

DAFTAR PUSTAKA

- Agung Prastito, 2015, Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pandawa Water World Solo Baru, Naskah Publikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Alma, Buchori, 2018, Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Penerbit Alfabeta, Bandung, ISBN:979-8433-01-7.
- Amalia, Suri dan M. Oloan Asmara Nst, 2017, Pengaruh Citra Merk, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi Di Kota Langsa, Jurnal Manajemen Dan Keuangan, Vol.6, No.1, Mei 2017.
- Dede Apriyadi, 2017, Analisis Pengaruh Ketepatan Waktu, Fasilitas Dan Harga Tiket Terhadap Kepuasan Penumpang Kereta Api Di Stasiun Purwosari, Magistra Nomor 99 Th. 30 Maret 2017. ISNN 0215-9511.
- Diputri, Yullyndra Tisna, 2011, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Nilai Pelanggan Dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen (Survey pada Peserta Pelatihan Kerjasama Balai Besar Pelatihan Pertanian Lembang-Bandung Tahun 2015), Thesis, Universitas Pasundan Bandung.
- Fikri, Sirhan dan Wahyu Wiyani dan Agung Suwandar, 2016, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa Strata 1 Fakultas Ilmu Politik Universitas Merdeka Malang), Jurnal Bisnis dan Manajemen Vol. 3 No.1, Januari 2016.
- Harfika dan Abdullah, 2017, Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Pada Rumah Sakit

Umum Kabupaten Aceh Barat Daya, Balance Vol. XIV
No.1 Januari 2017

- Kotler, Philip dan Keller, Kevin lane, 2009, Manajemen Pemasaran. Jakarta. Gelora Aksara Pratama.
- Nawawi, M. Tomy dan Ida Puspitowati, 2015, Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Perpustakaan Sebagai Prediktor Terhadap Kepuasan Civitas Akademika Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanegara Di Jakarta, Jurnal Ekonomi Volume 20, Nomor 02 Juli 2015:320-334.
- Putranto, Thomas Aquinas Wahyu Adi, 2016, Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Keepuasan Konsumen Studi Kasus Pada Konsumen PT. Kereta Api Indonesia Daerah Oprasional VI Yogyakarta, Skripsi, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
- Rachman, M. Munir, 2018, Metodologi Penelitian, Adi Buana University Press, Surabaya.
- Sarino, Alit, 2010, Upaya menciptakan Kepuasan Pelanggan Dengan Pengelolaan Service Quality (SERVQUAL), Manajerial Vol. 9, No. 17, Juli 2010:19-24.
- Sofyan, Indra Lutfi dan Ari Pradanawati dan Hari Susanta Nugraha, 2013, Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas, Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Star Clean Car Wash Semarang, DIPONEGORO JOURNAL OF SOCIAL AND POLITIC Tahun 2013, Hal. 1-12
<http://ejournals1.undip.ac.id/index.php/>.
- Srijani dan Hidayat, 2017, Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Aston Madiun Hotel Dan Conference

Center, Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi WIGA Vol. 7, Maret 2017, Hal 31-38.

Sugiyono, 2015, Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods), Bandung, Alfabeta.

Sugiyono, 2018, Metode Penelitian Kuantitatif, Alfabeta, Bandung.

<https://katadata.co.id/berita/2019/10/18/kemnaker-tingkatkan-kualitas-layanan-ketenagakerjaan>, (diakses tanggal 7 November 2019).

https://money.kompas.com/read/2019/11/02/100600126/punya-a-usaha-begini-strategi-tetapkan-harga-jual/02_November_2019, (diakses tanggal 7 November 2019).

<https://news.okezone.com/read/2019/04/05/1/2039717/kepuasan-pelanggan-hantarkan-bank-bjb-raih-penghargaan>, (diakses tanggal 7 November 2019).

<https://www.beritasatu.com/nasional/553215/mudik-2019-meikarta-siapkan-rest-area-km-34-dengan-fasilitas-lengkap>, (diakses tanggal 7 November 2019).

Lampiran 1

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI



UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA FAKULTAS EKONOMI

Kampus : Jl. Dukuh Menanggal XII/4, Telp- Fax. 031-8281183 Surabaya 60234
Website : <http://www.fe.unipasby.ac.id>

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama	: Mochammad Hardin Tri Nofaldoli
Prodi / NIM	: MANAJEMEN 1161500102
Judul Skripsi	: Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Dan Kelengkapan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa PT. Sjarifk Nasional Utama Surabaya
Dosen Pembimbing	: I KETUT SURABAGARTHA, DRs, S.E.M.M.
Periode Kepembimbingan	: 30 September 2019 s/d 30 Maret 2020

URAIAN KEGIATAN KEPEMBIMBINGAN :

NO	TANGGAL	MATERI-BIMBINGAN	KET.	TANDA TANGAN
1.	10-10-2019	jabar, kualitatif	ada	[Signature]
2	22-10-19	abril, kual.	ada	[Signature]
3	24-10-19	"	ada	[Signature]
4	14-11-19	jabar	ada	[Signature]
5	21-11-19	jabar	ada	[Signature]
6	2-12-19	jabar	ada	[Signature]
7	10-12-19	jabar	ada	[Signature]
8	20-12-19	jabar	ada	[Signature]
9	27-12-19	jabar	ada	[Signature]
10	30-12-19	jabar	ada	[Signature]
11	01-01-2020	jabar	ada	[Signature]
12	22-01-20	jabar	ada	[Signature]
13	26-01-20	jabar	ada	[Signature]

Bimbingan selesai pada tanggal :

Dosen Pembimbing,

[Signature]
I. Ketut Surabagarta



Mahasiswa,

[Signature]
M. Hardin Tri N.

Lampiran 2

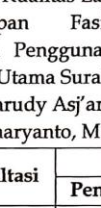
BERITA ACARA BIMBINGAN REVISI SKRIPSI

1. Nama Mahasiswa : Mochammad Herdin Tri Nofaldi
2. NIM : 161500102
3. Program Studi : Manajemen
4. Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, dan Kelengkapan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa PT. Syafi'e Nasional Utama Surabaya
5. Dosen Penguji : 1. Dr. Fachrudy Asj'ari, S.Psi., M.M.
2. Drs. Suharyanto, M.M.

