

DAFTAR PUSTAKA

- Adhari, I. Z. (2021). *Kepuasan Pelanggan & Pencapaian Brand Trust* (1st ed.). Penerbit : CV. Penerbit Qiara Media Pasuruan.
- Afif, M. F., Saryadi, S., & Werdani, R. E. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 11(2), 370–380. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.34750>
- Afrilliana, N. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Grab di Kota Palembang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 1(2), 46–55. <https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v1i2.119>
- Agam, M. D. E., Waluyo, H. D., & Budiatmo, A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Gubug Makan Mang Engking Ungaran. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(3), 390–398. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.34878>
- Arianto, N. (2022). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit : Cipta Media Nusantara Surabaya.
- Arif, D., & Ekasari, R. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Suasana Cafe Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ecopreneur.12 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 3(2), 139–146. <https://doi.org/10.51804/econ12.v3i2.780>
- Arifin, M. Z., Rasyidah, I. M., & Bisari, N. A. (2022). Analisis Pengaruh Marketing Mix 7P Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada CV. Karya Apik MAN 3 Jombang). *Jurnal Inovasi Penelitian*, 3(2), 4873–4886. <https://doi.org/10.47492/jip.v3i2.1751>
- Astuti, M., & Amanda, A. R. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Penerbit : Deepublish Yogyakarta.
- Astuti, R., Ardila, I., & Lubis, R. R. (2019). Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Converse The Effect of Promotion and Product Quality on the Purchase Decision of Converse Brand Shoes. *Jurnal AKMAMI*, 2(2), 204–219. <https://doi.org/10.53695/ja.v2i2.154>
- Basuki, A. T. (2015). *Analisis Statistik Dengan SPSS*. Penerbit : Danisa Media Yogyakarta.

- Dharmmesta, B. S. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit : Universitas Terbuka Tangerang Selatan.
- Estiana, R., Karomah, N. G., & Setiady, T. (2022). *Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi Pada UMKM*. Penerbit : Deepublish Yogyakarta.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran (Dasar dan Konsep)*. Penerbit : CV. Penerbit Qiara Media Pasuruan.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Penerbit : Universitas Diponegoro Semarang.
- Hairun, Y. (2020). *Evaluasi dan Penilaian Dalam Pembelajaran*. Penerbit : Deepublish Yogyakarta.
- Hek, T. K. (2021). *Pengantar Statistika*. Penerbit : Yayasan Kita Menulis Medan.
- Hidayati, I. R., & Susanti, N. (2020). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan, Kualitas Pelayanan Elektronik, dan Promosi Pada Aplikasi PLN Mobile Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. PLN Distribusi Jawa Timur di Surabaya. *JEM17: Jurnal Ekonomi Manajemen*, 3(2), 75–104. <https://doi.org/10.30996/jem17.v3i2.3459>
- Ibrahim, M. N. E. (2021). *Produk Kreatif dan Kewirausahaan Akuntansi dan Keuangan Lembaga*. Penerbit : ANDI Yogyakarta.
- Indahingwati, A. (2019). *Kepuasan Konsumen Pada Kualitas Layanan SIM Keliling*. Penerbit : CV. JAKAD Surabaya.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Penerbit : Unitomo Press Surabaya.
- Jawangga, Y. H. (2019). *Dasar-Dasar Manajemen*. Penerbit : PT. Cempaka Putih Aceh.
- Mahmud, N., & Firdaus, F. (2021). Pengaruh Promosi Penjualan Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Counter Jalan Kencana Semarang. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis STIE Anindyaguna*, 3(2), 240–255. <https://doi.org/10.0593/jae.v3i2>
- Maryati, M., & Khoiri, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 542–550. <https://doi.org/10.34308/eqien.v11i1.779>

- Masili, V., Lumanauw, B., & Tielung, M. V. J. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Usaha Toko Bahan Bangunan Mentari di Desa Sea Kecamatan Peneleng Kabupaten Minahasa. *Jurnal EMBA*, 10(4), 44–51. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i4.43690>
- Maulana, M. I. N. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Artfresh. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 5(6), 512-521. <https://doi.org/10.37715/jp.v5i6.1854>
- Mulyapradana, A., Anjarini, A. D., & Harnoto. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Tempo Cabang Tegal. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 3(1), 26–38. <https://doi.org/10.36778/jesya.v3i1.115>
- Muspiha, M. (2023). *Platform Digital: Harga, Kualitas Pelayanan & Kepuasan Pelanggan*. Penerbit : Rena Cipta Mandiri Malang.
- Prilano, K., Sudarso, A., & Fajrillah, F. (2020). Pengaruh Harga, Keamanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1(1), 1–10. <https://doi.org/10.47065/jbe.v1i1.56>
- Putranto, A. T., Kumara, D., & Syahria, S. (2021). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Masakan Jepang En Dining. *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, 5(1), 57–68. <https://doi.org/10.35308/jbkan.v5i1.3410>
- Rahardjo, S. A., Iswati, I., & Fitriyasaki, A. (2024). Pengaruh Harga Promosi dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Aplikasi Shopeefood di Surabaya Selatan. *Jurnal Ekonomi, Koperasi & Kewirausahaan*, 15(2), 1–13. <https://doi.org/10.59188/covalue.v15i2.4551>
- Riduwan, R., & Akdon, A. (2020). *Rumus dan Data Dalam Aplikasi Statistika*. Penerbit : ALFABETA Bandung.
- Rinnanik, R., Pariyanti, E., Bakhri, S., Buchori, Sulastri, S., Dede, D., Mardiono, T., Sugiono, S., Gumanti, M., & Misubargo, M. (2021). *Ilmu Manajemen di Era 4.0*. Penerbit : ADAB Indramayu.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Penerbit : Deepublish Yogyakarta.

- Saleh, M. Y., & Said, M. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran*. Penerbit : CV. Sah Media Makassar.
- Sanjaya, P. S., Suyantari, E. P., Dewi, P. P., Jamil, S. H., Kusuma, P. S. A. J., Wahyuni, R., Sunarmi, S., Atmoko, A. D., Patni, N. L. P. S. S., Pontoh, I. F., Natanael, Y. A., Saeni, A. A., & Permana, G. P. L. (2023). *Akuntansi Manajemen*. Penerbit : Intelektual Manifes Media Bali.
- Senggetang, V., Mandey, S. L., & Moniharapon, S. (2019). Pengaruh Lokasi, Promosi dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado. *Jurnal EMBA*, 7(1), 881–890. <https://doi.org/10.35794/emba.v7i1.22916>
- Sholikah, S., Mundzir, A., Y, N., Trisavinaningdiah, A., Djaya, T. R., Purwaningsih, N., Angmalisang, S. I., Riorini, S. V., Wiliana, E., Depari, G. S., Ekopriyono, A., Mahmud, M., Pujiastuti, N. S., & Rahajeng, E. (2021). *Manajemen Pemasaran: Saat Ini dan Masa Depan*. Penerbit : Insania Cirebon.
- Simanihuruk, P., Zilfana, Prahendratno, A., Tamba, D., Sagala, R., Ahada, R., Purba, M. L. B., Hidayat, D. R., & Rachman, S. H. (2023). *Memahami Perilaku Konsumen (Strategi Pemasaran Yang Efektif Pada Era Digital)*. Penerbit : PT. Sonpedia Publishing Indonesia Jambi.
- Simanjuntak, D. C. Y., Sirait, I. F., Nathania, I., & Haristio, P. (2022). Effect of Service Quality, Price and Promotion on Customer Satisfaction at PT. Mestika Power. *Journal of Research in Business, Economics, and Education*, 4(3), 69–76. <https://doi.org/10.55683/jrbee.v4i3.380>
- Srisusilawati, P. (2020). *Kualitas Pelayanan dan Strategi Promosi Terhadap Loyalitas Nasabah*. Penerbit : CV. Pena Persada Purwokerto.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Penerbit : ALFABETA Bandung.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Penerbit : ALFABETA Bandung.
- Sunyoto, D., & Susanti, F. E. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Penerbit : CAPS Jakarta.
- Supriadi. (2018). *Konsep Harga Dalam Ekonomi Islam*. Penerbit : GUEPEDIA Bogor.

