

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan oleh peneliti pada Bab IV mengenai kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan menggunakan Indihome, maka diperoleh kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diketahui bahwa kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan menggunakan Indihome.
2. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diketahui bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan menggunakan Indihome .
3. Berdasarkan hasil penelitian, diketahui kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama atau simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan menggunakan Indihome.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan pada penelitian ini, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi IndiHome Bogor
 - a. Kualitas Produk:
 - 1) bisa menawarkan paket khusus pelajar/mahasiswa
 - 2) memberikan *gimmick/bundling* paket yang menarik

3) pelanggan bisa custom/setting warna saat membuka website IndiHome agar lebih menarik

- b. Kualitas Pelayanan membuat brosur agar konsumen bisa lebih memahami secara tertulis
- c. Kualitas pelanggan melakukan perbaikan dan maintenance terhadap jaringan IndiHome secara berkala

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan peneliti selanjutnya dapat mengembangkan lebih luas lagi penelitian ini sebagai berikut:

- a. Hasil adjusted R Square yang dilakukan pada penelitian ini masih rendah yaitu 13,1% oleh karena itu penelitian selanjutnya dapat menambah variabel yang sesuai dengan penelitian terdahulu seperti brand trust, brand image serta harga.
- b. Peneliti selanjutnya dapat mengganti objek penelitian pada bidang lain, atau bidang yang sama namun berbeda perusahaan.
- c. Peneliti selanjutnya dapat mengganti atau menambah variabel lain.
- d. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengubah seluruh variabel sesuai dengan penelitian terdahulu yang lebih relevan
- e. Diharapkan pula peneliti selanjutnya dapat memberikan kebaruan dalam hal penggunaan referensi text book, jurnal atau artikel lain yang berkaitan.

DAFTAR PUSTAKA

Aria, Reza. 2022. "Perusahaan Telekomunikasi dengan Aduan Konsumen Terbanyak, 2021". Diambil dari : <https://www.databoks.katadata.co.id/>. diakses pada 15 Januari 2021. Cindy, Dimas. 2021. "IndiHome Mendominasi Pasar Internet Fixed Broadband di Indonesia". Diambil dari : <https://www.databoks.katadata.co.id/>. diakses pada 1 Januari 2021.

Fahmi, I. 2014. *Manajemen Produksi dan Operasi*. 15(1), 1–10.

Fandi, T. 2014. *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi 3. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Firmansyah, David dan Prihandono, Dorojatun. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan *Perceived Value* terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan. *Management Analysis Journal* 7 (1): 120-128. <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/maj/article/view/20638>

Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang :Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hanadian. 2021. "Number of internet users in Indonesia". Diambil dari : <https://www.statista.com/>. diakses pada 1 Januari 2022.

Indihome. 2021. *komplain pengguna Indihome kota Bogor tahun 2021*. Bogor. diambil dari : www.nossatelkom.com. diakses pada 20 januari 2022

Irda, Rosha, Z., & Titipan, W. 2019. Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kerajinan Perak Di Nagari Koto Gadang, Kabupaten Agam. *Menara Ekonomi*, 5(2), 44–52.

Kasmir. 2017. *Customer service excellent*. PT Raja Grafindo Persada. Depok.

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2016: *Marketing Management*, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.

Kotler dan Keller. 2014. Buku Prinsip Prinsip Pemasaran By Philip Kotler Gary Armstrong Edisi 12 Jilid I&2. Edisi Ke 13. Jakarta: Erlangga.

Kotler Dan Keller. 2015. Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Edisi 13, Jakarta: Erlangga

Leo. 2021. "Provider Internet Tercepat di Indonesia. Diambil dari : <https://www.speedtest.net/>. diakses pada 5 Januari 2021.

Sangadji, E.M., dan Sopiah. 2013. Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Sari, R. R., Marnisah, L., & Zamzam, F. 2021. PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN CITRA BANK TERHADAP KEPUASAN NASABAH ERA COVID 19 (STUDI KASUS DI PT. BANK MANDIRI KANTOR CABANG PALEMBANG). *Integritas Jurnal Manajemen Profesional (IJMPRO)*. <https://doi.org/10.35908/ijmpro.v2i2.91>

Sartika, D., & Basriani, A. 2018. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan keripik nenas di desa kwalu nenas kecamatan tambang kabupaten kampar provinsi riau. *Inovasi*, 14(2), 84. <https://doi.org/10.29264/jinv.v14i2.3910>

Siregar, Syofian. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif; Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual & SPSS. Jakarta: Kencana

Sugiyono. 2011. metode penelitian kuantitatif kualitatif dan r&d .bandung alfabeta

Sugiyono. 2015. Metode Penelitian manajemen. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kombinasi. Bandung: CV Alfabeta.