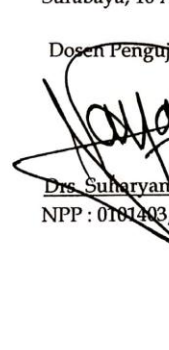
No	Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf Penguji	
			Penguji I	Penguji II
1	05 Agustus 2020	BAB I,II,III & V		
2	05 Agustus 2020	Daftar Pustaka		
3	06 Agustus 2020	BAB I,IV & V		

Surabaya, 10 Agustus 2020

Dosen Penguji I


Dr. Fachrudy Asj'ari, S.Psi., M.M.
NPP : 1202612/DY

Dosen Penguji II


Drs. Suharyanto, M.M.
NPP : 0181403/DY

Lampiran 3

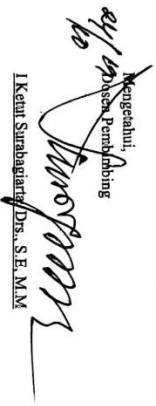
MATRIK PENELITIAN

<p>NAMA : MOCHAMMAD HERDIN TRI NOFALDI NIM : 16-150-0102 JUDUL : PENGARUH KUALITAS LAYANAN, HARGA, DAN KELENGKAPAN FASILITAS TERHADAP KEPuasan PENGGUNA JASA PT. SYAFIE NASIONAL UTAMA SURABAYA</p>								
KONSEP	RUMUSAN MASALAH	TUJUAN	VARIABEL DAN INDIKATOR	HIPOTESIS	POPULASI DAN SAMPEL	PENGUMPULAN DATA	TEKNIK ANALISIS	DAFTAR PUSTAKA
<p>Kualitas Pelayanan : Sebuah kinerja yang dapat ditawarkan oleh seseorang kepada orang lain, Kinerja ini dapat berupa tindakan yang tidak berwujud serta tidak berwujud</p>	<p>1. Adakah pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pengguna jasa PT. Syafi'e Nasional Utama Surabaya ?</p>	<p>1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna jasa PT. Syafi'e Nasional Utama Surabaya.</p>	<p>Variabel : 1. Kualitas Pelayanan (X₁) 2. Harga (X₂) 3. Kelengkapan Fasilitas (X₃) 4. Kepuasan Pengguna Jasa (Y)</p>	<p>1. Ada pengaruh variabel Kualitas layanan, berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa PT. Syafi'e Nasional Utama Surabaya.</p>	<p>Populasi : Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna jasa PT. Syafi'e Nasional Utama Surabaya sebanyak 120 responden.</p> <p>Sampel : Sampel adalah sebagian dari populasi</p> <p>Menurut Slovicin: $n = \frac{1 + N}{1 + N(e)^2}$</p>	<p>1. Kuesioner</p>	<p>1. Analisis Statistik Regresi Linier Berganda $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$ Ke: Y : Kepuasan Pengguna Jasa a = Konstanta b = Koefisien regresi X₁ = Kualitas Layanan X₂ = Harga X₃ = Kelengkapan Fasilitas</p>	<p>1. Ruth Army, 1 Pintu Cede Sulzamedia Dan Keny Nier Cahaya. 2013. Pengaruh Kualitas Layanan, Produk, dan Kewajaran Harga Terhadap Kepuasan dan Loyaltias Pelanggan Pada Linc Sken Care Singaperaja Jurnal Ekonomi Universitas Udayana. 2013. Philip. Keller, Kevin Lane. 2009. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Penerbit Erlangga.</p>
<p>berkaitan pada kemampuan barang apapun dan terhadap siapapun. (Kotler,2008)</p>	<p>2. Adakah pengaruh harga terhadap kepuasan pengguna jasa PT. Syafi'e Nasional Utama Surabaya ?</p>	<p>2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pengguna jasa PT. Syafi'e Nasional Utama Surabaya.</p>	<p>Indikator : 1. Kualitas pelayanan (X₁) Indikatornya: a. Reliabilitas b. Daya tanggap c. Jaminan d. Empati e. Berwujud f. Zeraham, Parasuraman & Berry (Dalam Hardiansyah 2011:46)</p>	<p>2. Ada pengaruh variabel Harga, berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa PT. Syafi'e Nasional Utama Surabaya.</p>	<p>Dimana : N : Jumlah populasi n : Jumlah sampel e : Sig 0,05 / 5%</p> $n = \frac{120}{(1 + 120(0,05)^2)}$	<p>3. Ada pengaruh variabel</p>		
<p>Harga : Segala bentuk biaya moneter yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, memantapkan sejumlah kepuasan kombinasi dari</p>	<p>3. Adakah pengaruh Kelengkapan fasilitas terhadap kepuasan pengguna jasa PT. Syafi'e Nasional Utama Surabaya ?</p>	<p>3. Untuk mengetahui pengaruh kelengkapan fasilitas</p>	<p>Indikatornya : a. Kecerjangk b. Harga sesuai</p>					

MATRIK PENELITIAN

<p>barang beserta pelayanan dari suatu produk. (Hasan,2008: 298)</p>	<p>Jasa PT. Syaif e Nasional Utama Surabaya ?</p>	<p>Keputusan pengguna jasa PT. Syaif e Nasional Utama</p>	<p>Kemampuan n atau daya sating harga Kesesuaian harga dengan kualitas produk Kesesuaian harga dengan manfaat Kotler & Armstrong (2012 : 314) Kelengkapan Fasilitas (X)</p>	<p>Kelengkapan n Fasilitas, berpengaruh terhadap keputusan pengguna jasa PT. Syaif e Nasional Utama Surabaya.</p>	<p>$n = 120$ $n = 1+0,5 = 80$ responden Teknik Sampling Yang digunakan adalah sample random sampling.</p>		<p>3. Rivali, A. R. & Wahyudi, T. A. (2017). Pengaruh Persepsi Kualitas, Citra Merek, Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan dan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. <i>Jurnal Birnis Dan Komunikasi</i>, 4(1), 29-37.</p>
<p>Keunggulan Fasilitas : Segala sesuatu yang segera disediakan oleh penyedia jasa untuk dipakai serta dihormati oleh konsumen yang bertujuan memberikan tingkat kepuasan yang maksimal. (Kotler, 2009: 45)</p>	<p>Nasional Utama Surabaya ?</p>	<p>4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan kelengkapan fasilitas terhadap kepuasan pengguna jasa PT. Syaif e Nasional Utama Surabaya.</p>	<p>4. Ada pengaruh kualitas layanan, harga, dan kelengkapan fasilitas terhadap kepuasan pengguna jasa PT. Syaif e Nasional Utama Surabaya.</p>	<p>4. Ada pengaruh kualitas layanan, harga, dan kelengkapan fasilitas terhadap kepuasan pengguna jasa PT. Syaif e Nasional Utama Surabaya.</p>			
<p>Keputusan Pengguna Jasa : Tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan Kinerja (hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Kotler dan Keller</p>			<p>4. Keputusan pengguna jasa (Y) Indikatornya : a. Penyelidikan layanan yang baik b. Karyawan cepet dalam</p>				

(2008:177)			<p>menyესსუი kan pekerjaan Karyawan harris mengetahui kegunaan dan mendagno sis hal yang harus dilakukan dengan cepat d. Karyawan mampu mengetahui perhatian individu dengan baik kepada keluhan konsumen Tjiptono (2004:62)</p>					
------------	--	--	--	--	--	--	--	--

Mengetahui,
 24/10/2019
 Dosen Pembimbing

 I Ketut Surabagiat, Drs., S.E., M.M.