- Supristiwendi, S., Marlita, Y., & Anzhita, S. (2023). Pengaruh Harga, Produksi dan Kualitas Emping Melinjo Aceh Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal MeA*, 8(2), 85–96. <https://doi.org/10.33087/mea.v8i2.152>
- Supriyono, R. . (2018). *Akuntansi Keperilakuan*. Penerbit : Gadjah Mada University Press Yogyakarta.
- Swarjana, K. (2022). *Populasi-Sampel Teknik Sampling & Bias Dalam Penelitian*. Penerbit : ANDI Yogyakarta.
- Syerlina, S., Imran, U. D., & Asbara, N. W. (2022). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Laundry 99 Di Makassar. *Nobel Management Review*, 3(4), 622–634. <https://doi.org/10.37476/nmar.v3i4.3453>
- Yamin, S. (2021). *Tutorial Statistik: SPSS, LISREL, WARPPLS & JASP (Mudah & Aplikatif)*. Penerbit : PT. Dewangga Energi Internasional Depok.
- Yucha, N., Lailatul, U., & Setiawan, S. (2021). Promosi, Kualitas Pelayanan, Dan Diversifikasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan X. *Jurnal Ecopreneur*, 4(1), 69–79. <https://doi.org/10.51804/econ12.v4i1.921>
- Yuliana, Y., & Purnama, I. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan dan Nilai Pelanggan Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pada PO. Titian Mas Cabang Bima. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 4(2), 162–170. <https://doi.org/10.37479/jimb.v4i2.11598>

LAMPIRAN

Lampiran 1

Kuesioner Pra-Survei Faktor-Faktor Kepuasan Konsumen

Assalamualaikum wr.wb

Perkenalkan, saya Diana Handayani mahasiswa Universitas Binaniaga Indonesia Program Studi Manajemen Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Binsis. Saat ini saya sedang melakukan penelitian dalam rangka penyelesaian studi dengan judul **“PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN RESTO GURAME COBEK MANG DAYAT”**.

Terkait dengan hal tersebut, saya memohon ketersediaan Bapak/Ibu/Saudara/i, untuk meluangkan waktunya mengisi kuesioner ini. Kuesioner ini adalah salah satu sarana untuk memperoleh data yang diperlukan untuk penelitian proposal ini.

Bapak/Ibu/Saudara/i, jawaban yang diberikan tidak akan dinilai salah atau benar. Serta, kerahasiaan data penelitian akan dijamin dan saya mengharapkan informasi dan jawaban yang sesungguhnya dari Bapak/Ibu/Saudara/i sesuai kondisi yang dirasakan sebagai konsumen Resto Gurame Cobek Mang Dayat.

Atas waktu dan ketersediaan Bapak/Ibu/Saudara/i saya ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum wr.wb

Hormat saya,

(Diana Handayani)

Identitas Responden

Berilah tanda check list ($\surd$) untuk setiap jawaban yang menurut anda paling sesuai dengan diri anda.

Jenis Kelamin

- ☐ Laki-Laki
- ☐ Perempuan

Domisili Responden

- ☐ Kota Bogor
- ☐ Kabupaten Bogor
- ☐ Lainnya

A. Petunjuk Pengisian Kuesioner

1. Sebelum menjawab pastikan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk membaca setiap butir pertanyaan atau pernyataan.
2. Bapak/Ibu/Saudara/i tinggal beri tanda *check list* ($\checkmark$) pada kolom yang sesuai dengan pilihan.
3. Silahkan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk memilih jawaban yang sesuai dengan persepsi Bapak/Ibu/Saudara/i.
4. Mohon tidak meninggalkan jawaban kosong pada setiap butir pernyataan.

B. Keterangan Jawaban

- ☐ Ya
- ☐ Tidak

Pernyataan Kuesioner

NO	PERNYATAAN	YA	TIDAK
1.	Saya merasa puas pada kualitas produk Resto Gurame Cobek Mang Dayat yang disajikan dengan lezat.		
2.	Resto Gurame Cobek Mang Dayat memiliki kualitas pelayanan yang baik sehingga sesuai dengan harapan saya.		
3.	Saya merasa puas setelah mengkonsumsi produk di Resto Gurame Cobek Mang Dayat saat diadakannya promosi.		
4.	Harga produk di Resto Gurame Cobek Mang Dayat lebih murah dibandingkan pesaing lain.		
5.	Saya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan Resto Gurame Cobek Mang Dayat meskipun harus mengeluarkan biaya tambahan (<i>tax</i>).		

Lampiran 2

Kuesioner Pra-Survei

Assalamualaikum wr.wb

Perkenalkan, saya Diana Handayani mahasiswa Universitas Binaniaga Indonesia Program Studi Manajemen Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Binsis. Saat ini saya sedang melakukan penelitian dalam rangka penyelesaian studi dengan judul **“PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN RESTO GURAME COBEK MANG DAYAT”**.

Terkait dengan hal tersebut, saya memohon ketersediaan Bapak/Ibu/Saudara/i, untuk meluangkan waktunya mengisi kuesioner ini. Kuesioner ini adalah salah satu sarana untuk memperoleh data yang diperlukan untuk penelitian proposal ini.

Bapak/Ibu/Saudara/i, jawaban yang diberikan tidak akan dinilai salah atau benar. Serta, kerahasiaan data penelitian akan dijamin dan saya mengharapkan informasi dan jawaban yang sesungguhnya dari Bapak/Ibu/Saudara/i sesuai kondisi yang dirasakan sebagai konsumen Resto Gurame Cobek Mang Dayat.

Atas waktu dan ketersediaan Bapak/Ibu/Saudara/i saya ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum wr.wb

Hormat saya,

(Diana Handayani)

Identitas Responden

Berilah tanda check list ($\surd$) untuk setiap jawaban yang menurut anda paling sesuai dengan diri anda.

Jenis Kelamin

- ☐ Laki-Laki
- ☐ Perempuan

Usia

- ☐ < 18 Tahun
- ☐ 18 – 23 Tahun
- ☐ 24 – 30 Tahun
- ☐ > 30 Tahun

Pekerjaan

- ☐ Pelajar/Mahasiswa
- ☐ Karyawan Swasta
- ☐ Wirausaha
- ☐ PNS
- ☐ Ibu Rumah Tangga
- ☐ Lainnya

Penghasilan per bulan

- ☐ < Rp 1.000.000
- ☐ Rp 1.000.000 – Rp 3.000.000
- ☐ Rp 3.000.000 – Rp 5.000.000
- ☐ > Rp 5.000.000
- ☐ Lainnya

Domisili Responden

- ☐ Kota Bogor
- ☐ Kabupaten Bogor
- ☐ Lainnya

A. Petunjuk Pengisian Kuesioner

1. Sebelum menjawab pastikan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk membaca setiap butir pertanyaan atau pernyataan.
2. Bapak/Ibu/Saudara/i tinggal beri tanda *check list* ($\checkmark$) pada kolom yang sesuai dengan pilihan.
3. Silahkan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk memilih jawaban yang sesuai dengan persepsi Bapak/Ibu/Saudara/i.
4. Mohon tidak meninggalkan jawaban kosong pada setiap butir pernyataan.

B. Keterangan Jawaban

- STS : Sangat Tidak Setuju
- TS : Tidak Setuju
- N : Netral
- S : Setuju
- SS : Sangat Setuju

Pernyataan Kuesioner

	VARIABEL HARGA	STS	TS	N	S	SS
1.	Harga di Resto Gurame Cobek Mang Dayat bisa dijangkau oleh semua kalangan.					
2.	Resto Gurame Cobek Mang Dayat memberikan harga yang sesuai dengan kualitas produknya.					
3.	Harga produk makanan di Resto Gurame Cobek Mang Dayat lebih murah dibandingkan dengan pesaing.					
4.	Saya membeli produk di Resto Gurame Cobek Mang Dayat karena manfaat yang dirasakan sesuai dengan harga yang dikeluarkan.					

	VARIABEL PROMOSI	STS	TS	N	S	SS
5.	Saya tertarik mengkonsumsi produk di Resto Gurame Cobek Mang Dayat karena melihat iklan produknya melalui media promosi offline (reklame).					
6.	Resto Gurame Cobek Mang Dayat melakukan promosi dengan memberikan diskon kepada konsumen.					
7.	Karyawan Resto Gurame Cobek Mang Dayat dapat menjawab pertanyaan konsumen mengenai produk yang dijualnya.					

