155	155	155	155	155	155
TOTAL. X2	Pearson Correlation	.581**	.709**	.618**	.700**	.672**	.688**	.671**	.716**	.723**	.668**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	155	155	155	155	155	155	155	155	155	155	155

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

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

Sumber : SPSS 25

Uji Validitas Promosi (X3)

PROMOSI			
pernyataan	r hitung / pearson correlation	r tabel (taraf sig 5%)	keterangan
P1	0.594	0.15	Valid
P2	0.683		
P3	0.655		
P4	0.656		
P5	0.687		
P6	0.734		
P7	0.664		
P8	0.743		
P9	0.767		
P10	0.748		

Tabel IV. 68 Uji Validitas Promosi (X3)

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	X3.10	TOTAL. X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.458**	.485**	.270**	.458**	.373**	.408**	.448**	.432**	.435**	.594**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	155	155	155	155	155	155	155	155	155	155	155
X3.2	Pearson Correlation	.458**	1	.575**	.521**	.329**	.368**	.355**	.331**	.380**	.473**	.683**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	155	155	155	155	155	155	155	155	155	155	155
X3.3	Pearson Correlation	.485**	.575**	1	.449**	.399**	.341**	.302**	.354**	.380**	.374**	.655**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	155	155	155	155	155	155	155	155	155	155	155
X3.4	Pearson Correlation	.270**	.521**	.449**	1	.425**	.393**	.281**	.331**	.355**	.401**	.656**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	155	155	155	155	155	155	155	155	155	155	155
X3.5	Pearson Correlation	.458**	.329**	.399**	.425**	1	.466**	.429**	.446**	.454**	.401**	.687**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	155	155	155	155	155	155	155	155	155	155	155
X3.6	Pearson Correlation	.373**	.368**	.341**	.393**	.466**	1	.504**	.517**	.555**	.516**	.734**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	155	155	155	155	155	155	155	155	155	155	155
X3.7	Pearson Correlation	.408**	.355**	.302**	.281**	.429**	.504**	1	.480**	.439**	.429**	.664**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	155	155	155	155	155	155	155	155	155	155	155
X3.8	Pearson Correlation	.448**	.331**	.354**	.331**	.446**	.517**	.480**	1	.694**	.538**	.743**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000

	N	155	155	155	155	155	155	155	155	155	155	155
X3.9	Pearson Correlation	.432**	.380**	.380**	.355**	.454**	.555**	.439**	.694**	1	.602**	.767**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	155	155	155	155	155	155	155	155	155	155	155
X3.10	Pearson Correlation	.435**	.473**	.374**	.401**	.401**	.516**	.429**	.538**	.602**	1	.748**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	155	155	155	155	155	155	155	155	155	155	155
TOTAL X3	Pearson Correlation	.594**	.683**	.655**	.656**	.687**	.734**	.664**	.743**	.767**	.748**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	155	155	155	155	155	155	155	155	155	155	155

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

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

Sumber : SPSS 25

Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)

KEPUASAN PELANGGAN			
pernyataan	r hitung / pearson correlation	r tabel (taraf sig 5%)	keterangan
KP1	0.665	0.15	Valid
KP2	0.640		
KP3	0.580		
KP4	0.677		
KP5	0.622		
KP6	0.654		
KP7	0.617		
KP8	0.640		
KP9	0.700		
KP10	0.716		

Tabel IV. 69 Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	TOTAL. Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.496**	.459**	.459**	.348**	.459**	.317**	.422**	.473**	.456**	.665**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	155	155	155	155	155	155	155	155	155	155	155
Y.2	Pearson Correlation	.496**	1	.330**	.486**	.241**	.357**	.212**	.407**	.321**	.379**	.640**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.003	.000	.008	.000	.000	.000	.000
	N	155	155	155	155	155	155	155	155	155	155	155
Y.3	Pearson Correlation	.459**	.330**	1	.320**	.397**	.273**	.240**	.189*	.347**	.313**	.580**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.001	.003	.018	.000	.000	.000
	N	155	155	155	155	155	155	155	155	155	155	155
Y.4	Pearson Correlation	.459**	.486**	.320**	1	.307**	.510**	.335**	.348**	.232**	.420**	.677**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.004	.000	.000
	N	155	155	155	155	155	155	155	155	155	155	155
Y.5	Pearson Correlation	.348**	.241**	.397**	.307**	1	.316**	.303**	.272**	.439**	.358**	.622**
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.000	.000		.000	.000	.001	.000	.000	.000
	N	155	155	155	155	155	155	155	155	155	155	155
Y.6	Pearson Correlation	.459**	.357**	.273**	.510**	.316**	1	.351**	.371**	.293**	.368**	.654**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	155	155	155	155	155	155	155	155	155	155	155
Y.7	Pearson Correlation	.317**	.212**	.240**	.335**	.303**	.351**	1	.343**	.449**	.384**	.617**
	Sig. (2-tailed)	.000	.008	.003	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	155	155	155	155	155	155	155	155	155	155	155
Y.8	Pearson Correlation	.422**	.407**	.189*	.348**	.272**	.371**	.343**	1	.412**	.365**	.640**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.018	.000	.001	.000	.000		.000	.000	.000