Surabaya, 24 Oktober 2019
 Mahasiswa,

 MOCHAMMAD FERDIN TRI NOVALDI

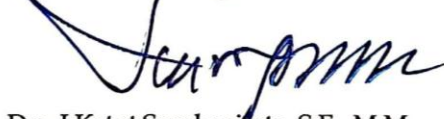
Lampiran 4

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi ini disetujui oleh dosen pembimbing dan layak
untuk diuji :

Tanggal : 21 Juli 2020

Dosen Pembimbing,



Drs. I Ketut Surabagiartha, S.E., M.M.

NPP : 1701834/DY

Lampiran 5

SURAT KETERANGAN IZIN PENELITIAN



**UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI**

Kampus : Jl. Dukuh Menanggal XII/4 , Telp- Fax. 031-8281183 Surabaya 60234

Website : <http://www.fc.unipasby.ac.id>

Nomor : 191114/01/FE/X/2019
Lampiran :-
Perihal : Ijin Penelitian dan Pengambilan Data

Kepada Yth:
Bapak/Ibu Pimpinan
PT. Syafi'e Nasional Utama Surabaya
Jl. Bendul Merisi Utara, Wonocolo, Surabaya
di -
Surabaya

Sesuai kurikulum Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya, maka mahasiswa wajib menulis Skripsi/Tugas Akhir dalam bentuk Laporan Penelitian dan Artikel Ilmiah. Berkaitan dengan hal tersebut mohon perkenan Bapak/Ibu untuk memberikan ijin penelitian kepada mahasiswa kami yang tersebut dibawah ini :

Nama : Mochammad Herdin Tri Nofaldi
NIM : 161500102
Prodi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, dan Kelengkapan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa PT. Syafi'e Nasional Surabaya

Demikian atas perkenan serta kebijaksanaan Bapak/Ibu kami sampaikan terima kasih.



Surabaya 31 Oktober 2019

Dekan,

Dra. Siti Istikhoroh, M.Si
NIP. 19671019.199203.2001

Lampiran 6

SURAT BALASAN PENELITIAN

Nasional

PT. SYAFI'IE NASIONAL UTAMA SURABAYA

Jl. Bendul Merisi Utara No.34-36, Bendul Merisi, Kec. Wonocolo,
Kota Surabaya, Jawa Timur 60239.
Telp. 031-8421345, Fax. 031-8435155

Nomor : 00054/PT.SNUS/II/2020
Lampiran : -
Perihal : Surat Balasan Ijin Penelitian dan Pengambilan Data

Kepada
Dekan Fakultas Ekonomi Univ. PGRI Adi Buana Surabaya
Jl. Dukuh Menanggal XII/4
Surabaya

Dengan Hormat,

Menunjuk Surat Dekan Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya Nomor : 191114/01/FE/X/2019 tanggal 31 Oktober 2019 perihal Ijin Penelitian dan Pengambilan Data di PT. Syafi'ie Nasional Nusantara Surabaya dengan ini dapat kami sampaikan bahwa saudara :

Nama : Muhammad Herdin Tri Novaldi
NIM : 161500102
Prodi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, dan Kelengkapan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Syafi'ie Nasional Utama Surabaya

Dapat melakukan penelitian dan pengambilan data di perusahaan kami untuk keperluan data skripsi. Demikian surat ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya, atas perhatian dan kerjasama, disampaikan terimakasih.

Surabaya, 24 Februari 2020

Nasional
Telp. 031-8421345, Fax. 031-8435155

Stepamy, S.Psi
Personalia

Lampiran 7

DAFTAR HADIR UJIAN PROPOSAL SKRIPSI



UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA FAKULTAS EKONOMI

Kampus : Jl. Dukuh Menanggal XII/4 , Telp- Fax 031-8281183 Surabaya 60234
Website : <http://www.fe.unipabusa.ac.id>

BERITA ACARA UJIAN PROPOSAL SKRIPSI

Pada hari ini _____ tanggal _____ bulan _____ tahun _____ bertempat di Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya telah dilaksanakan Ujian Proposal Skripsi Semester Ganjil / Genap *) Tahun Akademik 20____/20____

Nama Mahasiswa	: Mochammad Herdin Tri Nofaldi
NIM	: 161500102
Program Studi	: Manajemen
Judul Proposal	: Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Dan Kelengkapan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa PT. Syafi'ie Nasional Utama Surabaya

Dihadiri oleh :

No	NIM	Nama Mahasiswa	Tanda Tangan
1	161500262	Domy Budi Santoso	
2	161500199	wenty rby p	
3	161500181	Nafisa Dina A	
4	161500109	Susi Susanti	
5	161500049	Rachma Reny. R.	
6	161500022	Liandra Sari	
7	161500021	Dwi Anna A.	
8	161500167	Emerinda Lesta	
9	161500006	Wesestaus L. Awo	
10	161500078	Muhammad Yarid R	
11	161500069	Boyo A. Krisna	
12	161500024	Stekhal Al KAFFI	
13	161500050	Dinda Ha-jun Syaffilah	
14	161500047	Risma Alfi Yunita Sari	
15	161500015	Citra Dwi Maulidja	

Surabaya, 10. 10. 20

Penguji : Martha S

Pembimbing : R. K. R. P.

Lampiran 8

KUESIONER PENELITIAN

Penelitian tentang : Manajemen Pemasaran

Kepada Yth.

Bapak/Ibu/Sdr/i

di tempat

Dengan Hormat

Bersama ini saya

Nama : Mochammad Herdin Tri Nofaldi

Universitas : Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Fakultas : Ekonomi

Program Studi : Manajemen

Sedang mengadakan penelitian dengan judul skripsi **“PENGARUH KUALITAS LAYANAN, HARGA, DAN KELENGKAPAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA JASA PT. SYAFI’E NASIONAL UTAMA SURABAYA”**. Untuk keperluan tersebut, saya mohon bantuan Bapak/Ibu atau Saudara/i dengan hormat untuk memberikan penilaian melalui kuesioner ini dengan sebenar-benarnya berdasarkan atas apa yang dirasakan.

Jawaban yang Bapak/Ibu atau Saudara/i berikan merupakan bantuan yang sangat berharga bagi penelitian saya dan akan memberikan banyak manfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan. Atas kesediaan dan bantuannya saya ucapkan terima kasih.

IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
(boleh tidak diisi)
2. Jenis Kelamin :
 - Laki-laki
 - Perempuan
3. Usia :
 - > 20 tahun
 - 20-30 tahun
 - 31-40 tahun
 - 41-50 tahun
 - < 50 tahun
4. Pendidikan :
 - SMP
 - SMA
 - Diploma (D1,D2,D3,D4)
 - Sarjana (S1,S2,S3)
5. Pekerjaan :

PETUNJUK PENGISIAN

- a. Bacalah baik-baik setiap pernyataan dan seluruh pilihan jawaban yang diberikan.
- b. Jawablah seluruh pernyataan sesuai hati nurani anda.
- c. Beri tanda (v) untuk setiap jawaban yang anda pilih pada kolom jawaban yang sudah disediakan, sebagai berikut:
 - **Jawaban SS, untuk Sangat Setuju**
 - **Jawaban S, untuk Setuju**
 - **Jawaban RR, untuk Ragu-Ragu**
 - **Jawaban TS, untuk Tidak Setuju**
 - **Jawaban STS, untuk Sangat Tidak Setuju**

Kualitas Layanan (X1)

NO	PERNYATAAN	KATEGORI PENILAIAN				
		SS	S	RR	TS	STS
Tampilan Fisik (<i>tangible</i>)						
1	Kondisi perlengkapan atau peralatan pesta yang baik dan layak digunakan					
2	Karyawan PT. Syafi'e Nasional Utama Surabaya berpenampilan rapi, sopan, dan bersih					
Keandalan (<i>reliability</i>)						
1	Karyawan memberikan respon secara tepat terhadap kebutuhan pengguna jasa					
2	PT. Syafi'e Nasional Utama Surabaya memberikan perhatian khusus terhadap setiap keluhan pengguna jasa					
Cepat Tanggap (<i>responsiveness</i>)						
1	Pelayanan administrasi di PT. Syafi'e Nasional Utama Surabaya cepat dan tepat					
2	Karyawan PT. Syafi'e Nasional Utama Surabaya ramah dan sopan					
Jaminan (<i>assurance</i>)						
1	Pengiriman peralatan pesta dilakukan dengan cepat dan sesuai dengan waktu yang dijanjikan					

2	PT. Syafi'e Nasional Utama Surabaya melakukan penanganan keluhan terhadap pengguna jasa dengan baik					
Empati (<i>emphaty</i>)						
1	PT. Syafi'e Nasional Utama Surabaya mengutamakan kepentingan pengguna jasa					
2	PT. Syafie Nasional Utama Surabaya memberikan pengertian dan toleransi terhadap pengguna jasa apabila terjadi masalah					

Harga (X2)

NO	PERNYATAAN	KATEGORI PENILAIAN				
		SS	S	RR	TS	STS
Keterjangkauan harga						
1	Harga peralatan pesta terjangkau oleh semua kalangan pengguna jasa					
2	PT. Syafi'e Nasional Utama Surabaya memiliki beberapa paket harga sesuai dengan kebutuhan pengguna jasa					
Kesesuaian harga dengan kualitas produk						
1	Harga dengan kualitas produk PT. Syafi'e Nasional Utama Surabaya sesuai dengan yang ditawarkan					

2	Harga yang ditawarkan PT. Syafi'e Nasional Utama Surabaya sesuai dengan harapan atau keinginan pengguna jasa					
Daya saing harga						
1	Harga yang di tawarkan PT Syafi'e Nasional Utama Surabaya mampu bersaing dan sesuai dengan kemampuan atau daya beli masyarakat					
2	Harga yang ditawarkan PT. Syafi'e Nasional Utama Surabaya tidak jauh berbeda dengan pesaingnya					
Kesesuaian harga dengan manfaat						
1	Harga yang di tawarkan PT Syafi'e Nasional Utama Surabaya sesuai dengan manfaat yang dirasakan pengguna jasa					
2	Harga barang pada PT. Syafi'e Nasional Utama Surabaya sesuai dengan fasilitas yang diberikan					

Kelengkapan Fasilitas (X3)

NO	PERNYATAAN	KATEGORI PENILAIAN				
		SS	S	RR	TS	STS
Pertimbangan/perencanaan spasial						
1	Proporsi peralatan yang di tawarkan PT Syafi'e Nasioanal Utama Surabaya sesuai dengan kebutuhan					

	pengguna jasa					
2	PT Syafi'e Nasional Utama Surabaya menawarkan dekorasi, beragam Warna dan motif					
Perencanaan Ruang						
1	Interior kantor PT. Syafi'e Nasional Utama Surabaya memiliki desain yang menarik					
2	Kantor PT. Syafi'e Nasional Utama Surabaya bersih dan nyaman					
Perlengkapan/perabotan						
1	PT. Syafi'e Nasional Utama Surabaya memiliki perlengkapan alat pesta yang lengkap					
2	PT Syafi'e Nasional Utama Surabaya memiliki showroom untuk contoh dekorasi alat pesta					
Tata cahaya						
1	Kantor PT Syafi'e Nasional Utama Surabaya memiliki pencahayaan yang cukup terang					
2	PT Syafi'e Nasional Utama memiliki peralatan lighting yang lengkap					
Pesan-pesan yang disampaikan secara grafis						
1	PT. Syafi'e Nasional Utama Surabaya memiliki simbol-simbol fasilitas yang ada dikantor seperti					

	toilet, kantin, musholla					
2	PT. Syafi'e Nasional Utama Surabaya memiliki katalog untuk memudahkan pengguna jasa untuk memilih variasi produk yang dibutuhkan					
Unsur pendukung keberadaan fasilitas utama						
1	PT. Syafi'e Nasional Utama Surabaya memiliki banner logo perusahaan sehingga mudah ditemukan					
2	Lokasi kantor terdaftar di google maps untuk memudahkan pengguna jasa mencari keberadaan PT. Syafi'e Nasional Utama Surabaya					

Kepuasan pengguna jasa (Y)

NO	PERNYATAAN	KATEGORI PENILAIAN				
		SS	S	RR	TS	STS
Menggunakan kembali (<i>re-purchase</i>)						
1	Saya akan datang kembali untuk menyewa peralatan pesta di PT. Syafi'e Nasional Utama Surabaya					
2	Saya merasa PT. Syafi'e memiliki reputasi yang baik dan dapat dipercaya					

Menciptakan (<i>Word-of-mouth</i>)					
1	Saya akan menginfokan kepada keluarga, sahabat, dan teman tentang keberadaan PT. Syafi'e Nasional Utama Surabaya				
2	Saya akan merekomendasikan hasil pengalaman yang sesuai dengan yang dijanjikan oleh PT. Syafi'e Nasional Utama Surabaya kepada keluarga, sahabat dan teman				
Menciptakan citra merk					
1	Saya rasa PT. Syafi'e Nasional Utama Surabaya patut diketahui orang lain				
2	Saya merasa puas dengan hasil yang diberikan PT. Syafi'e Nasional Utama Surabaya				
Menciptakan keputusan pembelian pada perusahaan yang sama					
1	Saya tetap melakukan penyewaan di PT. Syafi'e Nasional Utama Surabaya meskipun ada penyedia jasa yang lainnya				
2	Saya menjadikan PT. Syafi'e Nasional Utama Surabaya sebagai pilihan utama untuk menyewa peralatan pesta				