	VARIABEL KUALITAS PELAYANAN	STS	TS	N	S	SS
8.	Karyawan Resto Gurame Cobek Mang Dayat berpenampilan rapi saat melayani.					
9.	Karyawan Resto Gurame Cobek Mang Dayat memiliki kesungguhan dalam memberikan perhatian kepada konsumen.					

	VARIABEL KUALITAS PELAYANAN	STS	TS	N	S	SS
10.	Resto Gurame Cobek Mang Dayat cepat dalam menyajikan produk yang dipesan oleh saya.					
11.	Karyawan Resto Gurame Cobek Mang Dayat cepat merespons apa yang dikeluhkan oleh saya.					
12.	Karyawan Resto Gurame Cobek Mang Dayat memberikan pelayanan yang ramah sehingga membuat saya yakin untuk membeli produknya.					

	VARIABEL KEPUASAN KONSUMEN	STS	TS	N	S	SS
13.	Saya merasa puas saat mengkonsumsi produk di Resto Gurame Cobek Mang Dayat karena sudah sesuai harapan.					
14.	Saya tidak akan beralih ke pesaing lain untuk mengkonsumsi produk yang dijualnya.					
15.	Saya bersedia merekomendasikan ke orang-orang terdekat terkait produk di Resto Gurame Cobek Mang Dayat.					

Lampiran 3

Kuesioner Penelitian

Assalamualaikum wr.wb

Perkenalkan, saya Diana Handayani mahasiswa Universitas Binaniaga Indonesia Program Studi Manajemen Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Binsis. Saat ini saya sedang melakukan penelitian dalam rangka penyelesaian studi dengan judul **“PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN RESTO GURAME COBEK MANG DAYAT”**.

Terkait dengan hal tersebut, saya memohon ketersediaan Bapak/Ibu/Saudara/i, untuk meluangkan waktunya mengisi kuesioner ini. Kuesioner ini adalah salah satu sarana untuk memperoleh data yang diperlukan untuk penelitian skripsi ini.

Bapak/Ibu/Saudara/i, jawaban yang diberikan tidak akan dinilai salah atau benar. Serta, kerahasiaan data penelitian akan dijamin dan saya mengharapkan informasi dan jawaban yang sesungguhnya dari Bapak/Ibu/Saudara/i sesuai kondisi yang dirasakan sebagai konsumen Resto Gurame Cobek Mang Dayat.

Atas waktu dan ketersediaan Bapak/Ibu/Saudara/i saya ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum wr.wb

Hormat saya,

(Diana Handayani)

Identitas Responden

Berilah tanda check list ($\surd$) untuk setiap jawaban yang menurut anda paling sesuai dengan diri anda.

Jenis Kelamin

- ☐ Laki-Laki
- ☐ Perempuan

Usia

- ☐ < 18 Tahun
- ☐ 18 – 23 Tahun
- ☐ 24 – 30 Tahun
- ☐ > 30 Tahun

Pekerjaan

- ☐ Pelajar/Mahasiswa
- ☐ Karyawan Swasta
- ☐ Wirausaha
- ☐ PNS
- ☐ Ibu Rumah Tangga
- ☐ Lainnya

Penghasilan per bulan

- ☐ < Rp 1.000.000
- ☐ Rp 1.000.000 – Rp 3.000.000
- ☐ Rp 3.000.000 – Rp 5.000.000
- ☐ > Rp 5.000.000
- ☐ Lainnya

Domisili Responden

- ☐ Kota Bogor
- ☐ Kabupaten Bogor
- ☐ Lainnya

A. Petunjuk Pengisian Kuesioner

1. Sebelum menjawab pastikan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk membaca setiap butir pertanyaan atau pernyataan.
2. Bapak/Ibu/Saudara/i tinggal beri tanda *check list* ($\checkmark$) pada kolom yang sesuai dengan pilihan.
3. Silahkan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk memilih jawaban yang sesuai dengan persepsi Bapak/Ibu/Saudara/i.
4. Mohon tidak meninggalkan jawaban kosong pada setiap butir pernyataan.

B. Keterangan Jawaban

- STS : Sangat Tidak Setuju
- TS : Tidak Setuju
- N : Netral
- S : Setuju
- SS : Sangat Setuju

Pernyataan Kuesioner

	VARIABEL HARGA	STS	TS	N	S	SS
Keterjangkauan Harga						
1.	Harga di Resto Gurame Cobek Mang Dayat bisa dijangkau oleh semua kalangan.					
2.	Harga produk di Resto Gurame Cobek Mang Dayat bervariasi dari yang termurah sampai yang termahal.					
3.	Resto Gurame Cobek Mang Dayat memberikan harga pada produknya sesuai kemampuan saya.					
Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk						
4.	Resto Gurame Cobek Mang Dayat memberikan harga yang sesuai dengan kualitas produknya.					
5.	Saya membeli produk di Resto Gurame Cobek Mang Dayat karena kualitas produknya lebih baik dibandingkan pesaing lain.					
6.	Saya mengonsumsi produk di Resto Gurame Cobek Mang Dayat karena memiliki kualitas produk yang sepadan dengan harganya.					
Daya Saing Harga						
7.	Harga produk makanan di Resto Gurame Cobek Mang Dayat lebih murah dibandingkan dengan pesaing.					
8.	Harga produk minuman di Resto Gurame Cobek Mang Dayat lebih murah dibandingkan dengan pesaing.					
9.	Saya membeli produk di Resto Gurame Cobek Mang Dayat karena harga yang diberikan sesuai dengan kemampuan saya.					
Kesesuaian Harga dengan Manfaat						
10.	Saya membeli produk di Resto Gurame Cobek Mang Dayat karena manfaat yang dirasakan sesuai dengan harga yang dikeluarkan.					
11.	Resto Gurame Cobek Mang Dayat memberikan harga produknya sesuai dengan manfaat yang dirasakan.					
12.	Manfaat yang diberikan oleh Resto Gurame Cobek Mang Dayat sesuai dengan harapan saya,					

	VARIABEL PROMOSI	STS	TS	N	S	SS
Periklanan						
13.	Saya tertarik mengkonsumsi produk di Resto Gurame Cobek Mang Dayat karena melihat iklan produknya melalui media promosi offline (reklame).					
14.	Saya tertarik mengkonsumsi produk di Resto Gurame Cobek Mang Dayat karena melihat iklan produknya melalui media promosi online (instagram).					
15.	Resto Gurame Cobek Mang Dayat mengiklankan produknya secara menarik sehingga membuat saya tertarik untuk membeli produknya.					
Promosi Penjualan						
16.	Resto Gurame Cobek Mang Dayat melakukan promosi dengan memberikan diskon kepada konsumen.					
17.	Resto Gurame Cobek Mang Dayat mengadakan giveaway di Instagram berupa gratis produk makanan.					
18.	Resto Gurame Cobek Mang Dayat memberikan kupon voucher berupa potongan harga produknya kepada konsumen yang datang.					
Hubungan Masyarakat						
19.	Karyawan Resto Gurame Cobek Mang Dayat dapat menjawab pertanyaan konsumen mengenai produk yang dijualnya.					
20.	Resto Gurame Cobek Mang Dayat aktif di sosial media Instagram dalam memposting produk-produknya.					
21.	Resto Gurame Cobek Mang Dayat cepat dalam membalas pertanyaan audiens di kolom komentar Instagram terkait produknya.					

	VARIABEL KUALITAS PELAYANAN	STS	TS	N	S	SS
Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)						
22.	Karyawan Resto Gurame Cobek Mang Dayat berpenampilan rapi saat melayani.					
23.	Tempat parkir yang disediakan Resto Gurame Cobek Mang Dayat luas.					