	N	155	155	155	155	155	155	155	155	155	155	155
Y.9	Pearson Correlation	.473**	.321**	.347**	.232**	.439**	.293**	.449**	.412**	1	.596**	.700**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.004	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	155	155	155	155	155	155	155	155	155	155	155
Y.10	Pearson Correlation	.456**	.379**	.313**	.420**	.358**	.368**	.384**	.365**	.596**	1	.716**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	155	155	155	155	155	155	155	155	155	155	155
TOTAL. Y	Pearson Correlation	.665**	.640**	.580**	.677**	.622**	.654**	.617**	.640**	.700**	.716**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	155	155	155	155	155	155	155	155	155	155	155

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

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

Sumber : SPSS 25

Uji Reliability Kualitas Layanan (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.873	10

Sumber : SPSS 25

Uji Reliability Harga (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.869	10

Sumber : SPSS 25

Uji Reliability Promosi (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.883	10

Sumber : SPSS 25

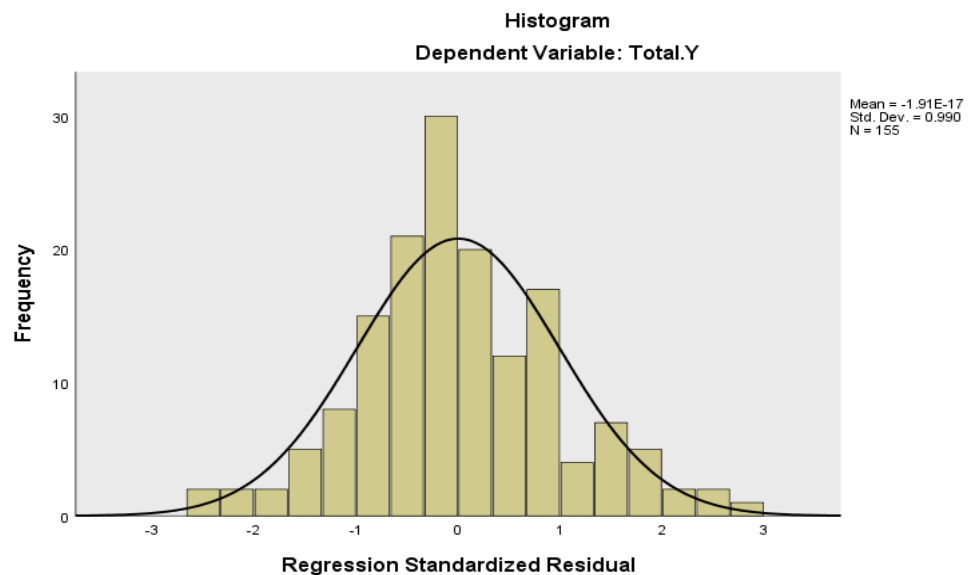
Uji Reliability Kepuasan Pelanggan (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.853	10