Suhardi. 2020. Analisa pengaruh lokasi, variasi produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada restoran ayam Ayam Resto Di Klodran Colomadu Karanganyar Jawa Tengah. Vol. 1 No. 3 Juli 2020. p-ISSN : 2722-7782 e-ISSN : 2722-5356

Ucu, K.R. 2020. Pelanggan Keluhkan Layanan Internet Indihome. Republika.Id.
Retrieved from <https://republika.co.id/berita/qi0u3r282/ampun-internet-indihome-bikin-naik-darah>

Windasuri, Heria, Hyacintha Susanti dan Business Growth Team. 2017.
ExcellentService. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada IndiHome di Kota Bogor

Digunakan Dalam Rangka Penyusunan Skripsi Pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Binaniaga
Indonesia

Responden Yang Terhormat,

Mohon untuk mengisi kuesioner ini dengan lengkap dan jujur. Kuesioner ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada IndiHome di Kota Bogor. Dengan segala kerendahan hati, saya mengharapkan kesediaan anda untuk membantu mengisi kuesioner guna melengkapi skripsi saya. Semua informasi yang diperoleh dari kuisisioner ini akan disimpan dan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian.

Hormat Saya,

Yohanda Yustiani

1.1 Petunjuk Pengisian :

Bacalah setiap butir pernyataan dan berikan tanda *checklist* pada kolom jawaban yang sesuai dengan pilihan Anda.

Keterangan	Nilai
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

I. Profil Responden

1. Jenis Kelamin

Laki- Laki Perempuan

2. Usia

< 20 thn 20-30thn 31-40 thn >40thn

3. Domisili

Bogor Barat Bogor Selatan Bogor Timur

Bogor Tengah Bogor Utara Tanah Sareal

4. Pekerjaan

Ibu rumah tangga PNS

TNI/ Polri Karyawan Swasta

Wiraswasta Lainnya

5. Pendapatan

1-2 juta 2,1-4 juta 4,1-6 jt > 6 juta

6. Berapa lama menggunakan layanan indiHome?

5 Bulan 6 Bulan

>12 Bulan

II. Daftar Pernyataan

A. Kualitas Produk

NO	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS	S	N	TS	STS
KINERJA						
1	Paket internet yang ditawarkan oleh IndiHome sudah memenuhi keinginan konsumen					
2	IndiHome memberikan kecepatan internet secara maksimal saat digunakan					

RELIABILITAS						
4	Saat menggunakan internet IndiHome sedikit sekali hambatan					
5	Sinyal IndiHome tetap stabil dalam kondisi cuaca apapun					
6	Modem IndiHome tidak cepat panas saat digunakan					
FITUR						
7	Add On yang dimiliki oleh IndiHome dapat dinikmati dengan baik					
8	Remote TV IndiHome berfungsi dengan baik					
9	Paket IndiHome yang ditawarkan bervariasi sesuai dengan kebutuhan					
KEAWETAN						
10	Modem yang disewakan bertahan lama/tidak gampang rusak					
11	Set Top Box (STB) disewakan bertahan lama/tidak gampang rusak					
KONSISTENSI						
12	Produk serta perangkat yang digunakan memenuhi standar kualitas yang diinginkan konsumen.					
13	Harga produk IndiHome terjangkau dan sesuai dengan kemampuan saya.					
14	Produk IndiHome mempunyai reputasi yang baik					
DESAIN						
15	Tampilan website IndiHome dan aplikasi myIndiHome sangat menarik					

B. Kualitas Pelayanan

NO	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS	S	N	TS	STS
KEANDALAN						
1	IndiHome memberikan pelayanan jasa sesuai dengan waktu yang dijanjikan.					
2	IndiHome selalu bersedia membantu pelanggan jika terjadi kesulitan.					

RESPONSIVITAS						
3	Ketepatan informasi yang diberikan IndiHome akurat.					
4	IndiHome memberikan solusi yang tepat terhadap keluhan pelanggan					
5	IndiHome memahami dan mengutamakan kebutuhan pelanggan.					
ASSURANCE (JAMINAN)						
6	IndiHome dipercaya dalam kegiatannya berupa pelayanan jasa penyediaan jaringan internet, tv kabel, dan telepon.					
7	Layanan paket IndiHome disampaikan sesuai dengan ketentuan perusahaan sejak awal.					
EMPHATY (EMPATI)						
9	Karyawan IndiHome ramah dan bersahabat.					
10	Petugas IndiHome bersungguh-sungguh dalam menangani masalah yang dihadapi pelanggan.					
11	Perusahaan bersikap simpatik dan sanggup menenangkan pelanggan setiap ada masalah.					
TANGIBLE (BUKTI FISIK)						
12	Karyawan IndiHome berpenampilan rapi dan berseragam lengkap.					
13	Peralatan pendukung dalam proses transaksi di IndiHome Bogor modern.					
14	Perlengkapan yang diberikan pada awal berlangganan dalam keadaan baik.					

