

Lampiran 8 Berita Acara Bimbingan Skripsi

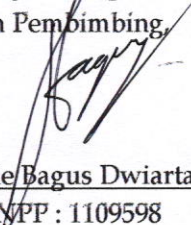
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama Mahasiswa : Gumilar Dini Maulana
2. NIM : 151500004
3. Program Study : Manajemen
4. Tanggal mengajukan Skripsi : 15 Oktober 2018
5. Judul Skripsi : Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kualitas Pelayanan dan Manajemen Komplain Terhadap Minat Menggunakan Ulang Jasa Perbaikan dan Perawatan serta Penyedia Suku Cadang Forklift di PT Karya Mitra Tehnik Sidoarjo.
6. Dosen Pembimbing: I Made Bagus Dwiarta,S.E.,M.M
7. Konsultasi :

No	Tanggal	Paraf Pembimbing	Uraian/ Kegiatan
1	03-12-2018		Judul Acc
2	06-12-2018		Bab I Revisi
3	17-12-2018		Bab I Acc
4	19-12-2018		Bab II Revisi
5	20-12-2018		Bab II Acc
6	27-12-2018		Bab III Revisi
7	04-01-2019		Bab III Acc
8	11-03-2019		Bab IV Revisi
9	13-03-2019		Bab IV Acc
10	18-03-2019		Bab V Acc
11	21-03-2019		Artikel

8. Tanggal selesai
Menulis skripsi : 21 Maret 2019
9. Telah uji dengan
nilai :

Surabaya, 18 April 2019
Dosen Pembimbing,



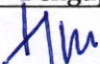
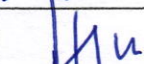
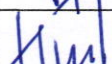


I Made Bagus Dwiarta, S.E., M.M
NIP/NPP : 1109598

Lampiran 14 Berita Acara Bimbingan Skripsi

BERITA ACARA BIMBINGAN REVISI SKRIPSI

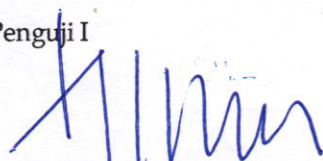
Nama Mahasiswa : Gumilar Dini Maulana
NIM/ Program Studi : 151500004/Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kepercayaan Konsumen,
Kualitas Pelayanan dan Manajemen
Komplain Terhadap Minat
Menggunakan Ulang Jasa Perbaikan dan
Perawatan serta Penyedia Suku Cadang
Forklift di PT Karya Mitra Tehnik
Sidoarjo.

Tanggal Ujian Skripsi : 28 April 2019
Penguji : 1. Dra. Christina Menuk S,S.E.,M.M.
2. Bayu Adi, S.E.,M.SA.

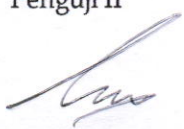
No	Tanggal	Paraf Penguji I	Paraf Penguji II	Materi Konsultasi
1	7 Mei 2019			Bab II penelitian terdahulu
2	7 Mei 2019			Bab III kerangka konseptual
3	9 Mei 2019			Bab IV data penelitian, tabel data & pembahasan
4	9 Mei 2019			Bab I penekanan pada rumusan masalah signifikan dan positif

Surabaya, 16 Mei 2019

Penguji I


Dra. Christina Menuk S, S.E.,M.M
NIP: 195808081982032001

Penguji II

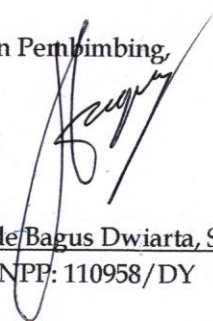

Bayu Adi, S.E.,M.SA.
NPP : 1108597/DY

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing dan layak untuk diuji:

Tanggal : 18 April 2019

Dosen Pembimbing,



I Made Bagus Dwiarta, S.E., M.M.

NIP/NPF: 110958/DY

Lampiran 1 Angket Penelitian

ANGKET PENELITIAN

PENGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN, KUALITAS PELAYANAN DAN MANAJEMEN KOMPLAIN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN ULANG JASA PERBAIKAN DAN PERAWATAN SERTA PENYEDIA SUKU CADANG FORKLIFT DI PT KARYA MITRA TEHNIK SIDOARJO

Dengan Hormat,

Bersama ini saya mohon kesediaan Bpk/ibu/sdr untuk mengisi kuisioner penelitian dengan judul;

**“PENGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN, KUALITAS
PELAYANAN DAN MANAJEMEN KOMPLAIN TERHADAP
MINAT MENGGUNAKAN ULANG JASA PERBAIKAN DAN
PERAWATAN SERTA PENYEDIA SUKU CADANG
FORKLIFT DI PT KARYA MITRA TEHNIK SIDOARJO”.**

Kuisioner tersebut merupakan bagian dari skripsi yang digunakan sebagai salah satu syarat ujian kesarjanaaan pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya. Seluruh informasi dan pendapat yang

Bpk/ibu/sdr berikan merupakan bantuan yang sangat mulia sekaligus berharga bagi penyelesaian penelitian ini.