	VARIABEL KUALITAS PELAYANAN	STS	TS	N	S	SS
24.	Resto Gurame Cobek Mang Dayat menyediakan tempat makan yang nyaman dengan pemandangan yang indah.					
Empati (<i>Empathy</i>)						
25.	Karyawan Resto Gurame Cobek Mang Dayat memiliki kesungguhan dalam memberikan perhatian kepada konsumen.					
26.	Karyawan Resto Gurame Cobek Mang Dayat memberikan pelayanan yang sama kepada semua konsumen yang datang.					
27.	Karyawan Resto Gurame Cobek Mang Dayat memperlakukan saya dengan penuh perhatian.					
Keandalan (<i>Reliability</i>)						
28.	Resto Gurame Cobek Mang Dayat cepat dalam menyajikan produk yang dipesan oleh saya.					
29.	Resto Gurame Cobek Mang Dayat tepat dalam menyajikan produk yang dipesan oleh saya.					
30.	Karyawan Resto Gurame Cobek Mang Dayat cepat dalam memenuhi kebutuhan saya.					
Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)						
31.	Karyawan Resto Gurame Cobek Mang Dayat cepat merespons apa yang dikeluhkan oleh saya.					
32.	Karyawan Resto Gurame Cobek Mang Dayat memberikan informasi yang jelas kepada konsumen.					
33.	Karyawan Resto Gurame Cobek Mang Dayat cepat dalam mengatasi keluhan konsumen.					

	VARIABEL KUALITAS PELAYANAN	STS	TS	N	S	SS
Jaminan (Assurance)						
34.	Karyawan Resto Gurame Cobek Mang Dayat memberikan pelayanan yang ramah sehingga membuat saya yakin untuk membeli produknya.					
35.	Karyawan Resto Gurame Cobek Mang Dayat bersikap sopan kepada konsumen.					
36.	Resto Gurame Cobek Mang Dayat memudahkan konsumen untuk melakukan pembayaran dengan menyediakan berbagai metode alat pembayaran.					

	VARIABEL KEPUASAN KONSUMEN	STS	TS	N	S	SS
Kesesuaian Harapan						
37.	Saya merasa puas saat mengkonsumsi produk di Resto Gurame Cobek Mang Dayat karena sudah sesuai harapan.					
38.	Saya merasa pelayanan yang diberikan oleh karyawan Resto Gurame Cobek Mang Dayat sudah sesuai harapan saya.					
39.	Tidak ada kesenjangan antara harapan saya dengan kinerja yang diberikan oleh Resto Gurame Cobek Mang Dayat.					
Minat Berkunjung Kembali						
40.	Saya tidak akan beralih ke pesaing lain untuk mengkonsumsi produk yang dijualnya.					
41.	Saya akan berkunjung kembali ke Resto Gurame Cobek Mang Dayat.					

	VARIABEL KEPUASAN KONSUMEN	STS	TS	N	S	SS
42.	Saya bersedia melakukan pembelian ulang produk yang dijual oleh Resto Gurame Cobek Mang Dayat.					
Kesediaan Merekomendasikan						
43.	Saya bersedia merekomendasikan ke orang-orang terdekat terkait produk di Resto Gurame Cobek Mang Dayat.					
44.	Saya bersedia membagikan pengalaman dalam membeli produk Resto Gurame Cobek Mang Dayat di media sosial.					
45.	Saya bersedia memberikan rating baik di google review terkait produk yang dijual oleh Resto Gurame Cobek Mang Dayat.					

Lampiran 4

Profil Responden

A. Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	33	33.0	33.0	33.0
	Perempuan	67	67.0	67.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

B. Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia

Usia					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18 - 23 Tahun	22	22.0	22.0	22.0
	24 - 30 Tahun	33	33.0	33.0	55.0
	> 30 Tahun	45	45.0	45.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

C. Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar/Mahasiswa	11	11.0	11.0	11.0
	Karyawan Swasta	46	46.0	46.0	57.0
	Wirausaha	16	16.0	16.0	73.0
	PNS	7	7.0	7.0	80.0
	Ibu Rumah Tangga	10	10.0	10.0	90.0
	Lainnya	10	10.0	10.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

D. Klasifikasi Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan

Penghasilan Per Bulan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< Rp 1.000.000	13	13.0	13.0	13.0
	Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	33	33.0	33.0	46.0
	Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000	34	34.0	34.0	80.0
	> Rp 5.000.000	20	20.0	20.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

E. Klasifikasi Responden Berdasarkan Domisili

Domisili Responden					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kota Bogor	67	67.0	67.0	67.0
	Kabupaten Bogor	33	33.0	33.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Lampiran 5

Hasil Uji Validitas

A. Variabel Harga (X₁)

Responden	Butir Pernyataan												Jumlah (X ₁)
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
2	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	44
3	3	3	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	50
4	3	3	3	2	2	2	4	4	4	2	2	3	34
5	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	40
6	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
7	3	5	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	39
8	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	47
9	4	5	4	5	5	5	3	4	4	5	5	5	54
10	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	53
11	3	5	3	3	4	3	2	2	2	3	2	4	36
12	2	5	2	5	5	5	5	4	4	5	5	5	52
13	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	45
14	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	39
15	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
17	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	44
18	4	4	3	4	5	4	4	3	5	4	4	4	48
19	2	1	1	4	4	2	3	5	2	4	3	3	34
20	5	5	5	5	4	4	3	3	4	4	3	3	48
21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
22	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	48
23	3	4	3	3	4	2	2	4	3	5	3	3	39
24	3	4	4	4	3	3	2	3	4	3	4	3	40
25	4	5	4	4	3	4	3	2	4	4	4	5	46
26	4	4	2	4	2	2	2	2	4	2	4	4	36
27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
28	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	41
29	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	44
30	4	4	3	4	3	4	2	2	4	4	4	3	41

Hasil Output Uji Validitas Harga (X_1)

Correlations														
		HRG1	HRG2	HRG3	HRG4	HRG5	HRG6	HRG7	HRG8	HRG9	HRG10	HRG11	HRG12	HRG
HRG1	Pearson Correlation	1	.508**	.715**	.416*	.171	.481**	.296	.096	.522**	.298	.443*	.369*	.632**
	Sig. (2-tailed)		.004	.000	.022	.367	.007	.113	.613	.003	.110	.014	.045	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
HRG2	Pearson Correlation	.508**	1	.600**	.430*	.330	.565**	.130	-.146	.332	.273	.360	.436*	.576**
	Sig. (2-tailed)	.004		.000	.018	.075	.001	.494	.441	.073	.144	.051	.016	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
HRG3	Pearson Correlation	.715**	.600**	1	.312	.197	.574**	.323	.193	.514**	.315	.343	.333	.652**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.093	.296	.001	.081	.306	.004	.090	.064	.072	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
HRG4	Pearson Correlation	.416*	.430*	.312	1	.562**	.740**	.385*	.292	.464**	.587**	.664**	.501**	.745**
	Sig. (2-tailed)	.022	.018	.093		.001	.000	.036	.117	.010	.001	.000	.005	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
HRG5	Pearson Correlation	.171	.330	.197	.562**	1	.550**	.477**	.520**	.244	.743**	.481**	.521**	.687**
	Sig. (2-tailed)	.367	.075	.296	.001		.002	.008	.003	.194	.000	.007	.003	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
HRG6	Pearson Correlation	.481**	.565**	.574**	.740**	.550**	1	.576**	.240	.588**	.663**	.699**	.650**	.868**
	Sig. (2-tailed)	.007	.001	.001	.000	.002		.001	.201	.001	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
HRG7	Pearson Correlation	.296	.130	.323	.385*	.477**	.576**	1	.710**	.573**	.450*	.497**	.617**	.722**
	Sig. (2-tailed)	.113	.494	.081	.036	.008	.001		.000	.001	.013	.005	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
HRG8	Pearson Correlation	.096	-.146	.193	.292	.520**	.240	.710**	1	.242	.496**	.324	.323	.516**
	Sig. (2-tailed)	.613	.441	.306	.117	.003	.201	.000		.198	.005	.081	.081	.004
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
HRG9	Pearson Correlation	.522**	.332	.514**	.464*	.244	.588**	.573*	.242	1	.305	.664**	.561**	.707**
	Sig. (2-tailed)	.003	.073	.004	.010	.194	.001	.001	.198		.102	.000	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
HRG10	Pearson Correlation	.298	.273	.315	.587**	.743**	.663**	.450*	.496**	.305	1	.661**	.549**	.748**
	Sig. (2-tailed)	.110	.144	.090	.001	.000	.000	.013	.005	.102		.000	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
HRG11	Pearson Correlation	.443*	.360	.343	.664**	.481**	.699**	.497**	.324	.664**	.661**	1	.756**	.806**
	Sig. (2-tailed)	.014	.051	.064	.000	.007	.000	.005	.081	.000	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
HRG12	Pearson Correlation	.369*	.436*	.333	.501**	.521**	.650**	.617**	.323	.561**	.549**	.756**	1	.779**
	Sig. (2-tailed)	.045	.016	.072	.005	.003	.000	.000	.081	.001	.002	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
HRG	Pearson Correlation	.632**	.576**	.652**	.745**	.687**	.868**	.722**	.516**	.707**	.748**	.806**	.779**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.004	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).														
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).														