C. Kepuasan pelanggan menggunakan IndiHome

NO	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS	S	N	TS	STS
KESESUAIAN HARAPAN						
1	Secara keseluruhan saya merasa puas dengan paket IndiHome.					
2	Layanan yang diberikan dari paket Indihome telah sesuai dengan harapan					
3	Layanan Indihome PT. Telkom sesuai dengan kebutuhan saya.					
MINAT BERKUNJUNG KEMBALI						
4	Saya mempercayakan kebutuhan internet saya pada IndiHome					
5	Saya sudah merasa nyaman Menggunakan IndiHome					
6	Saya merasa puas terhadap produk indihome dan ingin tetap menggunakan produk indihome					
KESEDIAAN MEREKOMENDASIKAN						
7	IndiHome tidak pernah memberikan pelayanan yang mengecewakan					
8	IndiHome layak dijadikan sebagai pilihan pertama untuk kerabat saya yang membutuhkan internet					
9	Saya akan merekomendasikan IndiHome kepada kerabat yang membutuhkan internet					

No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	X1.13	X1.14	TotalX1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12	X2.13	TX2	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	TY
51	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	59	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	56	4	5	5	4	4	4	4	4	4	38
52	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	57	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	61	4	5	5	4	4	4	4	4	4	38
53	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	59	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	59	4	4	4	4	4	4	4	5	5	38	
54	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	59	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	61	4	4	5	5	4	4	4	4	4	38
55	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	57	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	61	4	4	5	5	4	4	4	4	4	38	
56	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	57	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	59	4	4	4	4	4	4	5	5	38	

No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	X1.13	X1.14	TotalX1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12	X2.13	TX2	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	TY	
76	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	60	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	58	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
77	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	62	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	61	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	44
78	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	57	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	58	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	40
79	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	59	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	59	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	41
80	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	59	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65	5	5	5	5	4	4	5	4	4	41	
81	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	57	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	64	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	40

No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	X1.13	X1.14	TotalX1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12	X2.13	TX2	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	TY			
126	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70	5	3	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	60	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	
127	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	66	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	61	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	44
128	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	63	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	38	
129	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	69	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	38		
130	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	49	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	39		
131	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	50	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	38		
132	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	67	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	43	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	37		

No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	X1.13	X1.14	TotalX1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12	X2.13	TX2	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	TY
151	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	68	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	55	4	4	4	4	4	4	5	4	4	37
152	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	58	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	55	5	5	5	4	4	4	4	4	4	39
153	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	67	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
154	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	61	4	4	4	4	4	4	5	4	4	37
155	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	59	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	62	5	5	5	4	4	5	4	4	4	40
156	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	68	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	58	5	4	5	4	4	4	4	4	4	38
157	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	67	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	60	5	5	5	4	4	4	4	4	5	40

No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	X1.13	X1.14	TotalX1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12	X2.13	TX2	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	TY	
201	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	2	3	2	48	5	5	5	4	4	5	5	3	3	5	3	3	3	53	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
202	4	2	2	3	4	2	3	4	4	2	3	3	3	2	41	5	5	3	3	4	4	5	4	4	5	4	4	4	54	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	38
203	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	2	2	4	47	4	5	5	5	5	5	4	3	3	5	5	5	5	59	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	39
204	4	2	4	3	4	3	4	3	3	3	3	2	3	2	43	3	4	4	5	5	4	4	3	3	5	5	5	5	55	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	37
205	4	4	2	3	4	3	4	4	2	3	3	2	2	4	44	4	4	5	4	5	5	4	3	3	5	3	3	3	51	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	39
206	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	47	5	5	5	5	4	4	4	3	3	3	3	3	3	50	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	39
207	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	69	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	56	5	5	4	5	5	5	5	4	4	42	

No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	X1.13	X1.14	TotalX1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12	X2.13	TX2	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	TY	
226	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	60	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	37
227	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	37
228	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	64	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	37
229	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
230	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	59	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65	5	4	4	4	4	5	4	4	4	38	
231	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65	5	5	4	4	4	4	5	5	4	40	
232	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	59	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65	5	4	5	4	5	4	5	4	5	41	

No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	X1.13	X1.14	TotalX1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12	X2.13	TX2	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	TY
251	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	61	4	5	4	5	4	5	4	5	4	40
252	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	62	4	4	5	4	5	4	5	4	5	40
253	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65	4	5	5	4	4	5	5	4	4	40
254	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	58	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65	4	5	5	4	4	5	5	4	4	40
255	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65	4	4	5	5	4	4	5	5	4	40
256	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65	5	5	4	4	5	5	4	4	5	41
257	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65	5	5	5	4	4	5	5	4	4	41

No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	X1.13	X1.14	TotalX1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12	X2.13	TX2	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	TY	
326	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	59	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	39
327	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	59	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	40
328	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	62	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	39
329	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	55	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	40
330	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	60	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	60	5	5	4	4	4	4	5	5	5	41	
331	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	59	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	39

LAMPIRAN III
KUESIONER VALIDITAS DAN RELIABILITAS

No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	X1.13	X1.14	Total X1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12	X2.13	Total X2	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Total Y	
1	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	62	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	59	5	4	4	4	5	5	4	5	4	40	
2	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	64	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	46	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	42
3	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	65	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	59	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	41
4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	63	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	64	4	4	4	5	4	5	4	5	4	39	
5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	61	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	56	3	4	4	4	5	5	5	5	5	4	39

Validitas Kualitas Produk (X1)