Sumber : SPSS 25

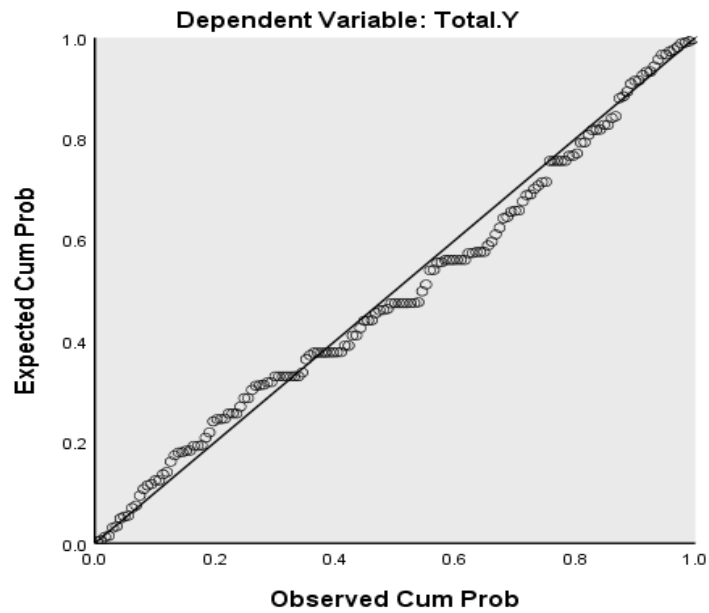
Hasil Uji Normalitas – Grafik Histogram



Sumber : SPSS 25

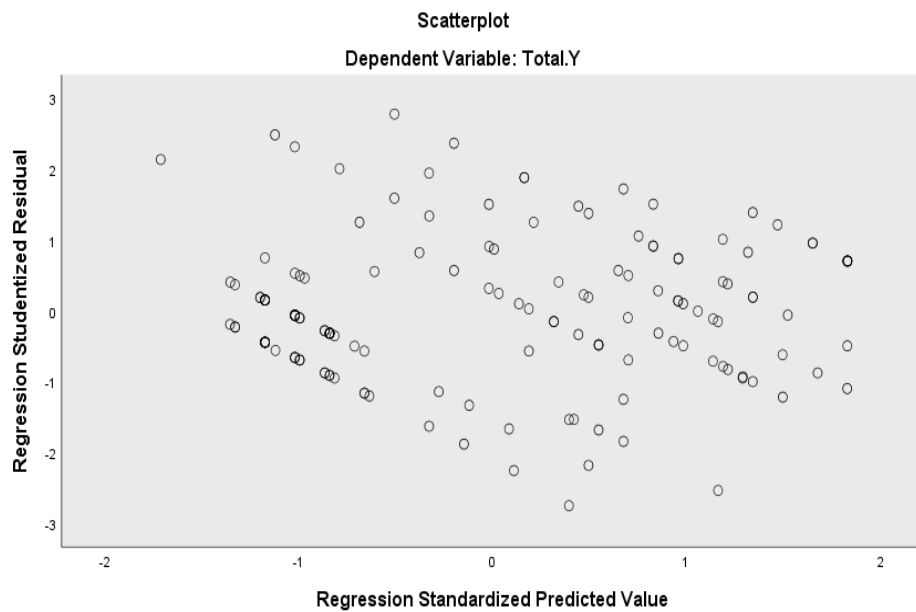
Hasil Uji Normalitas – Normal Probability Plot

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber : SPSS 25

Hasil Uji Heteroskedastitas dengan Scatterplot



Sumber : SPSS 25

Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	8.415	1.840		4.574	.000		
Kualitas Layanan	.001	.069	.001	.013	.990	.368	2.718
Harga	.423	.070	.469	6.014	.000	.366	2.732
Promosi	.363	.065	.410	5.611	.000	.417	2.398

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : SPSS 25

Uji Regresi Sederhana X1 terhadap Y

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.648 ^a	.420	.416	2.211

a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : SPSS 25

Hasil Uji T Pengaruh Kualitas Layanan (X1) Terhadap Kepuasan

Pelanggan (Y)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.878	2.159		7.817	.000
	Kualitas Layanan	.574	.055	.648	10.517	.000

Sumber : SPSS 25

Uji Regresi Sederhana X2 terhadap Y

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.763 ^a	.582	.579	1.876

a. Predictors: (Constant), Harga

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : SPSS 25

Hasil Uji T Pengaruh Harga (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.297	1.870		6.577	.000
	Harga	.689	.047	.763	14.602	.000

Sumber : SPSS 25

Uji Regresi Sederhana X3 terhadap Y

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.746 ^a	.557	.554	1.932

a. Predictors: (Constant), Harga

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : SPSS 25

Hasil Uji T Pengaruh Promosi (X3) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.396	1.890		7.089	.000
	Promosi	.661	.048	.746	13.865	.000

Sumber : SPSS 25

Hasil Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	10.006	1.690		5.920	.000
Kualitas Layanan	-.303	.058	-.353	-5.186	.000
Harga	.578	.064	.640	9.090	.000
Promosi	.471	.059	.532	7.995	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : SPSS 25

Hasil Uji Parsial F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	921.323	3	307.108	126.216	.000 ^b
Residual	367.413	151	2.433		
Total	1288.735	154			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Promosi, Kualitas Layanan, Harga

Sumber : SPSS 25

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted koefis	Std. Error of the Estimate
1	.815 ^a	.664	.657	1.693

a. Predictors: (Constant), Promosi, Kualitas.Layanan, Harga

Sumber : SPSS 25

Tabel Tabel r untuk df

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
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 = 121 –160)