B. Variabel Promosi (X₂)

Responden	Butir Pernyataan									Jumlah (X ₂)
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
2	4	5	4	3	4	4	4	4	4	36
3	2	5	3	4	4	4	4	4	4	34
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	35
6	3	3	3	3	3	3	4	3	3	28
7	3	3	3	4	4	4	4	3	3	31
8	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37
9	5	5	5	5	4	4	5	5	4	42
10	4	4	4	4	5	5	5	5	5	41
11	4	2	3	2	2	4	3	4	4	28
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
13	5	3	4	4	3	4	4	3	3	33
14	4	3	4	4	3	2	4	4	3	31
15	4	4	4	4	3	4	5	3	3	34
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
17	3	4	3	3	3	3	4	4	4	31
18	4	4	3	4	5	4	4	5	5	38
19	4	4	3	5	5	4	4	4	5	38
20	3	4	3	3	3	3	4	4	3	30
21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
22	3	4	4	3	4	4	5	4	3	34
23	4	3	4	3	4	2	4	4	4	32
24	3	2	3	4	2	4	4	4	3	29
25	4	5	4	4	4	3	4	4	4	36
26	2	2	4	4	4	4	4	4	4	32
27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
28	4	4	4	4	3	3	3	3	3	31
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
30	4	4	4	3	4	3	4	4	4	34

Hasil Output Uji Validitas Promosi (X₂)

Correlations											
		PRS1	PRS2	PRS3	PRS4	PRS5	PRS6	PRS7	PRS8	PRS9	PRS
PRS1	Pearson Correlation	.1	.402*	.685**	.452*	.342	.312	.338	.386*	.415*	.655**
	Sig. (2-tailed)		.027	.000	.012	.065	.094	.068	.035	.023	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PRS2	Pearson Correlation	.402*	1	.494**	.449*	.608**	.318	.509**	.464**	.470**	.724**
	Sig. (2-tailed)	.027		.006	.013	.000	.087	.004	.010	.009	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PRS3	Pearson Correlation	.685**	.494**	1	.556**	.478**	.376*	.618**	.484**	.370*	.748**
	Sig. (2-tailed)	.000	.006		.001	.008	.041	.000	.007	.044	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PRS4	Pearson Correlation	.452*	.449*	.556**	1	.600**	.527**	.539**	.431*	.464**	.750**
	Sig. (2-tailed)	.012	.013	.001		.000	.003	.002	.017	.010	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PRS5	Pearson Correlation	.342	.608**	.478**	.600**	1	.505**	.556**	.633**	.792**	.831**
	Sig. (2-tailed)	.065	.000	.008	.000		.004	.001	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PRS6	Pearson Correlation	.312	.318	.376*	.527**	.505**	1	.541**	.485**	.553**	.685**
	Sig. (2-tailed)	.094	.087	.041	.003	.004		.002	.007	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PRS7	Pearson Correlation	.338	.509**	.618**	.539**	.556**	.541**	1	.563**	.375*	.733**
	Sig. (2-tailed)	.068	.004	.000	.002	.001	.002		.001	.041	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PRS8	Pearson Correlation	.386*	.464**	.484**	.431*	.633**	.485**	.563**	1	.807**	.772**
	Sig. (2-tailed)	.035	.010	.007	.017	.000	.007	.001		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PRS9	Pearson Correlation	.415*	.470**	.370*	.464**	.792**	.553**	.375*	.807**	1	.787**
	Sig. (2-tailed)	.023	.009	.044	.010	.000	.002	.041	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PRS	Pearson Correlation	.655**	.724**	.748**	.750**	.831**	.685**	.733**	.772**	.787**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

C. Variabel Kualitas Pelayanan (X₃)

Responden	Butir Pernyataan															Jumlah (X ₃)
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
2	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	61
3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	5	56
4	2	3	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	3	4	4	53
5	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	57
6	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
7	3	3	3	4	3	5	4	4	4	4	3	3	3	4	4	54
8	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	59
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
11	4	3	2	3	3	3	3	2	2	4	4	3	4	4	4	48
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	72
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
14	5	3	5	4	5	5	4	4	4	3	4	4	4	5	5	64
15	4	5	3	3	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	62
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
17	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	56
18	4	5	5	4	4	5	5	3	4	5	5	4	4	4	5	66
19	4	5	2	3	4	3	4	4	4	4	4	4	5	2	1	53
20	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	60
21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
22	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	64
23	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	5	2	54
24	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	56
25	4	4	4	2	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	63
26	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
28	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	51
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
30	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	57

D. Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Responden	Butir Pernyataan									Jumlah (Y)
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
2	3	4	4	4	4	4	3	4	4	34
3	4	4	3	4	4	4	3	2	4	32
4	2	3	3	4	4	4	2	3	3	28
5	4	4	3	4	4	3	4	4	4	34
6	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
8	4	4	4	2	4	4	4	4	4	34
9	5	5	4	5	5	5	5	5	5	44
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
11	3	4	4	2	3	4	3	4	5	32
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
13	4	4	4	3	5	4	4	4	3	35
14	4	5	5	5	5	5	5	5	5	44
15	4	3	4	5	5	5	4	5	4	39
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
17	5	5	5	4	4	4	4	3	4	38
18	4	5	5	3	4	5	4	3	4	37
19	3	2	5	4	5	4	5	5	5	38
20	3	3	3	2	4	4	4	2	4	29
21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
23	3	4	3	4	5	2	3	4	5	33
24	4	4	4	3	3	3	4	3	3	31
25	4	3	4	3	4	5	4	4	5	36
26	3	4	4	4	2	2	2	2	2	25
27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
28	3	3	3	2	4	4	4	4	4	31
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
30	4	4	4	3	3	3	4	4	4	33

Lampiran 6

Hasil Uji Reliabilitas

A. Variabel Harga (X_1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.904	12

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
HRG1	40.73	43.857	.552	.900
HRG2	40.40	44.041	.478	.904
HRG3	40.83	43.247	.569	.900
HRG4	40.57	43.289	.691	.894
HRG5	40.77	43.151	.615	.897
HRG6	40.77	40.530	.831	.886
HRG7	41.00	41.793	.647	.896
HRG8	40.90	44.990	.414	.907
HRG9	40.57	43.702	.647	.896
HRG10	40.47	42.878	.691	.894
HRG11	40.57	42.185	.761	.890
HRG12	40.47	42.947	.731	.892

B. Variabel Promosi (X₂)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.893	9

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PRS1	31.00	20.207	.543	.892
PRS2	31.03	19.137	.615	.887
PRS3	31.03	20.447	.680	.880
PRS4	31.00	19.931	.672	.880
PRS5	31.03	18.654	.765	.872
PRS6	31.07	20.271	.589	.887
PRS7	30.70	21.114	.672	.882
PRS8	30.83	20.420	.712	.878
PRS9	30.97	19.757	.721	.876

C. Variabel Kualitas Pelayanan (X₃)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.942	15

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KPL1	55.70	62.079	.721	.937
KPL2	55.90	61.197	.643	.940
KPL3	55.87	59.568	.713	.938
KPL4	55.90	62.783	.627	.939
KPL5	55.70	61.459	.844	.935
KPL6	55.67	61.402	.760	.936
KPL7	55.80	61.131	.785	.936
KPL8	55.70	61.666	.708	.937
KPL9	55.77	61.633	.763	.936
KPL10	55.73	62.685	.752	.937
KPL11	55.67	62.161	.811	.935
KPL12	55.80	61.269	.832	.935
KPL13	55.73	62.892	.730	.937
KPL14	55.60	62.248	.692	.938
KPL15	55.73	64.202	.355	.949

D. Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.909	9

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KKS1	31.67	26.713	.753	.894
KKS2	31.53	28.257	.534	.909
KKS3	31.50	27.431	.709	.898
KKS4	31.77	26.668	.580	.908
KKS5	31.40	26.800	.728	.896
KKS6	31.50	26.534	.692	.898
KKS7	31.60	25.834	.809	.890
KKS8	31.63	25.620	.738	.895
KKS9	31.40	27.076	.692	.899

Lampiran 7

Tabulasi Data Mentah

A. Variabel Harga (X_1)

Responden	Butir Pernyataan												Jumlah (X_1)
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
1	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	52
2	4	2	3	2	3	2	2	2	3	2	4	4	33
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
4	2	2	4	3	3	2	3	3	4	2	2	3	33
5	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	45
6	5	5	5	5	4	4	3	3	3	3	3	3	46
7	5	5	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	45
8	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	54
9	4	5	4	5	4	5	4	5	5	3	5	5	54
10	5	5	5	5	4	4	4	3	4	3	4	5	51
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
12	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	39
13	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
14	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	38
15	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	44
16	5	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	46
17	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	44
18	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	38
19	5	4	4	5	5	4	3	4	3	5	5	4	51
20	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	44
21	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	5	4	45
22	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	43
23	4	3	4	4	5	4	4	3	4	4	5	5	49
24	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	43
25	4	3	5	4	4	5	3	3	3	4	4	4	46
26	4	3	4	4	5	5	3	3	4	4	4	4	47
27	3	2	3	5	4	4	2	2	3	4	4	4	40
28	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	45
29	3	4	4	5	4	4	3	3	4	5	5	5	49
30	4	4	3	5	5	5	2	3	5	4	5	4	49
31	4	4	3	5	5	5	4	3	4	4	4	4	49

Responden	Butir Pernyataan												Jumlah (X ₁)
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
32	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	54
33	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	41
34	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	44
35	3	3	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	52
36	3	3	3	2	2	2	4	4	4	2	2	3	34
37	3	2	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	40
38	3	3	2	3	3	4	3	4	4	3	5	3	40
39	3	5	4	3	4	3	3	3	3	4	3	5	43
40	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	47
41	4	5	4	5	5	5	3	4	4	5	5	5	54
42	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	57
43	3	5	3	3	4	3	2	2	2	3	2	4	36
44	2	5	2	5	5	5	5	4	4	5	5	5	52
45	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	45
46	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	39
47	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	52
48	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	50
49	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	44
50	4	4	3	4	5	4	4	3	5	4	4	4	48
51	2	1	3	4	4	2	3	5	2	4	4	3	37
52	5	5	5	5	4	4	3	3	4	4	3	3	48
53	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
54	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	48
55	3	4	3	3	4	2	2	4	3	5	3	3	39
56	3	4	4	4	4	3	2	4	4	3	4	3	42
57	4	5	4	4	3	4	3	3	4	4	5	5	48
58	4	4	2	4	2	2	4	2	5	2	4	4	39
59	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
60	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	41
61	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	45
62	4	4	3	4	3	4	2	5	4	5	4	3	45
63	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	51
64	3	2	2	2	4	4	3	3	2	2	3	4	34
65	2	4	2	3	3	3	3	3	4	4	4	4	39
66	2	2	4	3	3	2	4	2	4	3	3	3	35
67	4	3	4	4	5	3	5	3	3	4	4	4	46
68	4	3	2	4	5	3	4	4	3	4	4	4	44
69	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
70	4	3	4	4	5	3	5	3	3	4	4	4	46

Responden	Butir Pernyataan												Jumlah (X ₁)
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
71	4	3	2	4	5	3	4	4	3	4	4	4	44
72	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
73	4	4	3	4	3	5	4	5	5	4	4	4	49
74	4	2	2	3	4	5	5	4	3	3	3	4	42
75	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	43
76	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	51
77	4	5	4	4	3	4	4	3	4	5	3	4	47
78	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	45
79	4	3	3	3	4	4	5	3	5	4	4	5	47
80	4	3	4	3	4	4	5	3	3	4	4	4	45
81	3	5	4	3	4	3	4	3	4	5	4	5	47
82	3	3	2	2	1	3	3	3	3	3	3	2	31
83	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	57
84	3	3	4	3	3	2	3	3	4	4	3	4	39
85	4	3	3	4	4	4	3	4	4	2	4	5	44
86	4	3	3	4	4	4	2	3	4	2	4	2	39
87	3	4	3	3	4	5	4	5	5	3	2	2	43
88	5	4	3	4	3	5	4	4	5	4	4	5	50
89	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	52
90	3	4	5	4	4	5	3	3	3	3	3	3	43
91	2	4	4	5	3	4	3	2	4	4	3	2	40
92	1	5	5	4	4	4	3	3	5	4	3	4	45
93	2	3	3	3	2	3	1	3	3	4	4	3	34
94	3	5	4	4	3	4	3	3	4	4	5	4	46
95	3	4	3	4	4	2	5	5	5	3	4	2	44
96	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	45
97	5	3	3	4	4	5	4	3	3	4	5	4	47
98	4	4	3	4	5	5	3	4	5	5	5	5	52
99	3	4	3	2	4	4	3	2	5	5	5	4	44
100	4	5	3	4	5	5	4	4	4	4	4	5	51

B. Variabel Promosi (X₂)

Responden	Butir Pernyataan									Jumlah (X ₂)
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
1	5	4	4	4	4	4	5	4	4	38
2	5	3	3	3	3	3	3	4	3	30
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	42
5	3	4	3	5	4	4	4	4	4	35
6	4	5	4	5	4	5	4	4	4	39
7	5	4	5	4	3	5	5	5	4	40
8	3	4	5	4	4	5	5	5	5	40
9	5	5	4	4	4	5	3	5	4	39
10	5	5	4	5	3	4	5	5	4	40
11	4	4	5	5	4	4	5	4	4	39
12	3	2	3	4	3	3	4	5	3	30
13	3	3	3	4	3	3	5	5	4	33
14	3	4	3	3	3	3	5	4	4	32
15	3	4	4	4	3	3	5	4	4	34
16	3	4	4	4	3	3	5	4	4	34
17	3	3	3	4	2	3	4	3	3	28
18	5	4	4	5	5	5	5	5	5	43
19	3	4	4	4	3	3	5	5	5	36
20	3	4	4	4	3	3	5	5	5	36
21	3	4	4	4	3	3	5	5	4	35
22	3	4	4	4	3	3	5	4	4	34
23	3	4	4	4	3	3	4	5	5	35
24	3	4	4	4	3	3	4	4	4	33
25	3	4	4	4	3	3	5	5	5	36
26	3	4	4	3	3	3	5	4	5	34
27	2	3	3	4	4	3	4	4	4	31
28	3	4	4	4	3	3	4	4	4	33
29	3	4	4	4	4	3	5	5	4	36
30	3	3	4	5	4	4	3	3	4	33
31	3	4	4	4	4	4	5	4	5	37
32	3	5	5	4	5	5	5	5	4	41
33	4	3	4	4	3	3	3	3	3	30
34	4	5	4	3	4	4	4	4	4	36
35	2	5	3	4	4	4	4	4	4	34
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
37	4	4	4	5	5	4	5	5	5	41

Responden	Butir Pernyataan									Jumlah (X ₂)
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
38	3	4	3	4	3	3	4	3	3	30
39	3	3	3	4	4	4	4	3	3	31
40	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37
41	5	5	5	5	4	4	5	5	4	42
42	4	4	4	4	5	5	5	5	5	41
43	4	2	3	3	2	4	3	5	4	30
44	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
45	5	3	4	4	3	4	4	3	3	33
46	4	3	4	4	3	2	4	4	3	31
47	4	4	4	4	3	4	5	3	3	34
48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
49	3	4	3	3	3	3	4	4	4	31
50	4	4	3	4	5	4	4	5	5	38
51	4	4	3	5	5	4	4	4	5	38
52	3	4	3	3	3	3	4	4	3	30
53	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
54	3	4	4	3	4	4	5	4	3	34
55	4	3	4	3	4	2	4	4	4	32
56	3	3	4	4	2	4	4	4	3	31
57	4	5	4	4	4	3	4	4	4	36
58	2	2	4	4	4	4	4	4	4	32
59	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
60	4	4	4	4	3	3	3	3	3	31
61	5	5	3	4	5	3	4	5	3	37
62	4	4	4	3	4	3	4	4	4	34
63	4	3	3	4	4	2	4	3	3	30
64	3	3	3	3	3	4	3	4	4	30
65	3	4	4	4	3	3	5	5	5	36
66	1	5	3	3	3	3	3	3	3	27
67	4	3	4	3	3	4	4	3	4	32
68	3	3	3	4	5	5	3	4	3	33
69	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
70	4	3	4	3	3	4	4	3	4	32
71	3	3	3	4	5	5	3	4	3	33
72	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
73	3	5	5	3	4	3	4	5	4	36
74	4	3	3	3	5	4	3	3	3	31
75	3	3	4	3	3	4	4	3	4	31
76	4	4	4	3	4	4	5	5	4	37