		Correlations														Kualitas Produk
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	X1.13	X1.14	
X1.1	Pearson Correlation	1	.084	.337	.537**	.326	.113	.219	.097	.211	.477**	.614**	-.205	.112	-.008	.560**
	Sig. (2-tailed)		.658	.068	.002	.079	.551	.245	.609	.263	.008	.000	.276	.557	.967	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	.084	1	.100	.283	-.042	.336	.722**	.289	.400*	.251	.253	.084	.047	.189	.559**
	Sig. (2-tailed)	.658		.599	.130	.826	.070	.000	.122	.029	.180	.177	.659	.804	.317	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	.337	.100	1	.566**	.587**	.462*	.289	.289	.100	.377*	.253	-.168	.047	-.094	.599**
	Sig. (2-tailed)	.068	.599		.001	.001	.010	.122	.122	.599	.040	.177	.375	.804	.619	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	.537**	.283	.566**	1	.475**	.356	.272	.136	.283	.533**	.447*	.000	-.134	.000	.685**
	Sig. (2-tailed)	.002	.130	.001		.008	.053	.146	.473	.130	.002	.013	1.000	.481	1.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.5	Pearson Correlation	.326	-.042	.587**	.475**	1	.366*	.073	.073	-.042	.316	.212	-.056	-.174	.063	.476**
	Sig. (2-tailed)	.079	.826	.001	.008		.047	.703	.703	.826	.089	.260	.767	.357	.739	.008
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.6	Pearson Correlation	.113	.336	.462*	.356	.366*	1	.315	.436*	.210	.633**	.372*	-.056	-.056	-.056	.645**
	Sig. (2-tailed)	.551	.070	.010	.053	.047		.090	.016	.266	.000	.043	.767	.771	.771	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.7	Pearson Correlation	.219	.722**	.289	.272	.073	.315	1	.306	.433*	.121	.183	.073	.191	.191	.618**
	Sig. (2-tailed)	.245	.000	.122	.146	.703	.090		.101	.017	.524	.334	.703	.312	.312	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.8	Pearson Correlation	.097	.289	.289	.136	.073	.436*	.306	1	.144	.121	.183	-.170	.055	-.082	.404*
	Sig. (2-tailed)	.609	.122	.122	.473	.703	.016	.101		.447	.524	.334	.370	.775	.667	.027
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.9	Pearson Correlation	.211	.400*	.100	.283	-.042	.210	.433*	.144	1	.251	.443*	-.294	.189	.047	.458*
	Sig. (2-tailed)	.263	.029	.599	.130	.826	.266	.017	.447		.180	.014	.115	.317	.804	.011
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.10	Pearson Correlation	.477**	.251	.377*	.533**	.316	.633**	.121	.121	.251	1	.556**	-.105	.000	-.119	.643**
	Sig. (2-tailed)	.008	.180	.040	.002	.089	.000	.524	.524	.180		.001	.579	1.000	.532	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.11	Pearson Correlation	.614**	.253	.253	.447*	.212	.372*	.183	.183	.443*	.556**	1	-.106	.299	-.060	.647**
	Sig. (2-tailed)	.000	.177	.177	.013	.260	.043	.334	.334	.014	.001		.577	.109	.754	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.12	Pearson Correlation	-.205	.084	-.168	.000	-.056	-.056	.073	-.170	-.294	-.105	-.106	1	.063	.539**	.406

	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.8	Pearson Correlation	.039	.137	.207	.213	.380*	.120	.375*	1	.424*	.307	.447*	.675**	.336	.542**
	Sig. (2-tailed)	.837	.471	.272	.259	.038	.528	.041		.020	.098	.013	.000	.069	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.9	Pearson Correlation	.676**	.639**	.555**	.531**	.675**	.590**	.818**	.424*	1	.818**	.861**	.352	.657**	.901**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.003	.000	.001	.000	.020		.000	.000	.056	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.10	Pearson Correlation	.706**	.484**	.598**	.483**	.574**	.726**	.738**	.307	.818**	1	.870**	.395*	.534**	.862**
	Sig. (2-tailed)	.000	.007	.000	.007	.001	.000	.000	.098	.000		.000	.031	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.11	Pearson Correlation	.659**	.641**	.550**	.644**	.536**	.575**	.695**	.447*	.861**	.870**	1	.396*	.656**	.898**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002	.000	.002	.001	.000	.013	.000	.000		.030	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.12	Pearson Correlation	.196	.199	.391*	.098	.203	.199	.316	.675**	.352	.395*	.396*	1	.416*	.551**
	Sig. (2-tailed)	.300	.291	.033	.607	.283	.291	.089	.000	.056	.031	.030		.022	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.13	Pearson Correlation	.593**	.627**	.479**	.433*	.508**	.418*	.442*	.336	.657**	.534**	.656**	.416*	1	.744**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.007	.017	.004	.022	.015	.069	.000	.002	.000	.022		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	.752**	.666**	.702**	.635**	.704**	.734**	.812**	.542**	.901**	.862**	.898**	.551**	.744**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.002	.000	.000	.000	.002	.000	
	N	30	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).

Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)

		Correlations									Kepuasan Pelanggan
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	
Y.1	Pearson Correlation	1	.363*	.110	-.189	-.170	.143	.189	-.025	.191	.465**
	Sig. (2-tailed)		.049	.561	.316	.368	.450	.316	.894	.312	.010
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.2	Pearson Correlation	.363*	1	.356	.089	-.029	-.048	.208	.111	.226	.495**
	Sig. (2-tailed)	.049		.053	.640	.878	.803	.270	.559	.229	.005
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.3	Pearson Correlation	.110	.356	1	.111	.191	-.059	.444*	-.059	.075	.443*

	Sig. (2-tailed)	.561	.053		.559	.312	.755	.014	.755	.695	.014
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.4	Pearson Correlation	-.189	.089	.111	1	.218	.059	-.028	.059	.299	.296
	Sig. (2-tailed)	.316	.640	.559		.247	.755	.884	.755	.109	.113
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.5	Pearson Correlation	-.170	-.029	.191	.218	1	.321	.327	.612**	.350	.530**
	Sig. (2-tailed)	.368	.878	.312	.247		.084	.077	.000	.058	.003
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.6	Pearson Correlation	.143	-.048	-.059	.059	.321	1	.386*	.524**	.439*	.559**
	Sig. (2-tailed)	.450	.803	.755	.755	.084		.035	.003	.015	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.7	Pearson Correlation	.189	.208	.444*	-.028	.327	.386*	1	.386*	.448*	.690**
	Sig. (2-tailed)	.316	.270	.014	.884	.077	.035		.035	.013	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.8	Pearson Correlation	-.025	.111	-.059	.059	.612**	.524**	.386*	1	.306	.559**
	Sig. (2-tailed)	.894	.559	.755	.755	.000	.003	.035		.100	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.9	Pearson Correlation	.191	.226	.075	.299	.350	.439*	.448*	.306	1	.697**
	Sig. (2-tailed)	.312	.229	.695	.109	.058	.015	.013	.100		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Kepuasan Pelanggan	Pearson Correlation	.465**	.495**	.443*	.296	.530**	.559**	.690**	.559**	.697**	1
	Sig. (2-tailed)	.010	.005	.014	.113	.003	.001	.000	.001	.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).

Uji Reliabilitas Kualitas Produk (X1)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.726	14

Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X2)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.922	13

Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan (Y)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

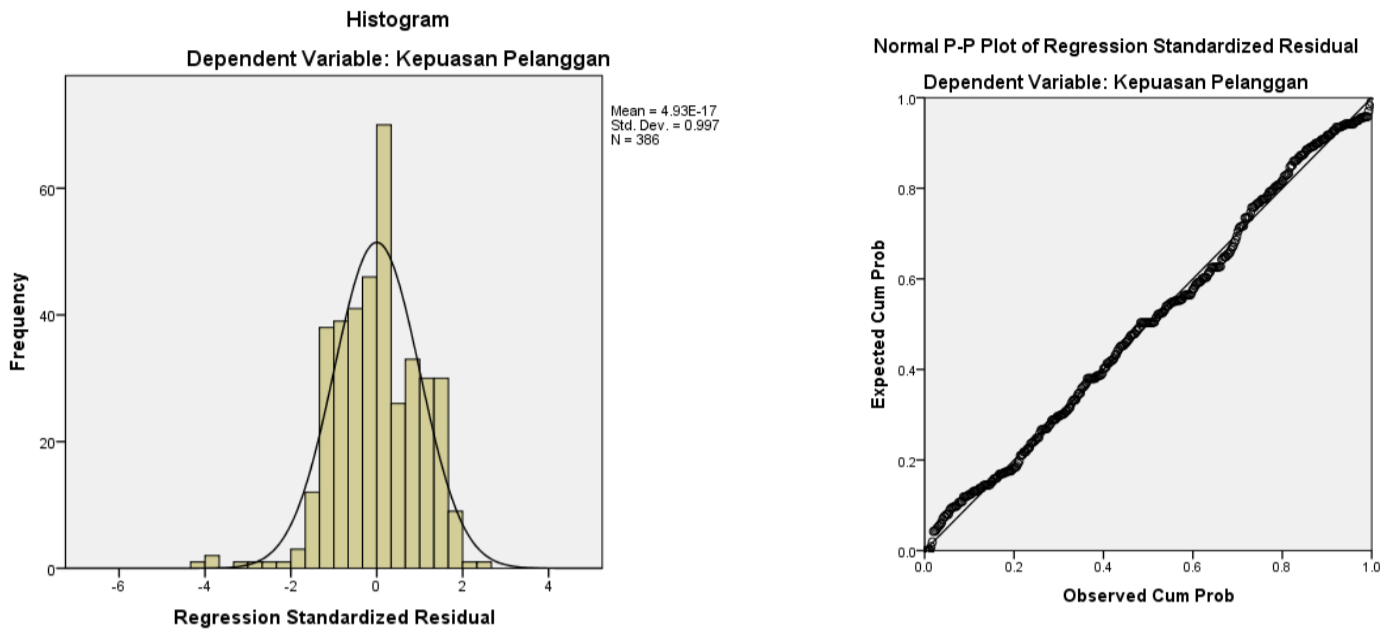
Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.644	9

LAMPIRAN IV

UJI ASUMSI KLASIK DAN ANALISIS LINEAR BERGANDA

UJI NORMALITAS



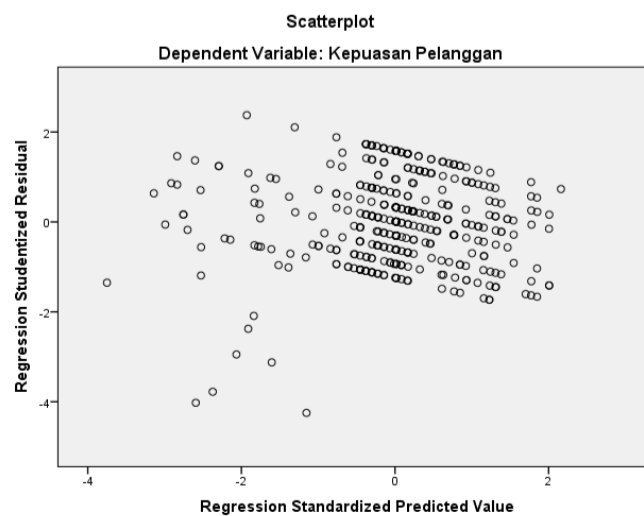
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		386
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.18633805
Most Extreme Differences	Absolute	.036
	Positive	.036
	Negative	-.036
Test Statistic		.036
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

UJI MULTIKOLINEARITAS

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	22.779	2.496		9.125	.000		
	Kualitas Produk	.193	.026	.349	7.313	.000	.992	1.008
	Kualitas Pelayanan	.098	.031	.151	3.172	.002	.992	1.008

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

UJI HETEROSKEDASTISITAS



UJI LINEARITAS

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Pelanggan *	Between Groups	(Combined)	1067.397	27	39.533	4.099	.000
		Linearity	508.753	1	508.753	52.749	.000
		Deviation from Linearity	558.645	26	21.486	2.228	.058
Within Groups			3452.854	358	9.645		
Total			4520.251	386			

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Pelanggan *	Between Groups	(Combined)	413.210	24	17.217	1.513	.059
		Linearity	65.568	1	65.568	5.763	.017
		Deviation from Linearity	347.642	23	15.115	1.329	.144
Within Groups			4107.041	361	11.377		
Total			4520.251	386			

UJI KORELASI BERGANDA

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.368 ^a	.135	.131	3.19465
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk				
b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan				

ANALISIS REGRESI BERGANDA

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	22.779	2.496		9.125	.000		
	Kualitas Produk	.193	.026	.349	7.313	.000	.992	1.008
	Kualitas Pelayanan	.098	.031	.151	3.172	.002	.992	1.008
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan								

UJI F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	611.442	2	305.721	29.956	.000 ^b
	Residual	3908.809	384	10.206		
	Total	4520.251	386			
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan						
b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk						

KOEFISIEN DETERMINASI

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.368 ^a	.135	.131	3.19465
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk				
b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan				

LAMPIRAN V
ANALISIS STATISTIK DESKRIPTIF

Frequency Table

X1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	0.5	0.5	0.5
	Tidak Setuju	1	0.3	0.3	0.8
	Netral	18	4.7	4.7	5.4
	Setuju	285	73.8	73.8	79.3
	Sangat Setuju	80	20.7	20.7	100.0
	Total	386	100.0	100.0	

X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	1.0	1.0	1.0
	Netral	23	6.0	6.0	7.0
	Setuju	214	55.4	55.4	62.4
	Sangat Setuju	145	37.6	37.6	100.0
	Total	386	100.0	100.0	

X1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	3	0.8	0.8	0.8
	Tidak Setuju	4	1.0	1.0	1.8
	Netral	23	6.0	6.0	7.8
	Setuju	203	52.6	52.6	60.4
	Sangat Setuju	153	39.6	39.6	100.0
	Total	386	100.0	100.0	

X1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	0.8	0.8	0.8
	Netral	27	7.0	7.0	7.8
	Setuju	212	54.9	54.9	62.7
	Sangat Setuju	144	37.3	37.3	100.0
	Total	386	100.0	100.0	

X1.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	0.5	0.5	0.5
	Netral	1	0.3	0.3	0.8
	Setuju	251	65.0	65.0	65.8
	Sangat Setuju	132	34.2	34.2	100.0
	Total	386	100.0	100.0	

X1.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	0.8	0.8	0.8
	Netral	21	5.4	5.4	6.2
	Setuju	220	57.0	57.0	63.2
	Sangat Setuju	142	36.8	36.8	100.0
	Total	386	100.0	100.0	

X1.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	0.3	0.3	0.3
	Netral	15	3.9	3.9	4.1
	Setuju	257	66.6	66.6	70.7
	Sangat Setuju	113	29.3	29.3	100.0
	Total	386	100.0	100.0	

X1.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	0.3	0.3	0.3
	Tidak Setuju	1	0.3	0.3	0.5
	Netral	13	3.4	3.4	3.9
	Setuju	255	66.1	66.1	69.9
	Sangat Setuju	116	30.1	30.1	100.0
	Total	386	100.0	100.0	

X1.9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	0.3	0.3	0.3
	Tidak Setuju	4	1.0	1.0	1.3
	Netral	18	4.7	4.7	6.0
	Setuju	225	58.3	58.3	64.2
	Sangat Setuju	138	35.8	35.8	100.0
	Total	386	100.0	100.0	