Atas segala bentuk perhatian, bantuan, dan waktu yang telah diluangkan saya ucapkan banyak terima kasih.

Hormat Saya,

Gumilar Dini Maulana

I. Identitas Responden

Petunjuk Pengisian

Responden diharap memberikan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan berikut dengan mengisi bagian yang kosong (...) atau member tanda cek (√) pada kolom yang tersedia.

Nama Responden :

Jenis Kelamin :

Laki-laki

Perempuan

Usia : Tahun

II. Pertanyaan Penelitian

Petunjuk Singkat Pengisian

Saudara diminta untuk memberikan jawaban atau konfirmasi yang sesuai dengan persepsi saudara mengenai beberapa pernyataan dibawah ini. Jawaban tersebut diberi penilaian yang dinyatakan dalam bentuk huruf dan memiliki arti sebagai berikut : (STS) - Sangat Tidak Setuju, (TS) - Tidak Setuju, (N) - Netral, (S) - Setuju, (SS) - Sangat Setuju dengan menggunakan rentang skor 1-5. Semakin positif persepsi yang muncul, maka semakin tinggi nilainya (mendekati atau mencapai angka 5). Sebaliknya semakin negative persepi yang muncul,

maka semakin rendah nilai yang diberikan (mendekati angka 1).
 Beri tanda cek (√) pada jawaban yang tersedia.

Dimensi Kepercayaan Konsumen (X1)		Jawaban				
No	Persepsi	SS	S	N	TS	STS
Ability (Kemampuan)						
1.	Mengidentifikasi kerusakan forklift dengan baik					
2.	Merawat dan memperbaiki forklift dengan baik					
Benevolence (Kebaikan Hati)						
1.	Bersedia mengidentifikasi spesifikasi/ <i>part number</i> yang belum diketahui					
2.	Menginformasikan dan melakukan pembedaan spesifikasi/ <i>part number</i> yang salah pada saat permintaan penawaran oleh konsumen.					
Integrity (Kejujuran)						
1.	Terbuka dan mengakui segala bentuk kerusakan yang disebabkan karena kesalahan pemasangan/proses identifikasi oleh pihak PT Karya Mitra Teknik					

2.	Menginformasikan keterlambatan kedatangan suku cadang yang dipesan dengan benar.					
Dimensi Kualitas Pelayanan (X2)		Jawaban				
No	Persepsi	SS	S	N	TS	STS
Tangibles (Bukti Fisik)						
1.	Ketersediaan ruang tunggu yang nyaman dan bersih					
2.	Karyawan bagian kantor menggunakan seragam dan berpenampilan rapih serta bagian teknik menggunakan APD					
Reliability (Kehandalan)						
1.	Penguasaan <i>product knowledge</i> dan Ketelitian dalam mengidentifikasi spesifikasi barang/ <i>part number</i> oleh bagian gudang dan bagian <i>marketing</i>					
2.	Ketelitian dan ketepatan dalam mengidentifikasi kerusakan dan proses perbaikan/perawatan forklift oleh bagian teknisi					

Responsiveness (Ketangapan)						
1.	Kecepatan bagian <i>marketing</i> dalam merespon keluhan dan merespon permintaan penawaran harga oleh konsumen					
2.	Kecepatan bagian teknik dalam proses perbaikan atau perawatan forklift					
Assurance (Jaminan)						
1.	Tepat waktu bagian teknik dalam menyelesaikan perbaikan dan memberikan jaminan/garansi pekerjaan (<i>repair</i>)					
2.	Memberikan kepastian biaya melalui surat penawaran harga dan jaminan/garansi suku cadang tertentu					
Emphaty (Empati)						
1.	Bersikap ramah dan sopan saat memberikan pelayanan serta memprioritaskan kepentingan konsumen					
2.	Menerima segala kritik atau saran dari konsumen					

Indikator Manajemen Komplain (X3)		Jawaban				
No	Persepsi	SS	S	N	TS	STS
Commitment (Janji / tanggung jawab)						
1.	Memberikan pinjaman sementara suku cadang tertentu milik pihak PT Karya Mitra Teknik kepada pihak konsumen selama suku cadang konsumen dalam proses perbaikan (<i>repair</i>) yang melebihi batas waktu					
2.	Mengganti suku cadang yang tidak sesuai karena kesalahan pihak <i>marketing</i> dalam mengidentifikasi <i>part number</i> / spesifikasi barang					
Fairness (Adil)						
1.	Memiliki kemauan untuk secara terbuka mendiskusikan dan mencari solusi terhadap masalah yang timbul					
2.	Memberikan wawasan tentang cara menggunakan dan merawat forklift dengan baik dan benar					