Pr df	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
121	0.67652	1.28859	1.65754	1.97976	2.35756	2.61707	3.15895
122	0.67651	1.28853	1.65744	1.97960	2.35730	2.61673	3.15838
123	0.67649	1.28847	1.65734	1.97944	2.35705	2.61639	3.15781
124	0.67647	1.28842	1.65723	1.97928	2.35680	2.61606	3.15726
125	0.67646	1.28836	1.65714	1.97912	2.35655	2.61573	3.15671
126	0.67644	1.28831	1.65704	1.97897	2.35631	2.61541	3.15617
127	0.67643	1.28825	1.65694	1.97882	2.35607	2.61510	3.15565
128	0.67641	1.28820	1.65685	1.97867	2.35583	2.61478	3.15512
129	0.67640	1.28815	1.65675	1.97852	2.35560	2.61448	3.15461
130	0.67638	1.28810	1.65666	1.97838	2.35537	2.61418	3.15411
131	0.67637	1.28805	1.65657	1.97824	2.35515	2.61388	3.15361
132	0.67635	1.28800	1.65648	1.97810	2.35493	2.61359	3.15312
133	0.67634	1.28795	1.65639	1.97796	2.35471	2.61330	3.15264
134	0.67633	1.28790	1.65630	1.97783	2.35450	2.61302	3.15217

135	0.67631	1.28785	1.65622	1.97769	2.35429	2.61274	3.15170
136	0.67630	1.28781	1.65613	1.97756	2.35408	2.61246	3.15124
137	0.67628	1.28776	1.65605	1.97743	2.35387	2.61219	3.15079
138	0.67627	1.28772	1.65597	1.97730	2.35367	2.61193	3.15034
139	0.67626	1.28767	1.65589	1.97718	2.35347	2.61166	3.14990
140	0.67625	1.28763	1.65581	1.97705	2.35328	2.61140	3.14947
141	0.67623	1.28758	1.65573	1.97693	2.35309	2.61115	3.14904
142	0.67622	1.28754	1.65566	1.97681	2.35289	2.61090	3.14862
143	0.67621	1.28750	1.65558	1.97669	2.35271	2.61065	3.14820
144	0.67620	1.28746	1.65550	1.97658	2.35252	2.61040	3.14779
145	0.67619	1.28742	1.65543	1.97646	2.35234	2.61016	3.14739
146	0.67617	1.28738	1.65536	1.97635	2.35216	2.60992	3.14699
147	0.67616	1.28734	1.65529	1.97623	2.35198	2.60969	3.14660
148	0.67615	1.28730	1.65521	1.97612	2.35181	2.60946	3.14621
149	0.67614	1.28726	1.65514	1.97601	2.35163	2.60923	3.14583
150	0.67613	1.28722	1.65508	1.97591	2.35146	2.60900	3.14545
151	0.67612	1.28718	1.65501	1.97580	2.35130	2.60878	3.14508
152	0.67611	1.28715	1.65494	1.97569	2.35113	2.60856	3.14471
153	0.67610	1.28711	1.65487	1.97559	2.35097	2.60834	3.14435
154	0.67609	1.28707	1.65481	1.97549	2.35081	2.60813	3.14400
155	0.67608	1.28704	1.65474	1.97539	2.35065	2.60792	3.14364
156	0.67607	1.28700	1.65468	1.97529	2.35049	2.60771	3.14330
157	0.67606	1.28697	1.65462	1.97519	2.35033	2.60751	3.14295
158	0.67605	1.28693	1.65455	1.97509	2.35018	2.60730	3.14261
159	0.67604	1.28690	1.65449	1.97500	2.35003	2.60710	3.14228
160	0.67603	1.28687	1.65443	1.97490	2.34988	2.60691	3.14195

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
136	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
137	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	1.76	1.74
138	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
139	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
140	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
141	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
142	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
143	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
144	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
145	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
146	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.85	1.82	1.79	1.76	1.74
147	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
148	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
149	3.90	3.06	2.67	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
150	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
151	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
152	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
153	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.78	1.76	1.73
154	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.78	1.76	1.73
155	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.78	1.76	1.73
156	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.76	1.73

157	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.76	1.73
158	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
159	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
160	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
161	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
162	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
163	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
164	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
165	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
166	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
167	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
168	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
169	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
170	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
171	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
172	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
173	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
174	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
175	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
176	3.89	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
177	3.89	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
178	3.89	3.05	2.66	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
179	3.89	3.05	2.66	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
180	3.89	3.05	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.75	1.72