Resp_29	4	2	4	4	4	4	2	4	4	4	36
Resp_30	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	37
Resp_31	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
Resp_32	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
Resp_33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Resp_34	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	46
Resp_35	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	33
Resp_36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Resp_37	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	36
Resp_38	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	37
Resp_39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Resp_40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Resp_41	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	46
Resp_42	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	46
Resp_43	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Resp_44	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	34

Resp_45	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	32
Resp_46	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	37
Resp_47	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	41
Resp_48	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	42
Resp_49	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	34
Resp_50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Resp_51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Resp_52	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
Resp_53	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
Resp_54	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Resp_55	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	31
Resp_56	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
Resp_57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Resp_58	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
Resp_59	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
Resp_60	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	35

Resp_61	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	32
Resp_62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Resp_63	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	34
Resp_64	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	36
Resp_65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Resp_66	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
Resp_67	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	36
Resp_68	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Resp_69	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	38
Resp_70	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	35
Resp_71	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
Resp_72	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	47
Resp_73	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	42
Resp_74	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
Resp_75	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	35
Resp_76	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	32

Resp_77	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Resp_78	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	34
Resp_79	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	36
Resp_80	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Resp_81	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
Resp_82	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	36
Resp_83	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	44
Resp_84	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	45
Resp_85	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	46
Resp_86	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	43
Resp_87	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
Resp_88	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	47
Resp_89	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	42
Resp_90	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
Resp_91	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	47
Resp_92	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	44

Resp_93	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
Resp_94	5	3	5	4	4	2	4	4	3	4	38
Resp_95	3	4	4	4	3	5	4	4	3	4	38
Resp_96	5	3	4	4	3	2	4	4	3	4	36
Resp_97	4	5	3	4	4	5	4	3	3	4	39
Resp_98	5	4	4	3	5	4	3	4	4	4	40
Resp_99	3	5	4	4	3	2	5	3	4	4	37
Resp_100	4	3	5	4	4	3	5	4	3	4	39

Responden	Harga (X2)								X2_Total
	X2.1_1	X2.1_2	X2.2_1	X2.2_2	X2.3_1	X2.3_2	X2.4_1	X2.4_2	
Resp_1	3	3	4	3	3	4	3	4	27
Resp_2	4	4	4	4	4	3	3	3	29
Resp_3	5	5	5	5	5	4	4	4	37
Resp_4	3	4	4	4	4	3	3	4	29
Resp_5	4	5	5	5	5	4	4	4	36

Resp_6	4	5	5	5	4	4	4	4	35
Resp_7	5	4	4	5	5	5	5	4	37
Resp_8	4	4	4	5	5	5	5	5	37
Resp_9	5	5	5	4	4	4	4	5	36
Resp_10	4	3	3	5	5	5	5	5	35
Resp_11	5	3	3	4	4	4	4	5	32
Resp_12	5	5	5	4	4	4	4	5	36
Resp_13	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_14	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Resp_15	4	4	4	4	4	4	5	5	34
Resp_16	5	4	4	4	4	4	4	4	33
Resp_17	5	4	4	5	5	5	5	5	38
Resp_18	3	4	3	3	3	4	3	4	27
Resp_19	4	4	4	4	4	3	3	3	29
Resp_20	5	4	4	4	4	4	4	4	33
Resp_21	3	4	4	5	4	3	3	4	30

Resp_22	4	5	5	5	5	4	3	4	35
Resp_23	4	4	4	5	5	4	3	4	33
Resp_24	3	3	3	3	3	3	3	4	25
Resp_25	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_26	4	4	4	4	4	3	4	3	30
Resp_27	3	3	3	3	3	4	3	4	26
Resp_28	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_29	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Resp_30	3	4	4	4	4	4	4	4	31
Resp_31	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_32	4	3	3	3	3	3	3	3	25
Resp_33	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Resp_34	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_35	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Resp_36	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Resp_37	3	3	4	4	4	3	3	4	28

Resp_86	4	3	4	4	4	4	3	4	30
Resp_87	4	3	4	4	4	3	3	3	28
Resp_88	4	4	4	4	4	4	3	4	31
Resp_89	4	4	4	4	4	4	3	4	31
Resp_90	3	3	3	3	3	3	3	4	25
Resp_91	4	4	5	4	4	4	4	5	34
Resp_92	4	4	4	4	5	4	5	5	35
Resp_93	4	4	4	5	4	4	4	5	34
Resp_94	3	2	5	4	4	4	3	3	28
Resp_95	3	3	3	3	2	4	3	4	25
Resp_96	4	3	4	4	4	3	2	3	27
Resp_97	4	4	4	3	3	4	4	2	28
Resp_98	3	3	3	3	3	3	2	4	24
Resp_99	3	4	3	4	3	4	3	4	28
Resp_100	3	4	4	3	3	3	3	3	26

Resp_31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	47
Resp_32	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	37
Resp_33	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
Resp_34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
Resp_35	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
Resp_36	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
Resp_37	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	42
Resp_38	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	44
Resp_39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
Resp_40	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	37
Resp_41	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	45
Resp_42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
Resp_43	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
Resp_44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	47
Resp_45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
Resp_46	4	2	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	44

Resp_47	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	44
Resp_48	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
Resp_49	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
Resp_50	4	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	45
Resp_51	4	4	5	5	5	4	4	3	5	5	5	4	53
Resp_52	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	39
Resp_53	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
Resp_54	4	3	4	3	4	4	5	5	4	4	3	4	47
Resp_55	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	47
Resp_56	3	4	3	4	4	4	5	5	5	5	4	4	50
Resp_57	4	4	3	4	4	4	5	5	5	5	4	4	51
Resp_58	4	4	4	3	3	2	4	4	4	4	3	3	42
Resp_59	3	4	3	4	4	4	5	5	5	5	4	3	49
Resp_60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	47
Resp_61	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	43
Resp_62	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	39

Resp_63	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	43
Resp_64	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	49
Resp_65	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	50
Resp_66	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	40
Resp_67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
Resp_68	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
Resp_69	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
Resp_70	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	47
Resp_71	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	47
Resp_72	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	37
Resp_73	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
Resp_74	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
Resp_75	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
Resp_76	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
Resp_77	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	42
Resp_78	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	38