Visible (Jelas)						
1.	Memberikan penjelasan terhadap masalah yang timbul disertai dengan bukti-bukti / standar secara tertulis					
2.	Membuat <i>Hystorical Report</i> pada saat proses perbaikan/perawatan dan <i>Abnormal Report</i> apabila ditemukan kerusakan pada saat inspeksi yang dilakukan					
Responsiveness (Kecepatan)						
1.	Tanggap dan terjun ke lokasi secara langsung apabila terjadi insiden yang berbahaya di lapangan					
2.	Mengerahkan mekanik tambahan untuk menangani perbaikan yang sifatnya gawat/mendesak					
Simple (Kesederhanaan)						
1.	Memberikan informasi <i>contac person</i> pihak-pihak yang dapat dihubungi untuk mengajukan keluhan yang sifatnya gawat/mendesak					

2.	Penyampaian keluhan dapat dilakukan dengan mudah melalui telepon / email / whatsapp					
Indikator Minat Menggunakan Ulang (Y)		Jawaban				
No	Persepsi	SS	S	N	TS	STS
Frekuensi Pembelian						
1.	Saya menggunakan jasa perawatan forklift setiap bulan di PT Karya Mitra Teknik					
2.	Saya menggunakan jasa perbaikan forklift di PT Karya Mitra Teknik apabila terjadi kerusakan secara mendadak					
Komitmen Pelanggan						
1.	PT Karya Mitra Teknik memberikan banyak keuntungan bagi saya dalam memperlancar kegiatan operasional di lapangan					
2.	PT Karya Mitra Teknik menjadi bagian penting dalam layanan perbaikan, perawatan dan penyedia suku cadang forklift					

Rekomendasi Positif

1.	Saya menggunakan jasa di PT Karya Mitra Teknik karena tepat dan cepat dalam proses perbaikan atas kerusakan					
2.	Saya membeli suku cadang di PT Karya Mitra Teknik karena harganya terjangkau dan mendapat diskon dan tepat waktu dalam proses pengiriman					

Lampiran 2 Rekapitulasi Data Tanggapan Responden

Responden	Kepercayaan Konsumen (X1)						X1_Total
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	
Res_1	5	4	3	3	4	3	22
Res_2	4	3	3	3	4	5	22
Res_3	2	2	4	1	2	1	12
Res_4	4	3	4	3	4	2	20
Res_5	3	3	3	4	4	4	21
Res_6	3	5	3	3	5	3	22
Res_7	4	3	4	5	3	4	23
Res_8	4	4	4	5	3	5	25
Res_9	5	5	4	3	3	2	22
Res_10	3	4	4	5	4	3	23
Res_11	2	2	4	3	4	5	20
Res_12	2	1	3	2	2	1	11
Res_13	4	3	4	4	4	4	23
Res_14	5	5	4	5	5	5	29
Res_15	2	2	3	3	2	3	15
Res_16	4	3	3	3	4	5	22
Res_17	5	3	4	5	3	4	24
Res_18	3	3	3	4	4	5	22
Res_19	3	4	3	3	4	5	22
Res_20	5	3	3	5	4	4	24
Res_21	5	4	3	4	4	3	23
Res_22	3	3	4	4	5	4	23
Res_23	5	3	3	5	3	5	24
Res_24	4	3	3	3	5	4	22
Res_25	5	3	4	3	4	3	22
Res_26	4	4	4	4	4	4	24
Res_27	4	4	4	4	4	4	24
Res_28	2	2	2	2	2	5	15
Res_29	4	4	4	4	4	4	24
Res_30	3	4	4	4	4	4	23
Res_31	3	3	3	3	3	3	18
Res_32	3	3	3	3	3	3	18
Res_33	4	4	4	4	4	4	24
Res_34	4	5	4	5	5	5	28
Res_35	3	3	4	3	3	3	19
Res_36	4	4	4	4	4	4	24
Res_37	4	4	5	4	4	4	25
Res_38	3	3	3	3	3	3	18
Res_39	3	4	4	4	4	4	23
Res_40	4	4	4	4	4	4	24
Res_41	4	3	4	3	4	5	23
Res_42	3	3	4	3	5	3	21
Res_43	4	4	4	4	3	5	24
Res_44	4	4	4	4	3	4	23
Res_45	3	3	3	3	3	3	18
Res_46	3	4	3	4	3	3	20
Res_47	4	4	4	4	4	4	24
Res_48	4	4	4	4	4	4	24
Res_49	4	3	4	3	3	4	21
Res_50	4	4	4	4	4	4	24
Res_51	4	4	5	4	4	4	25
Res_52	3	3	3	3	3	3	18
Res_53	4	4	4	4	3	4	23
Res_54	5	4	4	4	4	4	25
Res_55	3	3	3	3	4	3	19
Res_56	3	3	3	3	3	3	18
Res_57	4	4	4	4	4	4	24
Res_58	3	3	3	3	3	3	18
Res_59	3	3	3	3	3	3	18
Res_60	3	4	3	4	3	3	20
Res_61	3	3	3	3	3	3	18
Res_62	4	4	4	4	4	4	24
Res_63	5	4	3	4	4	3	23
Res_64	3	4	3	4	4	3	21
Res_65	4	4	4	4	4	5	25
Res_66	4	4	4	4	4	4	24

Responden	Minat Menggunakan Ulang (Y)						Y_Total
	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	
Res_1	4	3	4	4	5	3	23
Res_2	4	3	3	5	4	4	23
Res_3	2	5	5	3	4	4	23
Res_4	4	4	4	4	2	4	22
Res_5	5	4	5	4	4	4	26
Res_6	4	4	3	3	3	4	21
Res_7	4	4	4	3	5	4	24
Res_8	4	5	4	4	4	5	26
Res_9	3	4	5	3	3	4	22
Res_10	5	4	4	4	3	4	24
Res_11	4	3	4	4	4	4	23
Res_12	4	2	3	3	3	4	19
Res_13	4	4	3	3	3	4	21
Res_14	5	4	4	4	4	5	26
Res_15	5	5	3	3	5	4	25
Res_16	4	5	5	3	3	4	24
Res_17	5	4	4	3	3	4	23
Res_18	4	4	4	3	3	3	21
Res_19	5	5	4	4	4	5	27
Res_20	3	3	3	3	4	5	21
Res_21	5	5	4	3	3	5	25
Res_22	3	5	4	4	4	3	23
Res_23	3	3	4	3	4	4	21
Res_24	1	5	4	5	4	5	24
Res_25	3	3	2	5	4	3	20
Res_26	4	5	4	4	4	4	25
Res_27	4	4	4	4	4	4	24
Res_28	2	5	2	4	5	2	20
Res_29	4	4	4	4	4	4	24
Res_30	4	4	5	4	4	4	25
Res_31	3	3	3	3	5	3	20
Res_32	3	3	3	3	3	3	18
Res_33	4	4	4	4	4	4	24
Res_34	5	5	5	5	5	5	30
Res_35	3	3	3	3	3	3	18
Res_36	4	4	4	4	4	4	24
Res_37	4	4	4	4	4	4	24
Res_38	3	3	3	3	3	3	18
Res_39	4	4	4	4	4	4	24
Res_40	4	4	4	4	4	4	24
Res_41	3	5	3	3	3	3	20
Res_42	3	3	3	5	3	3	20
Res_43	4	5	4	3	4	4	24
Res_44	4	4	4	3	4	4	23
Res_45	3	3	3	3	3	3	18
Res_46	4	3	4	3	4	4	22
Res_47	4	4	4	4	4	4	24
Res_48	4	4	4	4	4	4	24
Res_49	3	4	3	3	3	3	19
Res_50	4	4	4	4	4	4	24
Res_51	4	4	4	4	4	4	24
Res_52	3	3	3	3	3	3	18
Res_53	4	4	5	3	4	4	24
Res_54	4	4	4	4	4	4	24
Res_55	3	3	3	4	3	3	19
Res_56	3	3	3	3	3	3	18
Res_57	4	4	4	4	4	4	24
Res_58	3	3	3	3	3	3	18
Res_59	3	3	3	3	3	3	18
Res_60	4	3	4	3	4	4	22
Res_61	3	3	3	3	3	3	18
Res_62	4	4	4	4	4	4	24
Res_63	4	3	4	4	4	4	23
Res_64	4	3	4	4	4	4	23
Res_65	4	5	4	4	5	4	26
Res_66	4	4	4	4	4	4	24

Lampiran 3 Output SPSS Uji Validitas

1. Variabel Kepercayaan Konsumen (X1)

Correlations

		X1.1_1	X1.1_2	X1.2_1	X1.2_2	X1.3_1	X1.3_2	X1_Total
X1.1_1	Pearson Correlation	1	,517**	,935**	,655**	,583**	,934**	,634**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	66	66	66	66	66	66	66
X1.1_2	Pearson Correlation	,517**	1	,441**	,381**	,407**	,437**	,470**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,002	,001	,000	,000
	N	66	66	66	66	66	66	66
X1.2_1	Pearson Correlation	,935**	,441**	1	,609**	,625**	,914**	,624**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	66	66	66	66	66	66	66
X1.2_2	Pearson Correlation	,655**	,381**	,609**	1	,532**	,602**	,540**
	Sig. (2-tailed)	,000	,002	,000		,000	,000	,000
	N	66	66	66	66	66	66	66
X1.3_1	Pearson Correlation	,583**	,407**	,625**	,532**	1	,566**	,558**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,000	,000		,000	,000
	N	66	66	66	66	66	66	66
X1.3_2	Pearson Correlation	,934**	,437**	,914**	,602**	,566**	1	,714**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	66	66	66	66	66	66	66
X1_Total	Pearson Correlation	,634**	,470**	,624**	,540**	,558**	,714**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	66	66	66	66	66	66	66

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

2. Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

Correlations

		X2.1_1	X2.1_2	X2.2_1	X2.2_2	X2.3_1	X2.3_2	X2.4_1	X2.4_2	X2.5_1	X2.5_2	X2_Tot al
X2.1_1	Pearson Correlation	1	,345**	,386**	,595**	,349**	,375**	,371**	,410**	,395**	,491**	,616**
	Sig. (2-tailed)		,005	,001	,000	,004	,002	,002	,001	,001	,000	,000
	N	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66
X2.1_2	Pearson Correlation	,345**	1	,567**	,692**	,605**	,604**	,669**	,542**	,445**	,637**	,793**
	Sig. (2-tailed)	,005		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66
X2.2_1	Pearson Correlation	,386**	,567**	1	,432**	,942**	,437**	,507**	,481**	,464**	,738**	,768**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66
X2.2_2	Pearson Correlation	,595**	,692**	,432**	1	,471**	,478**	,553**	,598**	,539**	,378**	,757**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,002	,000
	N	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66
X2.3_1	Pearson Correlation	,349**	,605**	,942**	,471**	1	,520**	,548**	,513**	,459**	,437**	,794**
	Sig. (2-tailed)	,004	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66
X2.3_2	Pearson Correlation	,375**	,604**	,437**	,478**	,520**	1	,483**	,386**	,609**	,786**	,670**
	Sig. (2-tailed)	,002	,000	,000	,000	,000		,000	,001	,000	,000	,000
	N	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66
X2.4_1	Pearson Correlation	,371**	,669**	,507**	,553**	,548**	,483**	1	,415**	,401**	,845**	,714**
	Sig. (2-tailed)	,002	,000	,000	,000	,000	,000		,001	,001	,000	,000
	N	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66
X2.4_2	Pearson Correlation	,410**	,542**	,481**	,598**	,513**	,386**	,415**	1	,602**	,495**	,763**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,000	,000	,000	,001	,001		,000	,000	,000
	N	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66
X2.5_1	Pearson Correlation	,395**	,445**	,464**	,539**	,459**	,809**	,401**	,602**	1	,442**	,710**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,000	,000	,000	,000	,001	,000		,000	,000
	N	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66
X2.5_2	Pearson Correlation	,491**	,637**	,738**	,378**	,437**	,697**	,467**	,495**	,442**	1	,598**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,002	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66
X2_Tot al	Pearson Correlation	,616**	,793**	,768**	,757**	,794**	,670**	,714**	,763**	,710**	,598**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66

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

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

3. Variabel Manajemen Komplain (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_Tot al
X3.1_1	Pearson Correlation	1	,501**	,314*	,501**	,421**	,586**	,502**	,409**	,400**	,481**	,657**
	Sig. (2-tailed)		,000	,010	,000	,000	,000	,000	,001	,001	,000	,000
	N	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66
X3.1_2	Pearson Correlation	,501**	1	,519**	,521**	,702**	,630**	,955**	,749**	,895**	,509**	,949**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66
X3.2_1	Pearson Correlation	,314*	,519**	1	,519**	,323**	,408**	,491**	,349**	,439**	,729**	,595**
	Sig. (2-tailed)	,010	,000		,000	,008	,001	,000	,004	,000	,000	,000
	N	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66
X3.2_2	Pearson Correlation	,501**	,621**	,519**	1	,702**	,630**	,955**	,749**	,895**	,509**	,949**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66
X3.3_1	Pearson Correlation	,421**	,702**	,323**	,702**	1	,535**	,663**	,648**	,620**	,319**	,756**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,008	,000		,000	,000	,000	,000	,009	,000
	N	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66
X3.3_2	Pearson Correlation	,586**	,630**	,408**	,630**	,535**	1	,586**	,428**	,553**	,396**	,731**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,001	,000	,000		,000	,000	,000	,001	,000
	N	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66
X3.4_1	Pearson Correlation	,502**	,955**	,491**	,955**	,663**	,586**	1	,719**	,858**	,515**	,921**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66
X3.4_2	Pearson Correlation	,409**	,749**	,349**	,749**	,648**	,428**	,719**	1	,652**	,471**	,790**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,004	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66
X3.5_1	Pearson Correlation	,400**	,895**	,439**	,895**	,620**	,553**	,858**	,652**	1	,402**	,853**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,001	,000
	N	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66
X3.5_2	Pearson Correlation	,481**	,509**	,529**	,509**	,319**	,396**	,515**	,471**	,402**	1	,631**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,009	,001	,000	,000	,001		,000
	N	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66
X3_Tot al	Pearson Correlation	,657**	,949**	,595**	,949**	,756**	,731**	,921**	,790**	,853**	,631**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66

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

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

4. Variabel Minat Menggunakan Ulang (Y)

		Correlations						
		Y.1_1	Y.1_2	Y.2_1	Y.2_2	Y.3_1	Y.3_2	Y_Total
Y.1_1	Pearson Correlation	1	,460**	,452**	,652**	,523**	,325**	,500**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,008	,000
	N	66	66	66	66	66	66	66
Y.1_2	Pearson Correlation	,460**	1	,641**	,617**	,833**	,635**	,628**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	66	66	66	66	66	66	66
Y.2_1	Pearson Correlation	,452**	,641**	1	,549**	,714**	,683**	,625**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	66	66	66	66	66	66	66
Y.2_2	Pearson Correlation	,652**	,617**	,549**	1	,570**	,380**	,410**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,002	,001
	N	66	66	66	66	66	66	66
Y.3_1	Pearson Correlation	,523**	,833**	,714**	,570**	1	,702**	,672**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	66	66	66	66	66	66	66
Y.3_2	Pearson Correlation	,325**	,635**	,683**	,380**	,702**	1	,678**
	Sig. (2-tailed)	,008	,000	,000	,002	,000		,000
	N	66	66	66	66	66	66	66
Y_Total	Pearson Correlation	,500**	,628**	,625**	,410**	,672**	,678**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,001	,000	,000	
	N	66	66	66	66	66	66	66

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

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

Lampiran 4 Output SPSS Uji Reliabilitas

1. Variabel Kepercayaan Konsumen (X1)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	66	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	66	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,901	6

2. Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	66	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	66	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,895	10

3. Variabel Manajemen Komplain (X3)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	66	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	66	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,927	10

4. Variabel Minat Menggunakan Ulang (Y)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	66	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	66	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,884	6

Lampiran 5 Output SPSS Uji Asumsi Klasik

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		66
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1,61146397
Most Extreme Differences	Absolute	,161
	Positive	,161
	Negative	-,090
Kolmogorov-Smirnov Z		1,304
Asymp. Sig. (2-tailed)		,067

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kepercayaan Konsumen	,529	1,891
	Kualitas Pelayanan	,410	2,441
	Manajemen Komplain	,310	3,221

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan Ulang

Model Summary^b

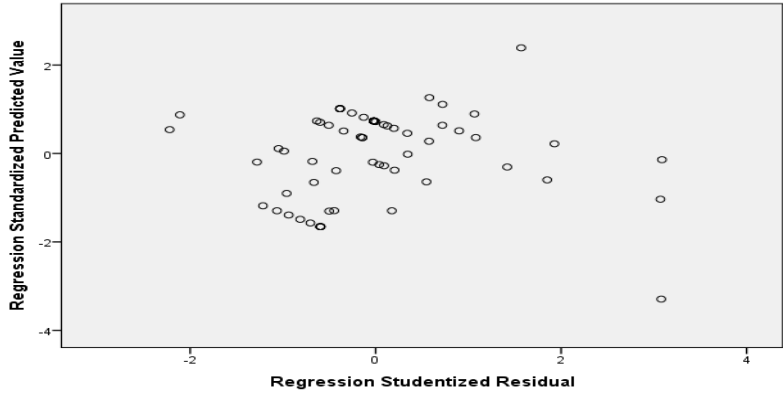
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,797 ^a	,635	,617	1,64999	2,317

a. Predictors: (Constant), Manajemen Komplain, Kepercayaan Konsumen, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Minat Menggunakan Ulang

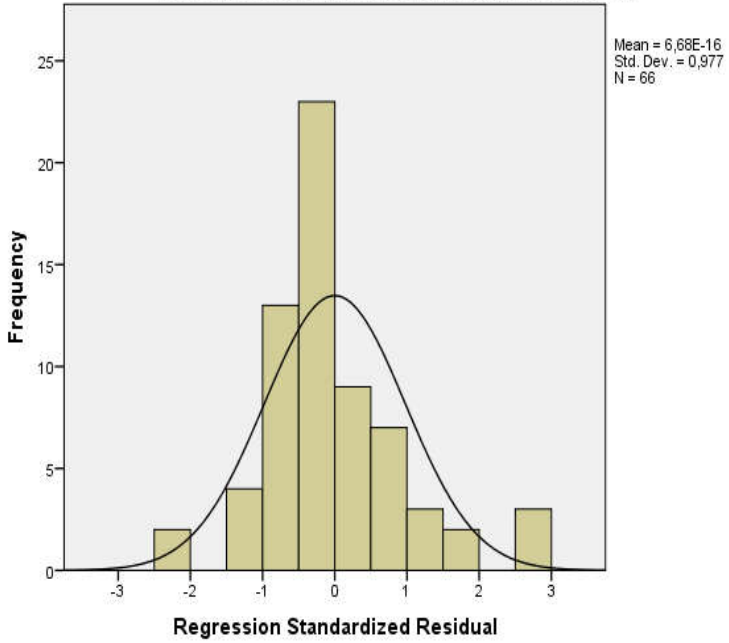
Scatterplot

Dependent Variable: Minat Menggunakan Ulang



Histogram

Dependent Variable: Minat Menggunakan Ulang



Lampiran 6 Output SPSS Uji Regresi

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Manajemen Komplain, Kepercayaan Konsumen, Kualitas Pelayanan ^b		Enter

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan Ulang

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,797 ^a	,635	,617	1,64999

a. Predictors: (Constant), Manajemen Komplain, Kepercayaan Konsumen, Kualitas Pelayanan

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	3,709	1,835		2,022	,048
	Kepercayaan Konsumen	,209	,086	,257	2,435	,018
	Kualitas Pelayanan	,177	,071	,298	2,490	,015
	Manajemen Komplain	,206	,083	,343	2,491	,015

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan Ulang

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	293,646	3	97,882	35,953	,000 ^b
1 Residual	168,793	62	2,722		
Total	462,439	65			

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan Ulang

b. Predictors: (Constant), Manajemen Komplain, Kepercayaan Konsumen, Kualitas Pelayanan

Lampiran 7 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden

1. Variabel Kepercayaan Konsumen (X1)

X1.1_1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	2,00	5	7,6	7,6
	3,00	23	34,8	42,4
Valid	4,00	28	42,4	84,8
	5,00	10	15,2	100,0
Total	66	100,0	100,0	

X1.1_2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	1,00	1	1,5	1,5
	2,00	4	6,1	7,6
Valid	3,00	27	40,9	48,5
	4,00	30	45,5	93,9
	5,00	4	6,1	100,0
Total	66	100,0	100,0	

X1.2_1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2,00	1	1,5	1,5	1,5
3,00	27	40,9	40,9	42,4
Valid 4,00	36	54,5	54,5	97,0
5,00	2	3,0	3,0	100,0
Total	66	100,0	100,0	

X1.2_2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1,00	1	1,5	1,5	1,5
2,00	2	3,0	3,0	4,5
Valid 3,00	25	37,9	37,9	42,4
4,00	30	45,5	45,5	87,9
5,00	8	12,1	12,1	100,0
Total	66	100,0	100,0	

X1.3_1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2,00	4	6,1	6,1	6,1
3,00	21	31,8	31,8	37,9
Valid 4,00	35	53,0	53,0	90,9
5,00	6	9,1	9,1	100,0
Total	66	100,0	100,0	

X1.3_2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1,00	2	3,0	3,0	3,0
2,00	2	3,0	3,0	6,1
3,00	22	33,3	33,3	39,4
4,00	27	40,9	40,9	80,3
5,00	13	19,7	19,7	100,0
Total	66	100,0	100,0	

2. Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

X2.1_1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1,00	1	1,5	1,5	1,5
2,00	3	4,5	4,5	6,1
3,00	21	31,8	31,8	37,9
4,00	37	56,1	56,1	93,9
5,00	4	6,1	6,1	100,0
Total	66	100,0	100,0	

X2.1_2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2,00	2	3,0	3,0	3,0
3,00	19	28,8	28,8	31,8
Valid 4,00	40	60,6	60,6	92,4
5,00	5	7,6	7,6	100,0
Total	66	100,0	100,0	

X2.2_1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2,00	2	3,0	3,0	3,0
3,00	19	28,8	28,8	31,8
Valid 4,00	38	57,6	57,6	89,4
5,00	7	10,6	10,6	100,0
Total	66	100,0	100,0	

X2.2_2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2,00	2	3,0	3,0	3,0
3,00	16	24,2	24,2	27,3
4,00	39	59,1	59,1	86,4
5,00	9	13,6	13,6	100,0
Total	66	100,0	100,0	

X2.3_1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2,00	1	1,5	1,5	1,5
3,00	19	28,8	28,8	30,3
4,00	41	62,1	62,1	92,4
5,00	5	7,6	7,6	100,0
Total	66	100,0	100,0	

X2.3_2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1,00	2	3,0	3,0	3,0
2,00	1	1,5	1,5	4,5
3,00	19	28,8	28,8	33,3
4,00	36	54,5	54,5	87,9
5,00	8	12,1	12,1	100,0
Total	66	100,0	100,0	