Responden	Butir Pernyataan									Jumlah (X ₂)
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
77	3	2	3	5	4	3	4	4	3	31
78	4	4	4	4	4	4	4	3	4	35
79	3	3	4	4	4	4	4	4	4	34
80	3	4	4	4	5	3	5	4	4	36
81	5	4	5	4	3	4	4	5	4	38
82	4	3	3	2	3	3	3	4	3	28
83	5	4	5	4	5	5	4	5	5	42
84	3	4	3	3	3	3	3	3	4	29
85	3	4	3	5	4	4	4	4	4	35
86	4	2	4	5	3	3	4	3	4	32
87	3	4	5	3	4	4	5	3	4	35
88	4	3	3	4	3	3	5	4	4	33
89	5	4	5	5	5	5	5	5	4	43
90	4	3	3	3	3	3	3	3	4	29
91	3	4	4	2	3	3	4	5	3	31
92	2	4	4	5	4	3	4	4	4	34
93	4	3	3	4	4	2	4	4	5	33
94	4	4	5	3	4	4	4	4	4	36
95	3	3	4	3	4	5	3	4	5	34
96	4	5	4	4	4	5	4	4	5	39
97	4	4	2	3	5	4	3	3	3	31
98	3	3	3	4	5	5	5	3	4	35
99	4	4	4	3	3	3	5	5	4	35
100	4	3	3	4	5	5	3	4	3	34

C. Variabel Kualitas Pelayanan (X₃)

Responden	Butir Pernyataan															Jumlah (X ₃)
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
1	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	62
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	43
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
4	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	31
5	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	56
6	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	70
7	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	3	69
8	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	72
9	5	5	5	5	4	3	4	5	4	4	5	5	5	5	5	69
10	5	5	4	5	5	5	4	3	5	3	4	3	5	5	4	65
11	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	69
12	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	67
13	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	68
14	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	61
15	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	71
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
17	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	71
18	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	69
19	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	69
20	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	70
21	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	71
22	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	68
23	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	68
24	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	69
25	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	68
26	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	70
27	4	5	5	5	4	4	3	3	3	2	3	3	4	4	2	54
28	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	71
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	74
30	4	4	4	5	4	4	2	2	2	3	3	3	4	4	4	52
31	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	70
32	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	72
33	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
34	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	61
35	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	5	56
36	2	3	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	3	4	4	53
37	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	57

Responden	Butir Pernyataan															Jumlah (X_3)
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
38	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
39	3	3	3	4	3	5	4	4	4	4	3	3	3	4	4	54
40	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	59
41	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
42	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
43	4	3	2	3	3	3	3	2	2	4	4	3	4	4	4	48
44	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	72
45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
46	5	3	5	4	5	5	4	4	4	3	4	4	4	5	5	64
47	4	5	3	3	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	62
48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
49	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	56
50	4	5	5	4	4	5	5	3	4	5	5	4	4	4	5	66
51	4	5	2	3	4	3	4	4	4	4	4	4	5	2	1	53
52	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	60
53	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
54	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	64
55	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	5	2	54
56	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	56
57	4	4	4	2	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	63
58	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
59	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
60	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	51
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
62	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	57
63	5	5	4	4	5	4	4	5	4	3	5	4	4	5	5	66
64	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	37
65	5	5	4	5	5	5	3	4	5	5	5	5	3	5	4	68
66	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	37
67	3	4	4	5	3	4	4	4	4	3	3	2	2	3	4	52
68	3	3	4	2	4	5	3	3	4	3	5	3	3	4	3	52
69	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	42
70	3	4	4	5	3	4	4	4	4	3	3	2	2	3	4	52
71	3	3	4	2	4	5	3	3	4	3	5	3	3	4	3	52
72	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
73	4	3	5	5	5	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	58
74	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	42
75	3	4	3	5	4	3	3	4	4	3	3	2	2	4	3	50
76	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	5	3	4	56
77	3	5	5	4	4	3	5	4	3	4	2	3	3	2	3	53

Responden	Butir Pernyataan															Jumlah (X ₃)
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
78	2	4	4	4	2	3	3	2	4	4	3	3	4	4	3	49
79	2	2	4	5	3	5	4	4	5	3	4	2	3	3	4	53
80	3	3	4	5	3	2	4	4	3	3	3	4	5	4	4	54
81	5	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	5	2	4	4	56
82	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	43
83	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
84	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	33
85	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	57
86	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	5	3	2	3	57
87	4	3	4	5	2	3	3	4	4	5	4	3	4	4	5	57
88	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	3	4	4	5	66
89	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	70
90	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	53
91	4	5	5	5	4	3	2	4	3	2	3	3	2	4	2	51
92	5	5	5	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	57
93	4	5	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	1	52
94	4	4	4	3	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	62
95	5	4	3	3	3	4	5	4	4	4	4	5	4	4	3	59
96	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	58
97	4	5	3	4	3	4	3	4	5	4	5	3	4	5	5	61
98	4	4	3	4	4	5	4	4	4	3	4	3	5	4	4	59
99	4	5	4	5	5	5	3	4	5	5	5	5	3	5	4	67
100	3	4	4	3	4	5	5	3	4	5	5	5	3	4	4	61

D. Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

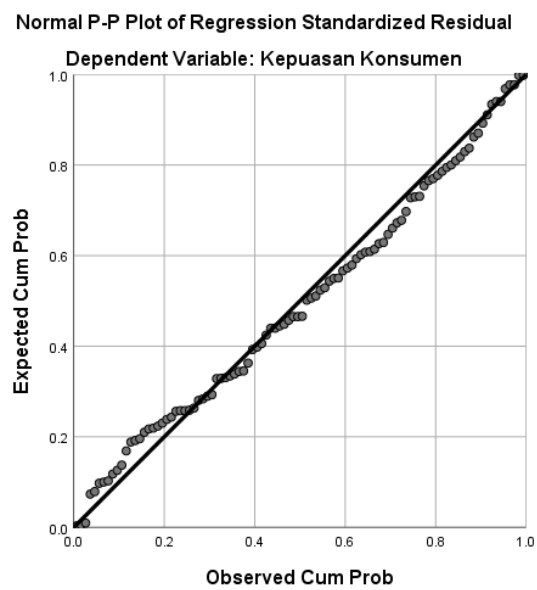
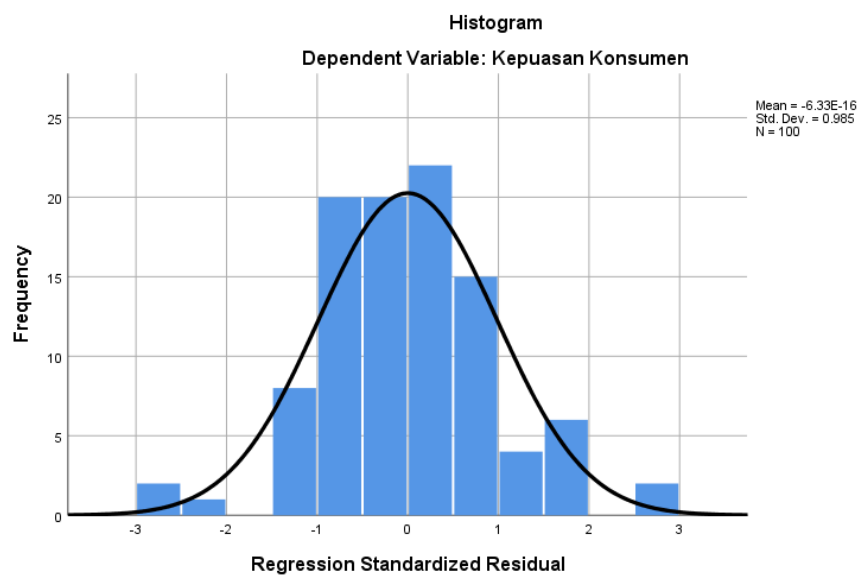
Responden	Butir Pernyataan									Jumlah (Y)
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
1	4	4	4	5	4	4	4	5	4	38
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
4	4	2	2	3	3	3	3	3	2	25
5	4	3	4	4	4	4	5	4	4	36
6	5	5	4	4	4	5	4	4	5	40
7	3	5	4	5	5	5	5	5	5	42
8	5	5	4	4	5	5	5	4	5	42
9	5	4	3	3	5	5	5	5	5	40
10	5	5	4	5	5	5	5	5	5	44
11	4	4	3	5	5	5	5	5	5	41
12	5	5	3	5	5	4	4	4	4	39
13	4	3	3	4	4	4	4	4	4	34
14	3	3	3	4	4	4	4	4	4	33
15	4	4	4	4	5	5	5	5	5	41
16	3	4	3	4	4	4	4	4	4	34
17	5	5	3	5	5	4	4	4	4	39
18	5	5	3	5	5	4	4	4	4	39
19	4	4	3	4	4	5	5	5	5	39
20	4	5	4	4	4	4	4	4	4	37
21	4	4	3	4	4	4	4	4	4	35
22	4	4	4	5	5	4	4	4	4	38
23	4	4	4	5	5	5	5	5	5	42
24	5	5	4	4	4	4	4	4	4	38
25	4	4	4	3	4	4	4	4	4	35
26	4	5	4	4	4	4	4	4	4	37
27	5	5	4	5	5	4	4	5	4	41
28	5	5	4	4	4	4	4	4	4	38
29	5	5	4	4	5	4	4	4	4	39
30	5	4	3	3	4	4	5	4	4	36
31	5	4	3	4	4	4	5	5	5	39
32	5	5	3	5	5	5	5	5	5	43
33	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
34	3	4	4	4	4	4	3	4	4	34
35	4	4	3	4	4	4	3	2	4	32
36	2	3	3	4	4	4	2	3	3	28
37	4	4	3	4	4	3	4	4	4	34

Responden	Butir Pernyataan									Jumlah (Y)
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
77	5	5	4	4	3	4	4	3	5	37
78	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
79	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
80	5	4	3	3	4	4	5	4	3	35
81	3	4	3	4	4	4	5	5	5	37
82	3	3	3	3	3	3	3	4	4	29
83	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
84	4	2	2	4	3	3	3	3	2	26
85	4	3	4	4	4	4	5	5	4	37
86	5	4	5	3	4	4	5	4	3	37
87	4	4	5	3	3	3	4	5	4	35
88	4	4	4	3	5	4	5	4	4	37
89	5	5	4	5	5	5	5	4	4	42
90	3	3	4	3	3	3	4	3	4	30
91	2	3	3	1	3	3	4	2	3	24
92	4	4	5	1	4	4	4	3	4	33
93	3	2	2	2	3	4	3	4	4	27
94	3	3	4	4	5	4	4	4	4	35
95	4	4	4	2	4	3	4	5	4	34
96	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
97	3	3	4	5	4	4	5	4	5	37
98	5	4	3	4	3	4	3	4	4	34
99	5	5	3	5	5	4	4	4	4	39
100	4	4	3	4	5	5	5	5	5	40

Lampiran 8

Hasil Uji Asumsi Klasik

A. Output Hasil Uji Normalitas

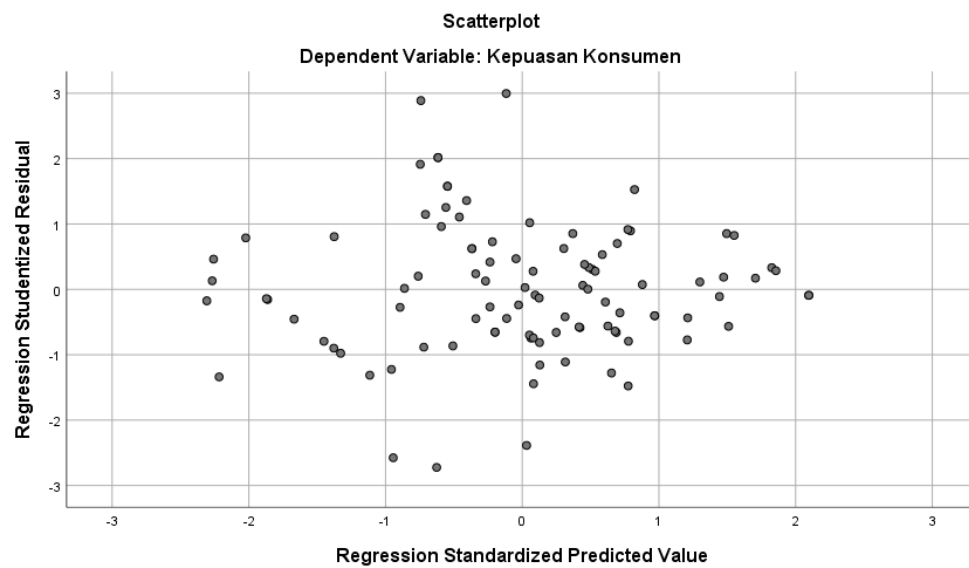


B. Output Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.918	2.654		1.100	.274		
	Harga	.224	.065	.267	3.477	.001	.525	1.905
	Promosi	.136	.086	.108	1.582	.117	.671	1.490
	Kualitas Pelayanan	.303	.041	.569	7.332	.000	.515	1.942

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

C. Output Hasil Uji Heteroskedastisitas



D. Output Hasil Uji Linearitas

1. Uji Linearitas Variabel Harga (X_1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Konsumen * Harga	Between Groups	(Combined)	1829.322	23	79.536	5.910	.000
		Linearity	1392.649	1	1392.649	103.483	.000
		Deviation from Linearity	436.673	22	19.849	1.475	.109
	Within Groups		1022.788	76	13.458		
	Total		2852.110	99			

2. Uji Linearitas Variabel Promosi (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Konsumen * Promosi	Between Groups	(Combined)	1074.051	17	63.179	2.914	.001
		Linearity	852.026	1	852.026	39.293	.000
		Deviation from Linearity	222.025	16	13.877	.640	.842
	Within Groups		1778.059	82	21.684		
	Total		2852.110	99			

**3. Uji Linearitas Variabel Kualitas Pelayanan (X_3) terhadap
Kepuasan Konsumen (Y)**

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Konsumen * Kualitas Pelayanan	Between Groups	(Combined)	2238.729	31	72.217	8.006	.000
		Linearity	1837.291	1	1837.291	203.684	.000
		Deviation from Linearity	401.438	30	13.381	1.483	.091
	Within Groups		613.381	68	9.020		
	Total		2852.110	99			

Lampiran 9

Hasil SPSS

A. Output Hasil Uji Analisis Korelasi Berganda

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.838 ^a	.702	.693	2.974

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

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

B. Output Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.918	2.654		1.100	.274		
	Harga	.224	.065	.267	3.477	.001	.525	1.905
	Promosi	.136	.086	.108	1.582	.117	.671	1.490
	Kualitas Pelayanan	.303	.041	.569	7.332	.000	.515	1.942

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Lampiran 10

Hasil Uji Hipotesis

A. Output Hasil Uji t

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.918	2.654		1.100	.274		
	Harga	.224	.065	.267	3.477	.001	.525	1.905
	Promosi	.136	.086	.108	1.582	.117	.671	1.490
	Kualitas Pelayanan	.303	.041	.569	7.332	.000	.515	1.942
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen								

B. Output Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2002.958	3	667.653	75.481	.000 ^b
	Residual	849.152	96	8.845		
	Total	2852.110	99			
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen						
b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Promosi, Harga						

C. Output Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.838 ^a	.702	.693	2.974
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Promosi, Harga				
b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen				