

Lampiran 1 : Berita Acara Bimbingan Skripsi

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama Mahasiswa : Mochamad Setiawan
2. NIM : 151500019
3. Program Studi : Manajemen
4. Tanggal Mengajukan Skripsi : 18 Oktober 2018
5. Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Produk Lazizaa Cabang Keputih Surabaya
6. Dosen Pembimbing : 1. Dra. Christina Menuk S. SE.,MM
2. Widhayani Puri S. S.Sos. ,SE., MSM
7. Konsultasi :

No	Tanggal	Materi Bimbingan	Keterangan	Paraf	
				I	II
1	18-10-2018	Judul dan Matrik	Revisi		
2	21-11-2018	Judul dan Matrik	ACC		
3	17-01-2019	BAB I	Revisi		
4	07-02-2019	BAB I	ACC		
5	12-03-2019	BAB II	Revisi		
6	30-04-2019	BAB II	ACC		
7	30-04-2019	BAB III	Revisi		
8	04-05-2019	BAB III	ACC		
9	02-07-2019	Kuesioner & Seminar Proposal	ACC		
10	27-05-2019	Seminar Proposal			

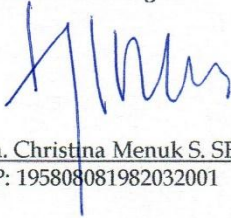
11	08-07-2019	BAB IV& V	Revisi		
12	11-07-2019	BAB IV& V	ACC		
13	15-07-2019	BAB IV &V	Revisi	<i>Handwritten initials</i>	<i>Handwritten initials</i>
14	19-07-2019	BAB IV &V	ACC	<i>Handwritten initials</i>	

8. Tanggal selesai menuliskan kripsi : 19 Juli 2019

9. Telah diujidengannilai :

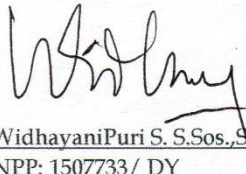
Surabaya, 22 Juli 2019

Dosen Pembimbing I



Dra. Christina Menuk S. SE., MM
NIP: 195808081982032001

Dosen Pembimbing II



Widhayani Puri S. S.Sos., SE., MSM
NPP: 1507733/ DY

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing dan layak
untuk di uji:

Tanggal : 24 Juli 2019

Dosen Pembimbing I



Dra. Christina Menuk S. SE.,MM
NIP: 195808081982032001

Dosen Pembimbing II



Widhayani Puri S. S.Sos., SE., MSM
NPP: 1507733/ DY



UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI

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

BERITA ACARA
BIMBINGAN REVISI SKRIPSI

Nama : MUCH . SETIAWAN
NIM / Program Studi : 1516 00014
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk , Harga , Lokasi dan
Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Produk
Lazega Cabang Keputih Surabaya.
Tanggal Ujian Skripsi : _____
Penguji : 1. _____
2. _____

No	Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf Penguji
1	8/8 2014	bab W. → rev-	[Signature]
2	9/8 2014	bab W → acc.	
3			
4			
5			
6			
7			
8			

Penguji I, _____
[Signature]

Surabaya, _____
Penguji II, _____



**UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI**

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

BERITA ACARA
BIMBINGAN REVISI SKRIPSI

Nama : Wah. Setiawan
 NIM / Program Studi : 6115 07119
 Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas produk, Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap minat Beli produk Larissa cabang Keputih Surabaya
 Tanggal Ujian Skripsi : _____
 Penguji : 1. _____
 2. _____

No	Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf Penguji
1		→ Hal. dengan keada. tersebut	
2		→ Sample	
3		→ Simpulan ditambahi mana	
4		→ dan peluj berpaginas	
5			
6			
7			
8			

Penguji I,

Surabaya,
Penguji II,



UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI

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

Nomor : [01]A/01/FE/XII/2018
Lampiran : -
Perihal : Ijin Penelitian dan Pengambilan Data

Kepada Yth:
Bapak/Ibu Pimpinan
PT. Laziza Rahmat Semesta
Jl. Taman Pondok AL-12A Taman
di -
Sidoarjo

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 : Mochamad Setiawan
NIM : 151500019
Prodi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap minat beli konsumen di laziza cabang keputih surabaya

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



Surabaya, 6 Desember 2018

Dra. Siti Istikhoroh, M.Si
19671019.199203.2001



PT. LAZIZAA RAHMAT SEMESTA

PT. LAZIZAA RAHMAT SEMESTA

Kantor : Perum Mutiara Citra Graha Blok J5 No. 12 ART. 18 RW 08
Kelurahan Bligo Kecamatan Candi Kabupaten Sidoarjo
Tlp : (081) 221.21.4545 – (081) 92.1500.455

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

No.047/HRD-Ref/LRS/VIII/19

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Name : Nunung Karyati
Jabatan : Manager HRD & Training
Perusahaan : PT. Lazizaa Rahmat Semesta
Alamat : Perum Mutiara Citra Graha Blok J5 No. 12 ART. 18 RW 08
Kelurahan Bligo Kecamatan Candi Kabupaten Sidoarjo

Dengan ini menerangkan bahwa :

Name : Mochamad Setiawan
NIM : 151500019
Fakultas/Prodi : Ekonomi/Manajemen
Universitas : Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Adalah benar-benar telah melakukan penelitian, dengan judul "Kualitas Produk, Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Produk Lazizaa Cabang Keputih Surabaya" sejak tanggal 1 April 2019 s/d 30 April 2019.

Sureabaya, 17 Juni 2019























Nunung Karyati
Manager HRD & Training

**DAFTAR HADIR PESERTA SEMINAR PROPOSAL
PENELITIAN**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, LOKASI
DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT
BELI PRODUK LAZIZAA CABANG KEPUTIH
SURABAYA**

Nama : Mochamad Setiawan
Program Studi/Angkatan : Manajemen/2015
NIM : 151500019

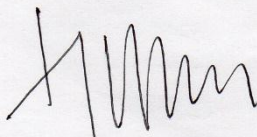
NO	NIM	NAMA	TTD
1	151500176	Meita Fitriana	
2	151500144	ANIS ZAMROTUNIM	
3	151500188	Ajeng Sekar W	
4	151500241	Boby Pradana	
5	151500139	Bil tang Bagus F	
6	151500206	Amaliya Rahma	
7	151500205	Ali Mahrus M.	
8	151500237	Ita Rosita	
9	151500092	Puji Sasmita Sari	
10	151500028	Mega Sulistyio N.	
11	151500195	Ila Armelia	
12	151500163	Tomar Hidayat	
13	151500090	M. Rizaldi S.	
14	151500230	Nersy Patricia	

15	15150-0118	Windhi Dwi Ariva	
16	15-150-230	Bisma	
17	15-150-0056	Diyah Dewi Utami	
18	15-150-0624	Ayur T Nur M.	
19	15-150-0149	Moch. Ilham T. H	
20	15-150-0035	Indah Retno P.	
21			
22			
23			
24			
25			
26			
27			
28			
29			
30			

Surabaya, 27 Mei 2019

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II



Dra. Christina Menuk S. SE., MM
NIP/NPP: 195808081982032001



Widhayani Puri S. S.Sos., SE., MSM
NIP/NPP: 1507733/ DY

Lampiran 6 : Kuisisioner Penelitian

KUISISIONER PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI PRODUK LAZIZA CABANG KEPUTIH SURABAYA.

Dengan hormat,

Dalam kesempatan ini saya mohon bantuan dari Bapak/Ibu/Saudara untuk meluangkan waktu guna mengisi angket yang saya sertakan berikut ini.

Kuisisioner ini diperlukan untuk kepentingan penelitian dalam rangka menyusun skripsi untuk program strata-1 (S1) di Universitas PGRI Adi Buana Surabaya. Mengingat betapa pentingnya data ini, maka saya sangat mengharapkan agar angket ini diisi dengan lengkap sesuai kondisi yang sebenarnya.

A. Identitas Responden

1. Nama :..... (boleh tidak di isi)
2. Alamat :..... (boleh tidak di isi)
3. Jenis Kelamin :
4. No. Telp :
5. Usia Saat Ini :

B. Petunjuk pengisian

Setiap pernyataan dibawah ini mohon diberikan respon dengan memberi tanda centang (✓) pilihan pada skala 1-5 dengan rincian sebagai berikut :

- a. Skor 1 : Sangat tidak setuju
- b. Skor 2 : Tidak Setuju
- c. Skor 3 : Ragu-Ragu
- d. Skor 4 : Setuju
- e. Skor 5 : Sangat Setuju

C. Instrumen

1. Kualitas Produk (X1)

NO	<i>Durability</i> (daya tahan)	SS	S	R	TS	STS
1	Menurut saya produk Laziza					

	memiliki daya tahan produk yang terjamin steril					
2	Menurut saya produk Laziza kemasannya tidak mudah sobek dan anti berminyak					
	<i>Reliability (reliabilitas)</i>					
3	Menurut saya produk Laziza bebas dari efek samping					
4	Menurut saya produk Laziza aman dikonsumsi dalam jangka panjang					
	<i>Aesthetics (estetika)</i>					
5	Saya merasa produk Laziza enak dan lezat					
6	Saya merasa produk Laziza tampak menarik					
	<i>Perceived quality (kualitas yang dipersepsikan)</i>					
7	Saya membeli produk Laziza karena rekomendasi dari teman atau keluarga					
8	Saya membeli produk Laziza karena brosur yang ditawarkan					

2. Harga

NO	Keterjangkauan Harga	SS	S	R	TS	STS
----	----------------------	----	---	---	----	-----

9	Saya merasa harga produk Laziza terjangkau					
10	Harga produk Laziza sesuai dengan daya beli masyarakat					
	Kesesuaian harga dengan kualitas produk					
11	Saya merasa produk Laziza memiliki harga yang sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan					
12	Saya merasa harga produk Laziza sesuai dengan yang diinginkan					
	Daya saing harga					
13	Saya merasa harga produk Laziza dapat bersaing dengan produk Rumah Makan lainnya					
14	Saya merasa harga produk Laziza lebih murah dari produk Rumah Makan lainnya					
	Kesesuaian harga dengan manfaat					
15	Saya merasa harga produk Laziza sesuai dengan manfaat yang saya rasakan					
16	Saya merasa harga produk Laziza sesuai dengan fasilitas yang diberikan					

3. Lokasi

NO	Keterjangkauan	SS	S	R	TS	STS
17	Saya merasa lokasi Laziza mudah dijangkau dengan transportasi umum					
18	Saya merasa lokasi Laziza mudah dijangkau oleh masyarakat					
	Kelancaran					
19	Saya merasa lokasi Laziza terletak di tempat umum yang ramai					
20	Saya merasa lokasi Laziza sering terjadi macet					
	Kedekatan dengan kediaman					
21	Saya merasa lokasi Laziza terletak pada kawasan perumahan (dekat dengan kediaman masyarakat)					
22	Saya merasa lokasi Laziza mudah dijangkau oleh masyarakat umum					

4. Kualitas Pelayanan

NO	Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)	SS	S	R	TS	STS
23	Saya merasa fasilitas Laziza lengkap dan memadai					
24	Saya merasa karyawan Laziza					

	memakai seragam yang rapi					
	Empati (Empathy)					
25	Saya merasa karyawan Laziza peduli dengan kebutuhan konsumen					
26	Saya merasa karyawan Laziza menjaga hubungan yang baik dengan konsumen					
	Keandalan (Reliability)					
27	Saya merasa karyawan Laziza menyajikan produk dengan tepat waktu					
28	Saya merasa karyawan Laziza konsisten dalam melayani konsumen					
	Daya tanggap (Responsiveness)					
29	Saya merasa karyawan Laziza cepat tanggap dalam mengatasi pesanan konsumen					
30	Saya merasa karyawan Laziza memiliki kemampuan memberikan pelayanan dengan cepat dan responsif					
	Jaminan (Assurance)					
31	Saya merasa					

	karyawan Laziza selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan serta ketrampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan					
32	Saya merasa Laziza menjamin produk dengan cita rasa yang berkualitas					

5. Minat Beli

NO	Minat transaksional	SS	S	R	TS	STS
33	Saya merasa tertarik membeli produk Laziza					
34	Saya akan mempertimbangkan untuk membeli semua produk Laziza					
	Minat referensial					
35	Saya berminat merekomendasikan ke teman atau keluarga untuk membeli produk Laziza					
36	Saya berminat mengajak teman atau keluarga untuk membeli produk Laziza					
	Minat preferensial					
37	Saya tertarik untuk mencoba produk					

	Laziza					
38	Saya merasa bersedia membeli produk Laziza					
	Minat eksploratif					
39	Saya merasa selalu ingin tahu tentang informasi varian produk Laziza					
40	Saya tertarik untuk mengetahui produk Laziza					

===TERIMAKASIH ATAS PARTISIPASI ANDA===

<p>penjualan terhadap adaptasi pembelian produk lazim dibangun kepulauan Surabaya</p> <p>3. Apakah lokasi berpengaruh terhadap adaptasi pembelian produk</p>	<p>2. Harga (X_2) adalah harga yang sesuai dengan daya beli masyarakat menengah</p>		<p>dikembangkan guna mendapatkan produk</p> <p>c. Lokasi (X_3) adalah pendongkrang biaya dan pendapatan yang memiliki kekuasaan untuk membuat strategi bisnis perusahaan dan memaksimalkan keuntungan dari perusahaan</p>	<p>as produk.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Daya saing harga. • Kesesuaian harga dengan manfaat <p>Lokasi :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Keterjangkauan. • Kelancaran. • Kedekatan dengan kediaman 	<p>beli produk lazim cabang keputih Surabaya</p> <p>3. H_3 : Lokasi berpengaruh terhadap Minat pembelian produk lazim cabang keputih Surabaya</p> <p>4. H_4 : Kualitas</p>		<p>adalah 100 orang yang mandil lazim cabang keputih Surabaya</p>		<p>3. uji normalitas 4. uji autokorelasi 5. uji linearitas.</p> <p>4. Analisis Regresi Linier Berganda</p> <p>Persamaan : $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$</p> <p>Keterangan : Y : Kepuasan Kerja a : Konstanta b : koefisien regresi X_1 : Gaya Kepemimpinan X_2 : Lingkungan Kerja Fisik X_3 : Kompensasi</p>	<p><i>Pertumbuhan dan penyelenggaraan Pemerintahan Desa.</i> Jakarta : Erlangga.</p> <p>Tjiptono, Fandy & Gregorius Chandra, 2012, Pemasaran Strategik. Yogyakarta, Andi.</p> <p>Rambat Lupiyoadi. 2013, Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta, Selemba Empat.</p> <p>Aprih Santoso, Sri Yuni</p>
--	--	--	--	--	--	--	---	--	--	---

<p>lazizaacabangkeputihSura baya</p> <p>4. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap adaptabilitas beli produk lazizaacabangkeputih</p>	<p>yang diinginkan oleh konsumen</p> <p>3. Lokasi (X_3) adalah yang diatur dengan strategi baik dapat memaksimalkan keuntungan bagi</p>		<p>d. Kualitas pelayanan (X_4) adalah merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen</p> <p>e. Minat Beli (Y) adalah sebagai suatu</p>	<p>Kualitas pelayanan :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bukti Fisik • Empati • Keadalaan • Daya Tanggap • Jaminan <p>Minat Beli :</p> <ul style="list-style-type: none"> • transaksional • referensi • preferensial • eksploratif 	<p>as pelayanan berpengaruh terhadap Minat beli produk lazizaacabangkeputih surabaya</p> <p>5. H_5: Kualitas produk, harga, lokasi dan kualitas pelayanan</p>					<p>Widowati. Desember 2011. <i>Pengaruh kualitas layanan, Fasilitas dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian</i>. ISSN : 1410-9859.</p> <p>Ratmito & Winarsih.S. Atik. (2012). <i>Manajemen Pelayanan</i>. Pustaka Pelajar. Yogyakarta .</p> <p>Dua Lembang, Rosvita. 2010. <i>Analisis Pengaruh Kualitas Produk</i>,</p>
--	--	--	---	---	--	--	--	--	--	--

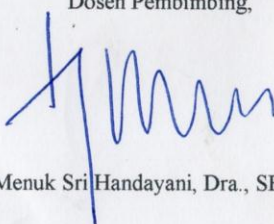
<p>utih Sura baya</p> <p>5. Apa kah kual itas prod uk, harg a, loka si dan kual itas pela yan n berp enga ruh terh adap min at beli prod uk laziz aaca ban</p>	<p>suat u temp at atau peru saha an</p> <p>4. Kual itas pela yana n(X_4)adal ahnil ai yang dipe role h oleh kons ume n baik dala m kera mah an, kete pata</p>		<p>proses pengamb ilan keputusa n yang dilakuka n oleh konsume n atas produk yang ditawark an atau yang dibutuhk an oleh konsume n.</p>		<p>berpen garuh terhad ap Minat beli produ k lazizaa caban g keputi h suraba ya</p>					<p><i>Harga, Promosi, dan Cuaca terhadap keputusan pembelian Teh siap Minum dalam kemasan Merek Teh Botol Sosro.</i> Fakultas Universitas Diponegoro . Durianto, Darmadi, 2011. <i>Strategi Menakluka n Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Prilaku Merek,</i> Cetakan XX, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka</p>
--	---	--	---	--	---	--	--	--	--	---

g kep utih sura baya	n terha dap suat u pela yana n									Utama. Heizer, Jay dan Barry Render. (2015), <i>Operations Management</i> , ed11, Penerjemah :Dwi Anoegrahw ati S dan Indra Almady, Selemba empat. Jakarta.
----------------------------------	---	--	--	--	--	--	--	--	--	---

**MATRIK PENELITIAN
PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, LOKASI DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI PRODUK LAZIZAA CABANG
KEPUTIH SURABAYA**

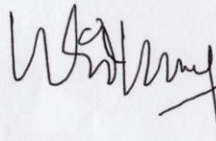
											ati S dan Indra Almady, Selemba empat. Jakarta.
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Dosen Pembimbing,



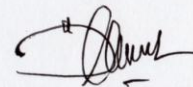
Ch, Menek Sri Handayani, Dra., SE., MM

Dosen Pembimbing,



Widhayani Puri Setioningtyas, S.Sos, MSM.

Penulis,



Mochamad Setiawan

Resp_51	5	5	5	5	5	5	4	4	38
Resp_52	5	5	5	5	4	5	5	5	39
Resp_53	3	3	3	4	4	4	4	4	29
Resp_54	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Resp_55	4	4	4	4	3	3	3	4	29
Resp_56	5	5	5	5	5	4	4	4	37
Resp_57	4	4	4	4	3	3	3	3	28
Resp_58	4	4	3	4	5	3	4	4	31
Resp_59	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_60	4	4	4	4	5	5	5	5	36
Resp_61	5	5	4	4	4	5	4	4	35
Resp_62	5	4	4	4	3	3	2	4	29
Resp_63	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Resp_64	4	4	4	4	3	2	4	4	29
Resp_65	5	5	5	5	5	4	4	4	37
Resp_66	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Resp_67	5	4	4	4	4	3	4	5	33
Resp_68	5	5	5	4	4	4	3	4	34
Resp_69	5	4	3	3	4	3	4	5	31
Resp_70	4	3	3	3	3	2	3	4	25
Resp_71	5	5	5	4	4	4	4	4	35
Resp_72	4	4	4	3	5	4	4	4	32
Resp_73	5	5	4	4	4	4	4	4	34
Resp_74	5	5	5	5	5	4	4	5	38
Resp_75	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_76	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Resp_77	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_78	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_79	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_80	4	5	5	4	5	5	4	5	37
Resp_81	4	4	4	5	4	4	4	4	33
Resp_82	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Resp_83	4	4	4	4	4	4	3	3	30
Resp_84	5	5	5	4	4	4	4	4	35
Resp_85	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_86	5	5	5	4	4	4	4	5	36
Resp_87	4	4	4	4	5	4	4	4	33
Resp_88	5	4	5	4	4	3	3	4	32
Resp_89	5	5	5	5	5	4	4	5	38
Resp_90	5	5	5	5	5	4	4	5	38
Resp_91	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Resp_92	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_93	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_94	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Resp_95	4	5	5	4	5	5	4	5	37
Resp_96	4	4	4	5	4	4	4	4	33
Resp_97	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Resp_98	4	5	4	5	4	5	4	4	35
Resp_99	5	4	5	5	4	4	4	4	35
Resp_100	4	4	3	4	4	4	3	4	30

Resp_51	5	5	5	5	5	4	4	4	37
Resp_52	4	4	4	4	3	3	4	3	29
Resp_53	3	3	3	3	3	4	4	4	27
Resp_54	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Resp_55	3	3	4	4	4	4	4	4	30
Resp_56	4	4	4	4	4	5	5	5	35
Resp_57	3	3	4	3	3	4	4	4	28
Resp_58	3	3	4	4	4	5	4	4	31
Resp_59	4	4	4	4	4	4	4	5	33
Resp_60	4	4	5	5	5	5	4	4	36
Resp_61	4	4	5	5	4	5	5	5	37
Resp_62	5	5	5	5	5	4	4	4	37
Resp_63	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Resp_64	5	5	4	4	5	4	4	4	35
Resp_65	5	5	5	5	5	4	4	4	37
Resp_66	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Resp_67	5	5	5	5	5	4	5	5	39
Resp_68	5	4	4	4	4	4	4	4	33
Resp_69	4	4	5	5	5	4	4	5	36
Resp_70	4	5	5	5	5	4	4	5	37
Resp_71	5	4	4	5	4	5	4	5	36
Resp_72	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_73	4	5	4	5	4	4	4	4	34
Resp_74	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Resp_75	4	4	3	4	3	4	4	4	30
Resp_76	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Resp_77	3	3	3	4	3	3	3	3	25
Resp_78	3	4	4	3	4	4	4	4	30
Resp_79	4	5	4	4	4	4	4	4	33
Resp_80	4	4	5	4	4	4	4	5	34
Resp_81	4	4	4	4	4	3	3	4	30
Resp_82	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Resp_83	4	3	3	4	4	4	4	3	29
Resp_84	5	5	4	4	4	5	5	4	36
Resp_85	5	4	5	4	4	4	4	3	33
Resp_86	5	4	4	5	4	5	4	5	36
Resp_87	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_88	4	5	4	5	4	4	4	4	34
Resp_89	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Resp_90	2	2	2	2	2	2	2	2	16
Resp_91	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Resp_92	3	3	3	4	3	3	3	3	25
Resp_93	3	4	4	3	4	4	4	4	30
Resp_94	4	5	4	4	4	4	4	4	33
Resp_95	4	4	5	4	4	4	4	5	34
Resp_96	4	4	4	4	4	3	3	4	30
Resp_97	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Resp_98	4	3	3	4	4	4	4	3	29
Resp_99	5	5	4	4	4	5	5	4	36
Resp_100	5	4	5	4	4	4	4	3	33

Responden	Lokasi (X3)						Skor_x3
	x3_1	x3_2	x3_3	x3_4	x3_5	x3_6	
Resp_1	3	3	3	3	3	3	18
Resp_2	5	5	5	5	5	5	30
Resp_3	5	5	4	4	5	5	28
Resp_4	2	2	2	2	2	2	12
Resp_5	5	5	5	5	5	5	30
Resp_6	4	4	4	4	4	4	24
Resp_7	2	2	2	2	2	2	12
Resp_8	5	5	5	4	5	5	29
Resp_9	4	4	4	4	4	4	24
Resp_10	5	5	5	5	5	4	29
Resp_11	2	2	2	2	2	2	12
Resp_12	5	5	5	5	5	5	30
Resp_13	4	4	4	3	4	3	22
Resp_14	5	5	5	5	5	5	30
Resp_15	2	2	2	2	2	2	12
Resp_16	4	4	4	4	4	4	24
Resp_17	3	3	3	4	4	4	21
Resp_18	5	5	5	5	5	5	30
Resp_19	5	5	5	5	5	5	30
Resp_20	4	4	4	4	4	4	24
Resp_21	3	3	3	3	3	3	18
Resp_22	5	5	5	5	5	5	30
Resp_23	4	4	4	4	4	3	23
Resp_24	5	5	4	4	4	4	26
Resp_25	4	4	3	4	4	4	23
Resp_26	4	4	4	5	4	4	25
Resp_27	5	5	5	5	5	5	30
Resp_28	5	5	5	5	5	5	30
Resp_29	4	4	4	3	4	3	22
Resp_30	4	4	4	4	4	3	23
Resp_31	5	5	5	5	5	4	29
Resp_32	4	4	3	4	5	3	23
Resp_33	4	4	4	4	4	4	24
Resp_34	5	5	5	5	5	5	30
Resp_35	5	5	4	4	4	5	27
Resp_36	5	4	4	4	3	3	23
Resp_37	5	5	4	4	4	4	26
Resp_38	4	4	4	4	3	4	23
Resp_39	5	5	5	5	5	5	30
Resp_40	4	4	4	4	4	3	23
Resp_41	5	4	4	4	4	3	24
Resp_42	5	5	5	4	4	4	27
Resp_43	5	5	5	5	5	5	30
Resp_44	4	4	4	4	3	4	23
Resp_45	5	5	5	4	4	4	27
Resp_46	4	4	4	3	5	4	24
Resp_47	5	4	5	4	4	3	25
Resp_48	5	5	5	5	5	4	29
Resp_49	4	4	4	4	4	4	24
Resp_50	5	5	5	5	5	5	30