Resp_79	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
Resp_80	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	41
Resp_81	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	43
Resp_82	4	2	4	2	4	4	4	3	4	4	5	4	44
Resp_83	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	49
Resp_84	2	5	5	4	4	4	4	3	3	4	3	4	45
Resp_85	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
Resp_86	4	5	5	5	5	4	3	4	4	4	3	4	50
Resp_87	4	5	5	5	5	3	4	4	5	5	4	3	52
Resp_88	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	45
Resp_89	4	5	5	5	5	4	3	4	4	4	3	3	49
Resp_90	5	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	46
Resp_91	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	45
Resp_92	5	4	3	4	5	4	5	5	5	3	5	4	52
Resp_93	4	4	4	5	4	4	4	4	5	3	4	4	49
Resp_94	3	2	5	4	4	4	5	3	4	4	3	4	45

Resp_6	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Resp_7	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_8	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Resp_9	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_10	4	4	4	4	4	5	4	5	34
Resp_11	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Resp_12	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_13	4	5	5	5	5	5	5	5	39
Resp_14	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Resp_15	5	4	4	4	4	4	4	4	33
Resp_16	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_17	5	4	4	4	4	4	5	5	35
Resp_18	4	3	4	4	5	3	4	4	31
Resp_19	4	5	3	3	5	4	4	4	32
Resp_20	2	5	5	5	5	4	5	5	36
Resp_21	5	4	4	5	4	4	4	4	34

Resp_38	3	3	3	4	4	3	4	3	27
Resp_39	3	4	3	4	4	3	5	5	31
Resp_40	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Resp_41	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Resp_42	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Resp_43	5	3	5	5	5	5	4	4	36
Resp_44	4	3	4	4	4	4	4	3	30
Resp_45	5	4	4	4	4	5	5	4	35
Resp_46	5	4	4	4	4	4	3	4	32
Resp_47	4	4	5	4	4	5	4	4	34
Resp_48	5	5	5	5	5	4	3	4	36
Resp_49	5	5	5	5	5	5	4	4	38
Resp_50	5	3	4	3	3	4	4	4	30
Resp_51	5	5	4	4	5	4	4	4	35
Resp_52	4	4	5	4	4	4	3	2	30
Resp_53	4	3	4	4	4	3	4	4	35

Resp_54	4	4	5	5	5	4	4	4	30
Resp_55	3	4	3	3	3	4	3	3	30
Resp_56	4	4	4	4	4	4	4	4	35
Resp_57	4	3	4	3	4	4	4	4	26
Resp_58	3	4	4	4	4	4	3	3	32
Resp_59	3	4	3	4	4	4	3	3	30
Resp_60	4	4	3	4	4	4	4	4	29
Resp_61	4	4	4	3	3	2	5	4	28
Resp_62	3	4	3	4	4	4	3	4	31
Resp_63	4	4	4	4	4	4	4	4	29
Resp_64	4	3	4	3	3	3	3	4	29
Resp_65	4	2	4	4	4	4	4	4	32
Resp_66	5	5	5	5	5	4	4	4	27
Resp_67	5	3	4	3	5	5	4	4	30
Resp_68	4	4	4	4	4	4	3	2	37
Resp_69	5	4	5	5	4	4	4	4	33

Resp_70	5	4	5	4	5	4	4	4	29
Resp_71	4	4	3	5	4	4	5	4	33
Resp_72	4	4	5	3	4	4	4	4	32
Resp_73	4	2	5	5	4	3	4	3	30
Resp_74	3	4	3	4	3	5	3	4	29
Resp_75	4	5	5	5	4	3	4	4	34
Resp_76	2	2	5	5	4	5	5	2	30
Resp_77	4	4	4	5	3	4	3	4	31
Resp_78	4	4	4	3	5	5	5	4	34
Resp_79	4	4	4	5	5	4	5	4	35
Resp_80	3	4	4	5	5	4	4	4	33
Resp_81	4	4	4	5	3	4	3	4	31
Resp_82	4	2	4	5	4	5	5	4	33
Resp_83	3	4	5	4	2	4	3	3	28
Resp_84	4	4	3	5	5	5	4	3	33
Resp_85	4	4	4	5	5	5	5	4	36

Resp_86	3	5	4	4	5	3	3	4	31
Resp_87	3	2	4	4	3	4	4	3	27
Resp_88	4	4	5	5	3	3	3	4	31
Resp_89	4	4	4	4	5	5	5	4	35
Resp_90	4	3	5	4	4	4	4	4	32
Resp_91	4	5	5	4	5	5	4	4	36
Resp_92	3	5	4	5	5	5	4	3	34
Resp_93	3	2	5	3	3	4	3	3	26
Resp_94	4	4	4	5	4	4	4	4	33
Resp_95	4	4	4	4	4	4	5	4	33
Resp_96	3	4	3	4	4	4	4	4	30
Resp_97	3	4	3	4	4	4	2	3	27
Resp_98	4	5	4	4	5	4	4	4	34
Resp_99	4	2	4	5	4	5	5	4	33
Resp_100	3	4	5	4	2	4	3	3	28

Lampiran 10

OUTPUT PENGOLAHAN DATA SPSS

Frekuensi X1

X1.1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	29	29.0	29.0	29.0
	4	51	51.0	51.0	80.0
	5	20	20.0	20.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.0	1.0	1.0
	3	26	26.0	26.0	27.0
	4	48	48.0	48.0	75.0
	5	25	25.0	25.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	24	24.0	24.0	24.0
	4	49	49.0	49.0	73.0
	5	27	27.0	27.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	19	19.0	19.0	19.0
	4	60	60.0	60.0	79.0
	5	21	21.0	21.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.3_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	21	21.0	21.0	21.0
	4	55	55.0	55.0	76.0
	5	24	24.0	24.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.3_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	3.0	3.0	3.0
	3	26	26.0	26.0	29.0
	4	48	48.0	48.0	77.0
	5	23	23.0	23.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.4_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.0	1.0	1.0
	3	24	24.0	24.0	25.0
	4	60	60.0	60.0	85.0
	5	15	15.0	15.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.4_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	28	28.0	28.0	28.0
	4	44	44.0	44.0	72.0
	5	28	28.0	28.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.5_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	25	25.0	25.0	25.0
	4	50	50.0	50.0	75.0
	5	25	25.0	25.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Frekuensi X2

X2.1_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	37	37.0	37.0	37.0
	4	53	53.0	53.0	90.0
	5	10	10.0	10.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.1_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	2.0	2.0	2.0
	3	32	32.0	32.0	34.0
	4	57	57.0	57.0	91.0
	5	9	9.0	9.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.2_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	31	31.0	31.0	31.0
	4	58	58.0	58.0	89.0
	5	11	11.0	11.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.2_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	28	28.0	28.0	28.0
	4	58	58.0	58.0	86.0
	5	14	14.0	14.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.3_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.0	1.0	1.0
	3	27	27.0	27.0	28.0
	4	59	59.0	59.0	87.0
	5	13	13.0	13.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.3_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.0	1.0	1.0
	3	32	32.0	32.0	33.0
	4	60	60.0	60.0	93.0
	5	7	7.0	7.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.4_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	3.0	3.0	3.0
	3	40	40.0	40.0	43.0
	4	48	48.0	48.0	91.0
	5	9	9.0	9.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.4_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.0	1.0	1.0
	3	29	29.0	29.0	30.0
	4	56	56.0	56.0	86.0
	5	14	14.0	14.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Frekuensi X3

X3.1_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	2.0	2.0	2.0
	3	42	42.0	42.0	44.0
	4	50	50.0	50.0	94.0
	5	6	6.0	6.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X3.1_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	3.0	3.0	3.0
	3	30	30.0	30.0	33.0
	4	57	57.0	57.0	90.0
	5	10	10.0	10.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X3.2_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	31	31.0	31.0	31.0
	4	57	57.0	57.0	88.0
	5	12	12.0	12.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X3.2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.0	1.0	1.0
	3	30	30.0	30.0	31.0
	4	58	58.0	58.0	89.0
	5	11	11.0	11.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X3.3_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.0	1.0	1.0
	3	24	24.0	24.0	25.0
	4	58	58.0	58.0	83.0
	5	17	17.0	17.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X3.3_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.0	1.0	1.0
	3	32	32.0	32.0	33.0
	4	59	59.0	59.0	92.0
	5	8	8.0	8.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X3.4_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	2.0	2.0	2.0
	3	34	34.0	34.0	36.0
	4	46	46.0	46.0	82.0
	5	18	18.0	18.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X3.4_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.0	1.0	1.0
	3	27	27.0	27.0	28.0
	4	58	58.0	58.0	86.0
	5	14	14.0	14.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X3.5_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	25	25.0	25.0	25.0
	4	60	60.0	60.0	85.0
	5	15	15.0	15.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X3.5_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	32	32.0	32.0	32.0
	4	54	54.0	54.0	86.0
	5	14	14.0	14.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X3.6_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	41	41.0	41.0	41.0
	4	48	48.0	48.0	89.0
	5	11	11.0	11.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X3.6 2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	35	35.0	35.0	35.0
	4	57	57.0	57.0	92.0
	5	8	8.0	8.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Frekuensi Y

Y.1 1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	2.0	2.0	2.0
	3	20	20.0	20.0	22.0
	4	51	51.0	51.0	73.0
	5	27	27.0	27.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y.1 2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	7	7.0	7.0	7.0
	3	13	13.0	13.0	20.0
	4	53	53.0	53.0	73.0
	5	27	27.0	27.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y.2 2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	11	11.0	11.0	11.0
	4	50	50.0	50.0	61.0
	5	39	39.0	39.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y.3_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	2.0	2.0	2.0
	3	15	15.0	15.0	17.0
	4	45	45.0	45.0	62.0
	5	38	38.0	38.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y.3_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.0	1.0	1.0
	3	11	11.0	11.0	12.0
	4	55	55.0	55.0	67.0
	5	33	33.0	33.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y.4_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.0	1.0	1.0
	3	24	24.0	24.0	25.0
	4	49	49.0	49.0	74.0
	5	26	26.0	26.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y.4_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	3.0	3.0	3.0
	3	20	20.0	20.0	23.0
	4	61	61.0	61.0	84.0
	5	16	16.0	16.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

UJI VALIDITAS X1

Correlations

		X1.1_1	X1.1_2	X1.2_1	X1.2_2	X1.3_1	X1.3_2	X1.4_1	X1.4_2	X1.5_1	X1.5_2	TOTAL _X1
X1.1_1	Pearson Correlation	1	.578**	.813**	.688**	.715**	.561**	.490**	.731**	.530**	.624**	.810**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.1_2	Pearson Correlation	.578**	1	.569**	.706**	.606**	.674**	.828**	.559**	.592**	.630**	.811**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.2_1	Pearson Correlation	.813**	.569**	1	.775**	.751**	.601**	.571**	.843**	.654**	.701**	.875**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.2_2	Pearson Correlation	.688**	.706**	.775**	1	.825**	.595**	.642**	.676**	.671**	.896**	.891**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.3_1	Pearson Correlation	.715**	.606**	.751**	.825**	1	.621**	.469**	.658**	.633**	.771**	.844**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.3_2	Pearson Correlation	.561**	.674**	.601**	.595**	.621**	1	.499**	.723**	.638**	.602**	.792**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.4_1	Pearson Correlation	.490**	.828**	.571**	.642**	.469**	.499**	1	.496**	.503**	.645**	.734**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000

	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.4_2	Pearson Correlation	.731**	.559**	.843**	.676**	.658**	.723**	.496**	1	.850**	.690**	.874**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.5_1	Pearson Correlation	.530**	.592**	.654**	.671**	.633**	.638**	.503**	.850**	1	.754**	.822**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.5_2	Pearson Correlation	.624**	.630**	.701**	.896**	.771**	.602**	.645**	.690**	.754**	1	.871**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.810**	.811**	.875**	.891**	.844**	.792**	.734**	.874**	.822**	.871**	1
_X1	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

X2.4_2	Pearson Correlation	.559**	.359**	.479**	.514**	.474**	.539**	.475**	1	.719**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL_X2	Pearson Correlation	.776**	.734**	.727**	.842**	.821**	.759**	.758**	.719**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

UJI VALIDITAS X3

Correlations

		X3.1_1	X3.1_2	X3.2_1	X3.2_2	X3.3_1	X3.3_2	X3.4_1	X3.4_2	X3.5_1	X3.5_2	X3.6_1	X3.6_2	TOTAL_X3
X3.1_1	Pearson Correlation	1	.249*	.388**	.338**	.295**	.249*	.254*	.290**	.304**	.310**	.265**	.243*	.508**
	Sig. (2-tailed)		.012	.000	.001	.003	.013	.011	.003	.002	.002	.008	.015	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.1_2	Pearson Correlation	.249*	1	.499**	.666**	.484**	.347**	.334**	.321**	.367**	.326**	.186	.199*	.611**
	Sig. (2-tailed)	.012		.000	.000	.000	.000	.001	.001	.000	.001	.064	.048	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.2_1	Pearson Correlation	.388**	.499**	1	.675**	.558**	.367**	.217*	.247*	.334**	.428**	.250*	.316**	.641**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.030	.013	.001	.000	.012	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.2_2	Pearson Correlation	.338**	.666**	.675**	1	.687**	.374**	.289**	.380**	.525**	.485**	.280**	.219*	.722**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000		.000	.000	.003	.000	.000	.000	.005	.029	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.3_1	Pearson Correlation	.295**	.484**	.558**	.687**	1	.534**	.426**	.452**	.508**	.584**	.420**	.342**	.769**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000