X2.4_1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1,00	1	1,5	1,5	1,5
2,00	1	1,5	1,5	3,0
3,00	19	28,8	28,8	31,8
4,00	37	56,1	56,1	87,9
5,00	8	12,1	12,1	100,0
Total	66	100,0	100,0	

X2.4_2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2,00	1	1,5	1,5	1,5
3,00	21	31,8	31,8	33,3
4,00	38	57,6	57,6	90,9
5,00	6	9,1	9,1	100,0
Total	66	100,0	100,0	

X2.5_1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2,00	1	1,5	1,5	1,5
3,00	22	33,3	33,3	34,8
4,00	36	54,5	54,5	89,4
5,00	7	10,6	10,6	100,0
Total	66	100,0	100,0	

X2.5_2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2,00	1	1,5	1,5	1,5
3,00	25	37,9	37,9	39,4
Valid 4,00	34	51,5	51,5	90,9
5,00	6	9,1	9,1	100,0
Total	66	100,0	100,0	

3. Variabel Manajemen Komplain (X3)

X3.1_1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2,00	1	1,5	1,5	1,5
3,00	21	31,8	31,8	33,3
Valid 4,00	42	63,6	63,6	97,0
5,00	2	3,0	3,0	100,0
Total	66	100,0	100,0	

X3.1_2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2,00	1	1,5	1,5	1,5
3,00	20	30,3	30,3	31,8
Valid 4,00	39	59,1	59,1	90,9
5,00	6	9,1	9,1	100,0
Total	66	100,0	100,0	

X3.2_1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3,00	21	31,8	31,8	31,8
4,00	36	54,5	54,5	86,4
5,00	9	13,6	13,6	100,0
Total	66	100,0	100,0	

X3.2_2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2,00	1	1,5	1,5	1,5
3,00	22	33,3	33,3	34,8
4,00	41	62,1	62,1	97,0
5,00	2	3,0	3,0	100,0
Total	66	100,0	100,0	

X3.3_1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2,00	1	1,5	1,5	1,5
3,00	22	33,3	33,3	34,8
4,00	39	59,1	59,1	93,9
5,00	4	6,1	6,1	100,0
Total	66	100,0	100,0	

X3.3_2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2,00	1	1,5	1,5	1,5
3,00	27	40,9	40,9	42,4
4,00	36	54,5	54,5	97,0
5,00	2	3,0	3,0	100,0
Total	66	100,0	100,0	

X3.4_1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2,00	1	1,5	1,5	1,5
3,00	24	36,4	36,4	37,9
4,00	39	59,1	59,1	97,0
5,00	2	3,0	3,0	100,0
Total	66	100,0	100,0	

X3.4_2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2,00	1	1,5	1,5	1,5
3,00	18	27,3	27,3	28,8
4,00	39	59,1	59,1	87,9
5,00	8	12,1	12,1	100,0
Total	66	100,0	100,0	

X3.5_1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2,00	1	1,5	1,5	1,5
3,00	29	43,9	43,9	45,5
Valid 4,00	30	45,5	45,5	90,9
5,00	6	9,1	9,1	100,0
Total	66	100,0	100,0	

X3.5_2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2,00	1	1,5	1,5	1,5
3,00	22	33,3	33,3	34,8
Valid 4,00	37	56,1	56,1	90,9
5,00	6	9,1	9,1	100,0
Total	66	100,0	100,0	

4. Variabel Minat Menggunakan Ulang (Y)

Y.1_1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1,00	1	1,5	1,5	1,5
2,00	2	3,0	3,0	4,5
Valid 3,00	19	28,8	28,8	33,3
4,00	36	54,5	54,5	87,9
5,00	8	12,1	12,1	100,0
Total	66	100,0	100,0	

Y.1_2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2,00	1	1,5	1,5	1,5
3,00	22	33,3	33,3	34,8
4,00	29	43,9	43,9	78,8
5,00	14	21,2	21,2	100,0
Total	66	100,0	100,0	

Y.2_1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2,00	2	3,0	3,0	3,0
3,00	20	30,3	30,3	33,3
4,00	37	56,1	56,1	89,4
5,00	7	10,6	10,6	100,0
Total	66	100,0	100,0	

Y.2_2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3,00	30	45,5	45,5	45,5
4,00	31	47,0	47,0	92,4
5,00	5	7,6	7,6	100,0
Total	66	100,0	100,0	

Y.3_1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2,00	1	1,5	1,5	1,5
3,00	22	33,3	33,3	34,8
Valid 4,00	36	54,5	54,5	89,4
5,00	7	10,6	10,6	100,0
Total	66	100,0	100,0	

Y.3_2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2,00	1	1,5	1,5	1,5
3,00	18	27,3	27,3	28,8
Valid 4,00	40	60,6	60,6	89,4
5,00	7	10,6	10,6	100,0
Total	66	100,0	100,0	