X1.10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	0.3	0.3	0.3
	Netral	19	4.9	4.9	5.2
	Setuju	229	59.3	59.3	64.5
	Sangat Setuju	137	35.5	35.5	100.0
	Total	386	100.0	100.0	

X1.11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	0.3	0.3	0.3
	Netral	24	6.2	6.2	6.5
	Setuju	269	69.7	69.7	76.2
	Sangat Setuju	92	23.8	23.8	100.0
	Total	386	100.0	100.0	

X1.12

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	0.5	0.5	0.5
	Tidak Setuju	7	1.8	1.8	2.3
	Netral	23	6.0	6.0	8.3
	Setuju	271	70.2	70.2	78.5
	Sangat Setuju	83	21.5	21.5	100.0
	Total	386	100.0	100.0	

X1.13

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	0.5	0.5	0.5
	Tidak Setuju	6	1.6	1.6	2.1
	Netral	20	5.2	5.2	7.3

	Setuju	248	64.2	64.2	71.5
	Sangat Setuju	110	28.5	28.5	100.0
	Total	386	100.0	100.0	

X1.14

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	0.5	0.5	0.5
	Tidak Setuju	6	1.6	1.6	2.1
	Netral	17	4.4	4.4	6.5
	Setuju	267	69.2	69.2	75.6
	Sangat Setuju	94	24.4	24.4	100.0
	Total	386	100.0	100.0	

Kualitas Produk

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	36	1	0.3	0.3	0.3
	41	2	0.5	0.5	0.8
	43	2	0.5	0.5	1.3
	44	5	1.3	1.3	2.6
	45	5	1.3	1.3	3.9
	46	4	1.0	1.0	4.9
	47	6	1.6	1.6	6.5
	48	3	0.8	0.8	7.3
	50	2	0.5	0.5	7.8
	52	4	1.0	1.0	8.8
	53	1	0.3	0.3	9.1
	54	1	0.3	0.3	9.3
	55	4	1.0	1.0	10.4
	56	83	21.5	21.5	31.9
	57	45	11.7	11.7	43.5
	58	24	6.2	6.2	49.7
	59	43	11.1	11.1	60.9
	60	16	4.1	4.1	65.0
	61	17	4.4	4.4	69.4
	62	4	1.0	1.0	70.5
	63	4	1.0	1.0	71.5
	64	16	4.1	4.1	75.6
	65	10	2.6	2.6	78.2
	66	15	3.9	3.9	82.1
	67	28	7.3	7.3	89.4
	68	7	1.8	1.8	91.2
	69	23	6.0	6.0	97.2
	70	11	2.8	2.8	100.0
	Total	386	100.0	100.0	

X2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	0.3	0.3	0.3
	Tidak Setuju	3	0.8	0.8	1.0
	Netral	16	4.1	4.1	5.2
	Setuju	133	34.5	34.5	39.6
	Sangat Setuju	233	60.4	60.4	100.0
	Total	386	100.0	100.0	

X2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	0.3	0.3	0.3
	Tidak Setuju	2	0.5	0.5	0.8

	Netral	20	5.2	5.2	6.0
	Setuju	139	36.0	36.0	42.0
	Sangat Setuju	224	58.0	58.0	100.0
	Total	386	100.0	100.0	

X2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	0.3	0.3	0.3
	Tidak Setuju	2	0.5	0.5	0.8
	Netral	19	4.9	4.9	5.7
	Setuju	154	39.9	39.9	45.6
	Sangat Setuju	210	54.4	54.4	100.0
	Total	386	100.0	100.0	

X2.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	0.3	0.3	0.3
	Tidak Setuju	3	0.8	0.8	1.0
	Netral	16	4.1	4.1	5.2
	Setuju	151	39.1	39.1	44.3
	Sangat Setuju	215	55.7	55.7	100.0
	Total	386	100.0	100.0	

X2.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	0.3	0.3	0.3
	Tidak Setuju	1	0.3	0.3	0.5
	Netral	19	4.9	4.9	5.4
	Setuju	159	41.2	41.2	46.6
	Sangat Setuju	206	53.4	53.4	100.0
	Total	386	100.0	100.0	

X2.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	0.3	0.3	0.3
	Tidak Setuju	3	0.8	0.8	1.0
	Netral	19	4.9	4.9	6.0
	Setuju	162	42.0	42.0	47.9
	Sangat Setuju	201	52.1	52.1	100.0
	Total	386	100.0	100.0	

X2.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	0.3	0.3	0.3
	Tidak Setuju	3	0.8	0.8	1.0
	Netral	29	7.5	7.5	8.5
	Setuju	167	43.3	43.3	51.8
	Sangat Setuju	186	48.2	48.2	100.0
	Total	386	100.0	100.0	

X2.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	0.5	0.5	0.5
	Netral	33	8.5	8.5	9.1
	Setuju	162	42.0	42.0	51.0
	Sangat Setuju	189	49.0	49.0	100.0
	Total	386	100.0	100.0	

X2.9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	0.5	0.5	0.5
	Tidak Setuju	3	0.8	0.8	1.3
	Netral	32	8.3	8.3	9.6
	Setuju	153	39.6	39.6	49.2
	Sangat Setuju	196	50.8	50.8	100.0
	Total	386	100.0	100.0	