Resp_51	5	5	5	5	5	5	30
Resp_52	4	4	4	4	4	4	24
Resp_53	3	3	3	3	3	3	18
Resp_54	5	5	5	5	5	5	30
Resp_55	5	5	5	5	5	5	30
Resp_56	4	4	4	4	4	4	24
Resp_57	4	3	3	3	3	3	19
Resp_58	4	3	4	4	4	3	22
Resp_59	4	4	4	4	4	4	24
Resp_60	5	5	4	5	4	4	27
Resp_61	5	4	4	4	4	4	25
Resp_62	5	5	5	5	5	5	30
Resp_63	3	3	3	3	3	3	18
Resp_64	4	4	4	4	4	5	25
Resp_65	5	5	5	5	5	5	30
Resp_66	5	5	5	5	5	5	30
Resp_67	4	5	5	5	5	5	29
Resp_68	5	5	5	5	5	5	30
Resp_69	5	4	4	4	4	4	25
Resp_70	4	4	4	4	4	4	24
Resp_71	5	5	5	5	5	5	30
Resp_72	4	4	4	4	4	4	24
Resp_73	4	4	4	4	4	4	24
Resp_74	5	5	5	5	5	5	30
Resp_75	4	4	4	4	4	4	24
Resp_76	5	5	5	5	5	5	30
Resp_77	3	3	3	3	3	3	18
Resp_78	4	4	4	4	4	3	23
Resp_79	4	4	4	4	4	4	24
Resp_80	5	5	5	4	5	4	28
Resp_81	4	4	4	3	4	4	23
Resp_82	5	5	5	5	5	5	30
Resp_83	4	4	4	4	4	4	24
Resp_84	3	4	4	5	4	5	25
Resp_85	4	4	4	4	4	5	25
Resp_86	5	5	5	5	5	5	30
Resp_87	4	4	4	4	4	4	24
Resp_88	4	4	4	4	4	4	24
Resp_89	5	5	5	5	5	5	30
Resp_90	4	4	4	4	4	4	24
Resp_91	5	5	5	5	5	5	30
Resp_92	3	3	3	3	3	3	18
Resp_93	2	4	4	4	4	3	21
Resp_94	2	2	2	2	2	2	12
Resp_95	5	5	5	4	5	4	28
Resp_96	4	4	4	3	4	4	23
Resp_97	5	5	5	5	5	5	30
Resp_98	4	4	4	4	4	4	24
Resp_99	3	4	4	5	4	5	25
Resp_100	4	4	4	4	4	5	25

Resp_51	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
Resp_52	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
Resp_53	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
Resp_54	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
Resp_55	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
Resp_56	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	47
Resp_57	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	36
Resp_58	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
Resp_59	3	4	2	3	3	3	4	2	3	3	3	30
Resp_60	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
Resp_61	4	4	5	5	5	4	3	4	4	5	5	43
Resp_62	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	34
Resp_63	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
Resp_64	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	36
Resp_65	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	38
Resp_66	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
Resp_67	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	37
Resp_68	4	4	4	3	3	2	4	4	4	4	4	36
Resp_69	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Resp_70	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Resp_71	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Resp_72	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
Resp_73	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
Resp_74	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	35
Resp_75	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
Resp_76	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
Resp_77	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Resp_78	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	44
Resp_79	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	34
Resp_80	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Resp_81	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	36
Resp_82	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
Resp_83	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Resp_84	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	44
Resp_85	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	34
Resp_86	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Resp_87	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
Resp_88	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
Resp_89	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	35
Resp_90	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
Resp_91	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
Resp_92	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Resp_93	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	44
Resp_94	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	34
Resp_95	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Resp_96	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	36
Resp_97	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
Resp_98	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Resp_99	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	44
Resp_100	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	34

Resp_51	4	4	4	4	3	4	4	4	31
Resp_52	5	5	5	4	3	4	4	5	35
Resp_53	3	3	3	4	4	3	4	3	27
Resp_54	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Resp_55	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Resp_56	4	4	4	4	4	3	4	4	31
Resp_57	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Resp_58	3	4	4	4	3	4	4	3	29
Resp_59	4	3	3	2	4	4	4	4	28
Resp_60	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_61	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_62	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_63	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_64	4	4	4	4	2	4	2	4	28
Resp_65	4	4	4	4	3	3	3	4	29
Resp_66	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Resp_67	4	4	4	4	4	4	4	5	33
Resp_68	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_69	5	5	5	4	4	4	4	5	36
Resp_70	4	4	4	4	4	3	4	3	30
Resp_71	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_72	4	3	4	4	3	4	3	4	29
Resp_73	4	4	4	4	4	3	4	4	31
Resp_74	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_75	5	5	5	4	4	4	4	5	36
Resp_76	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Resp_77	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_78	4	3	4	4	3	4	3	3	28
Resp_79	4	4	4	4	4	3	4	4	31
Resp_80	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_81	4	4	4	4	4	4	3	4	31
Resp_82	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Resp_83	5	5	5	4	4	4	4	4	35
Resp_84	5	5	5	4	4	5	4	4	36
Resp_85	4	4	4	5	4	4	5	4	34
Resp_86	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_87	4	3	4	4	3	4	3	4	29
Resp_88	4	4	4	4	4	3	4	4	31
Resp_89	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_90	5	5	5	4	4	4	4	5	36
Resp_91	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Resp_92	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_93	4	3	4	4	3	4	3	3	28
Resp_94	4	4	4	4	4	3	4	4	31
Resp_95	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_96	4	4	4	4	4	4	3	4	31
Resp_97	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Resp_98	5	5	5	4	4	4	4	4	35
Resp_99	5	5	5	4	4	5	4	4	36
Resp_100	4	4	4	5	4	4	5	4	34