	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.3_2	Pearson Correlation	.249*	.347**	.367**	.374**	.534**	1	.543**	.529**	.535**	.484**	.505**	.520**	.729**
	Sig. (2-tailed)	.013	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.4_1	Pearson Correlation	.254*	.334**	.217*	.289**	.426**	.543**	1	.552**	.556**	.539**	.428**	.349**	.682**
	Sig. (2-tailed)	.011	.001	.030	.003	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.4_2	Pearson Correlation	.290**	.321**	.247*	.380**	.452**	.529**	.552**	1	.673**	.498**	.408**	.408**	.705**
	Sig. (2-tailed)	.003	.001	.013	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.5_1	Pearson Correlation	.304**	.367**	.334**	.525**	.508**	.535**	.556**	.673**	1	.666**	.562**	.490**	.796**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.5_2	Pearson Correlation	.310**	.326**	.428**	.485**	.584**	.484**	.539**	.498**	.666**	1	.574**	.362**	.766**
	Sig. (2-tailed)	.002	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.6_1	Pearson Correlation	.265**	.186	.250*	.280**	.420**	.505**	.428**	.408**	.562**	.574**	1	.508**	.657**
	Sig. (2-tailed)	.008	.064	.012	.005	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.6_2	Pearson Correlation	.243*	.199*	.316**	.219*	.342**	.520**	.349**	.408**	.490**	.362**	.508**	1	.597**
	Sig. (2-tailed)	.015	.048	.001	.029	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL_X3	Pearson Correlation	.508**	.611**	.641**	.722**	.769**	.729**	.682**	.705**	.796**	.766**	.657**	.597**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

Y.4_2	Pearson Correlation	.400**	.389**	.194	.130	.306**	.198*	.556**	1	.535**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.053	.196	.002	.048	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.545**	.551**	.477**	.518**	.626**	.527**	.528**	.535**	1
_Y	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

UJI RELIABILITAS X1

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.950	10

UJI RELIABILITAS X2

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.900	8

UJI RELIABILITAS X3

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.895	12

UJI RELIABILITAS Y

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

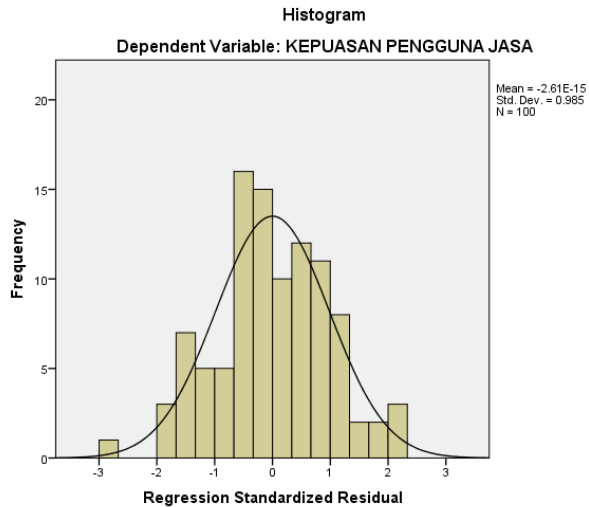
Cronbach's Alpha	N of Items
.771	8

UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

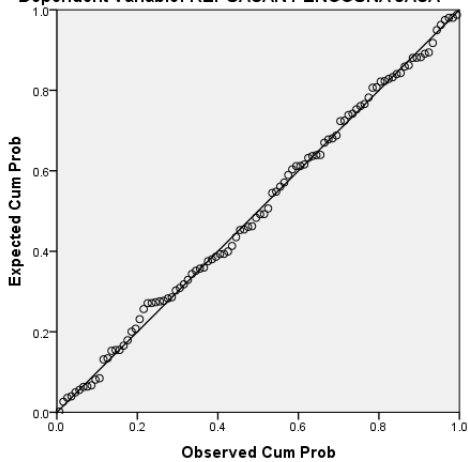
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.24204356
Most Extreme Differences	Absolute	.048
	Positive	.032
	Negative	-.048
Test Statistic		.048
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.
- This is a lower bound of the true significance.



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: KEPUASAN PENGGUNA JASA



UJI MULTIKOLONIERITAS

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	22.916	3.198		7.165	.000		
Kualitas Layanan	.199	.061	.317	3.269	.002	.883	1.132
Harga	.434	.155	.472	2.808	.006	.294	3.399
Kelengkapan Fasilitas	-.246	.113	-.362	-2.177	.032	.301	3.321

a. Dependent Variable: KEPUASAN PENGGUNA JASA

UJI AUTOKORELASI

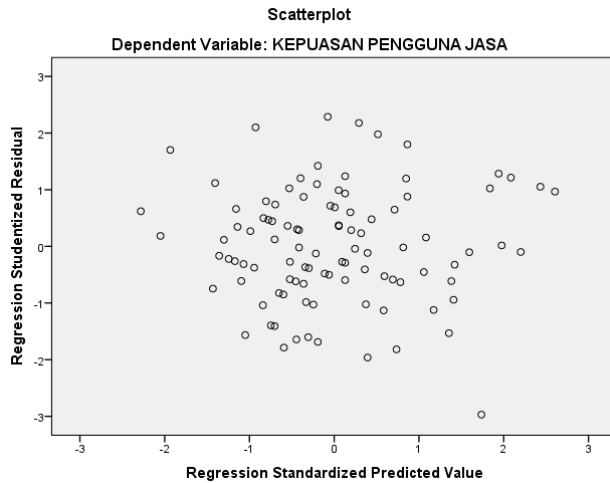
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.448 ^a	.200	.175	3.292	1.792

a. Predictors: (Constant), KELENGKAPAN FASILITAS, KUALITAS LAYANAN, HARGA

b. Dependent Variable: KEPUASAN PENGGUNA JASA

UJI HETEROSKEDASTISITAS



ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	22.916	3.198		7.165	.000
Kualitas Layanan	.199	.061	.317	3.269	.002
Harga	.434	.155	.472	2.808	.006
Kelengkapan Fasilitas	-.246	.113	-.362	-2.177	.032

a. Dependent Variable: KEPUASAN PENGGUNA JASA

UJI T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	22.916	3.198		7.165	.000
Kualitas Layanan	.199	.061	.317	3.269	.002
Harga	.434	.155	.472	2.808	.006
Kelengkapan Fasilitas	-.246	.113	-.362	-2.177	.032

a. Dependent Variable: KEPUASAN PENGGUNA JASA

UJI F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	260.666	3	86.889	8.016	.000 ^b
Residual	1040.574	96	10.839		
Total	1301.240	99			

a. Dependent Variable: KEPUASAN PENGGUNA JASA

b. Predictors: (Constant), KELENGKAPAN FASILITAS, KUALITAS LAYANAN, HARGA