X2.10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	0.5	0.5	0.5
	Tidak Setuju	2	0.5	0.5	1.0
	Netral	28	7.3	7.3	8.3
	Setuju	153	39.6	39.6	47.9
	Sangat Setuju	201	52.1	52.1	100.0
	Total	386	100.0	100.0	

X2.11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	0.5	0.5	0.5
	Netral	16	4.1	4.1	4.7
	Setuju	124	32.1	32.1	36.8
	Sangat Setuju	244	63.2	63.2	100.0
	Total	386	100.0	100.0	

X2.12

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	17	4.4	4.4	4.4
	Setuju	136	35.2	35.2	39.6
	Sangat Setuju	233	60.4	60.4	100.0
	Total	386	100.0	100.0	

X2.13

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	20	5.2	5.2	5.2
	Setuju	128	33.2	33.2	38.3
	Sangat Setuju	238	61.7	61.7	100.0
	Total	386	100.0	100.0	

Kualitas Pelayanan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	38	2	0.5	0.5	0.5
	39	1	0.3	0.3	0.8
	42	2	0.5	0.5	1.3
	43	1	0.3	0.3	1.6
	44	1	0.3	0.3	1.8
	46	5	1.3	1.3	3.1
	47	4	1.0	1.0	4.1
	48	2	0.5	0.5	4.7
	49	1	0.3	0.3	4.9
	50	6	1.6	1.6	6.5
	51	8	2.1	2.1	8.5
	52	10	2.6	2.6	11.1
	53	17	4.4	4.4	15.5
	54	16	4.1	4.1	19.7

55	40	10.4	10.4	30.1
56	28	7.3	7.3	37.3
57	26	6.7	6.7	44.0
58	27	7.0	7.0	51.0
59	27	7.0	7.0	58.0
60	18	4.7	4.7	62.7
61	32	8.3	8.3	71.0
62	17	4.4	4.4	75.4
63	12	3.1	3.1	78.5
64	13	3.4	3.4	81.9
65	70	18.1	18.1	100.0
Total	386	100.0	100.0	

Y.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	1.0	1.0	1.0
	Netral	6	1.6	1.6	2.6
	Setuju	169	43.8	43.8	46.4
	Sangat Setuju	207	53.6	53.6	100.0
	Total	386	100.0	100.0	

Y.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	0.5	0.5	0.5
	Tidak Setuju	3	0.8	0.8	1.3
	Netral	2	0.5	0.5	1.8
	Setuju	190	49.2	49.2	51.0
	Sangat Setuju	189	49.0	49.0	100.0
	Total	386	100.0	100.0	

Y.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	0.5	0.5	0.5
	Tidak Setuju	1	0.3	0.3	0.8
	Netral	5	1.3	1.3	2.1
	Setuju	210	54.4	54.4	56.5
	Sangat Setuju	168	43.5	43.5	100.0
	Total	386	100.0	100.0	

Y.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	6	1.6	1.6	1.6
	Setuju	207	53.6	53.6	55.2
	Sangat Setuju	173	44.8	44.8	100.0
	Total	386	100.0	100.0	

Y.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	0.3	0.3	0.3
	Netral	4	1.0	1.0	1.3
	Setuju	224	58.0	58.0	59.3
	Sangat Setuju	157	40.7	40.7	100.0
	Total	386	100.0	100.0	

Y.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	0.3	0.3	0.3

	Netral	5	1.3	1.3	1.6
	Setuju	210	54.4	54.4	56.0
	Sangat Setuju	170	44.0	44.0	100.0
	Total	386	100.0	100.0	

Y.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	1.0	1.0	1.0
	Netral	1	0.3	0.3	1.3
	Setuju	191	49.5	49.5	50.8
	Sangat Setuju	190	49.2	49.2	100.0
	Total	386	100.0	100.0	

Y.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	0.3	0.3	0.3
	Tidak Setuju	4	1.0	1.0	1.3
	Netral	3	0.8	0.8	2.1
	Setuju	192	49.7	49.7	51.8
	Sangat Setuju	186	48.2	48.2	100.0
	Total	386	100.0	100.0	

Y.9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	4	1.0	1.0	1.0
	Setuju	208	53.9	53.9	54.9
	Sangat Setuju	174	45.1	45.1	100.0
	Total	386	100.0	100.0	

Kepuasan Pelanggan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	24	1	0.3	0.3	0.3
	25	2	0.5	0.5	0.8
	28	2	0.5	0.5	1.3
	30	1	0.3	0.3	1.6
	31	2	0.5	0.5	2.1
	33	1	0.3	0.3	2.3
	35	3	0.8	0.8	3.1
	36	43	11.1	11.1	14.2
	37	39	10.1	10.1	24.4
	38	36	9.3	9.3	33.7
	39	36	9.3	9.3	43.0
	40	50	13.0	13.0	56.0
	41	52	13.5	13.5	69.4
	42	28	7.3	7.3	76.7
	43	15	3.9	3.9	80.6
	44	28	7.3	7.3	87.8
	45	47	12.2	12.2	100.0
	Total	386	100.0	100.0	

LAMPIRAN VI
R TABEL

Tabel r untuk df = 1 - 50

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694