Lampiran 9 : Data Olah SPSS

Deskriptive Responden

		Jenis Kelamin			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	Laki-Laki	64	64,0	64,0	64,0
	Perempuan	36	36,0	36,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Deskriptive jawaban responden

variabel **Kualitas Produk**

		X1_1			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	3,0	3,0	3,0
	Ragu-Ragu	3	3,0	3,0	6,0
	Setuju	47	47,0	47,0	53,0
	Sangat Setuju	47	47,0	47,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

		X1_2			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	3,0	3,0	3,0
	Ragu-Ragu	4	4,0	4,0	7,0
	Setuju	48	48,0	48,0	55,0
	Sangat Setuju	45	45,0	45,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X1_3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	3,0	3,0	3,0
	Ragu-Ragu	10	10,0	10,0	13,0
	Setuju	46	46,0	46,0	59,0
	Sangat Setuju	41	41,0	41,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X1_4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	3,0	3,0	3,0
	Ragu-Ragu	5	5,0	5,0	8,0
	Setuju	54	54,0	54,0	62,0
	Sangat Setuju	38	38,0	38,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X1_5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	3,0	3,0	3,0
	Ragu-Ragu	7	7,0	7,0	10,0
	Setuju	50	50,0	50,0	60,0
	Sangat Setuju	40	40,0	40,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X1_6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	5	5,0	5,0	5,0
	Ragu-Ragu	13	13,0	13,0	18,0
	Setuju	52	52,0	52,0	70,0
	Sangat Setuju	30	30,0	30,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X1_7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	4,0	4,0	4,0
	Ragu-Ragu	12	12,0	12,0	16,0
	Setuju	57	57,0	57,0	73,0
	Sangat Setuju	27	27,0	27,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X1_8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	3,0	3,0	3,0
	Ragu-Ragu	7	7,0	7,0	10,0
	Setuju	55	55,0	55,0	65,0
	Sangat Setuju	35	35,0	35,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Variabel Harga

X2_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	4,0	4,0	4,0
	Ragu-Ragu	17	17,0	17,0	21,0
	Setuju	41	41,0	41,0	62,0
	Sangat Setuju	38	38,0	38,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X2_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	4,0	4,0	4,0
	Ragu-Ragu	12	12,0	12,0	16,0
	Setuju	44	44,0	44,0	60,0
	Sangat Setuju	40	40,0	40,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X2_3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	5	5,0	5,0	5,0
	Ragu-Ragu	8	8,0	8,0	13,0
	Setuju	44	44,0	44,0	57,0
	Sangat Setuju	43	43,0	43,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X2_4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	5	5,0	5,0	5,0
	Ragu-Ragu	5	5,0	5,0	10,0
	Setuju	47	47,0	47,0	57,0
	Sangat Setuju	43	43,0	43,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X2_5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	4,0	4,0	4,0
	Ragu-Ragu	9	9,0	9,0	13,0
	Setuju	47	47,0	47,0	60,0
	Sangat Setuju	40	40,0	40,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X2_6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	3,0	3,0	3,0
	Ragu-Ragu	8	8,0	8,0	11,0
	Setuju	49	49,0	49,0	60,0
	Sangat Setuju	40	40,0	40,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X2_7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	3,0	3,0	3,0
	Ragu-Ragu	7	7,0	7,0	10,0
	Setuju	57	57,0	57,0	67,0
	Sangat Setuju	33	33,0	33,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X2_8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	4,0	4,0	4,0
	Ragu-Ragu	12	12,0	12,0	16,0
	Setuju	40	40,0	40,0	56,0
	Sangat Setuju	44	44,0	44,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Variabel Lokasi**X3_1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	6	6,0	6,0	6,0
	Ragu-Ragu	9	9,0	9,0	15,0
	Setuju	39	39,0	39,0	54,0
	Sangat Setuju	46	46,0	46,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X3_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	5	5,0	5,0	5,0
	Ragu-Ragu	9	9,0	9,0	14,0
	Setuju	44	44,0	44,0	58,0
	Sangat Setuju	42	42,0	42,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X3_3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	5	5,0	5,0	5,0
	Ragu-Ragu	10	10,0	10,0	15,0
	Setuju	47	47,0	47,0	62,0
	Sangat Setuju	38	38,0	38,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X3_4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	5	5,0	5,0	5,0
	Ragu-Ragu	12	12,0	12,0	17,0
	Setuju	47	47,0	47,0	64,0
	Sangat Setuju	36	36,0	36,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X3_5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	5	5,0	5,0	5,0
	Ragu-Ragu	10	10,0	10,0	15,0
	Setuju	47	47,0	47,0	62,0
	Sangat Setuju	38	38,0	38,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X3_6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	5	5,0	5,0	5,0
	Ragu-Ragu	19	19,0	19,0	24,0
	Setuju	39	39,0	39,0	63,0
	Sangat Setuju	37	37,0	37,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Variabel Kualitas Pelayanan

X4_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	7	7,0	7,0	7,0
	Ragu-Ragu	17	17,0	17,0	24,0
	Setuju	37	37,0	37,0	61,0
	Sangat Setuju	39	39,0	39,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X4_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	8	8,0	8,0	8,0
	Ragu-Ragu	12	12,0	12,0	20,0
	Setuju	38	38,0	38,0	58,0
	Sangat Setuju	42	42,0	42,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X4_3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	7	7,0	7,0	7,0
	Ragu-Ragu	13	13,0	13,0	20,0
	Setuju	33	33,0	33,0	53,0
	Sangat Setuju	47	47,0	47,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X4_4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	6	6,0	6,0	6,0
	Ragu-Ragu	16	16,0	16,0	22,0
	Setuju	34	34,0	34,0	56,0
	Sangat Setuju	44	44,0	44,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X4_5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	7	7,0	7,0	7,0
	Ragu-Ragu	12	12,0	12,0	19,0
	Setuju	37	37,0	37,0	56,0
	Sangat Setuju	44	44,0	44,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X4_6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	8	8,0	8,0	8,0
	Ragu-Ragu	6	6,0	6,0	14,0
	Setuju	48	48,0	48,0	62,0
	Sangat Setuju	38	38,0	38,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X4_7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1,0	1,0	1,0
	Tidak Setuju	7	7,0	7,0	8,0
	Ragu-Ragu	13	13,0	13,0	21,0
	Setuju	44	44,0	44,0	65,0
	Sangat Setuju	35	35,0	35,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X4_8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1,0	1,0	1,0
	Tidak Setuju	7	7,0	7,0	8,0
	Ragu-Ragu	16	16,0	16,0	24,0
	Setuju	38	38,0	38,0	62,0
	Sangat Setuju	38	38,0	38,0	100,0
	Total		100	100,0	100,0

X4_9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1,0	1,0	1,0
	Tidak Setuju	7	7,0	7,0	8,0
	Ragu-Ragu	13	13,0	13,0	21,0
	Setuju	38	38,0	38,0	59,0
	Sangat Setuju	41	41,0	41,0	100,0
	Total		100	100,0	100,0

X4_10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	6	6,0	6,0	6,0
	Ragu-Ragu	14	14,0	14,0	20,0
	Setuju	34	34,0	34,0	54,0
	Sangat Setuju	46	46,0	46,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Variabel Minat Beli

Y_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	3,0	3,0	3,0
	Ragu-Ragu	10	10,0	10,0	13,0
	Setuju	46	46,0	46,0	59,0
	Sangat Setuju	41	41,0	41,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Y_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	3,0	3,0	3,0
	Ragu-Ragu	12	12,0	12,0	15,0
	Setuju	44	44,0	44,0	59,0
	Sangat Setuju	41	41,0	41,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Y_3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	3,0	3,0	3,0
	Ragu-Ragu	8	8,0	8,0	11,0
	Setuju	49	49,0	49,0	60,0
	Sangat Setuju	40	40,0	40,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Y_4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	4,0	4,0	4,0
	Ragu-Ragu	8	8,0	8,0	12,0
	Setuju	54	54,0	54,0	66,0
	Sangat Setuju	34	34,0	34,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Y_5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	5	5,0	5,0	5,0
	Ragu-Ragu	15	15,0	15,0	20,0
	Setuju	50	50,0	50,0	70,0
	Sangat Setuju	30	30,0	30,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Y_6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	3,0	3,0	3,0
	Ragu-Ragu	18	18,0	18,0	21,0
	Setuju	44	44,0	44,0	65,0
	Sangat Setuju	35	35,0	35,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Y_7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	5	5,0	5,0	5,0
	Ragu-Ragu	16	16,0	16,0	21,0
	Setuju	44	44,0	44,0	65,0
	Sangat Setuju	35	35,0	35,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Y_8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	3,0	3,0	3,0
	Ragu-Ragu	13	13,0	13,0	16,0
	Setuju	46	46,0	46,0	62,0
	Sangat Setuju	38	38,0	38,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Validitas Variabel Kualitas Produk

Correlations

		X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	X1_6	X1_7	X1_8	Kualitas Produk
X1_1	Pearson Correlation	1	,908**	,818**	,750**	,680**	,593**	,616**	,716**	,865**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1_2	Pearson Correlation	,908**	1	,860**	,799**	,768**	,753**	,690**	,721**	,927**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1_3	Pearson Correlation	,818**	,860**	1	,812**	,706**	,726**	,634**	,634**	,885**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1_4	Pearson Correlation	,750**	,799**	,812**	1	,779**	,753**	,728**	,683**	,900**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1_5	Pearson Correlation	,680**	,768**	,706**	,779**	1	,758**	,774**	,735**	,887**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1_6	Pearson Correlation	,593**	,753**	,726**	,753**	,758**	1	,728**	,586**	,848**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1_7	Pearson Correlation	,616**	,690**	,634**	,728**	,774**	,728**	1	,782**	,852**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1_8	Pearson Correlation	,716**	,721**	,634**	,683**	,735**	,586**	,782**	1	,834**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Kualitas Produk	Pearson Correlation	,865**	,927**	,885**	,900**	,887**	,848**	,852**	,834**	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).

Validitas Variabel Harga

		Correlations								
		X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	X2_5	X2_6	X2_7	X2_8	Harga
X2_1	Pearson Correlation	1	,757**	,698**	,718**	,746**	,636**	,752**	,603**	,844**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2_2	Pearson Correlation	,757**	1	,730**	,748**	,799**	,665**	,722**	,663**	,868**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2_3	Pearson Correlation	,698**	,730**	1	,833**	,872**	,724**	,664**	,779**	,900**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2_4	Pearson Correlation	,718**	,748**	,833**	1	,860**	,755**	,640**	,749**	,899**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2_5	Pearson Correlation	,746**	,799**	,872**	,860**	1	,763**	,717**	,771**	,931**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2_6	Pearson Correlation	,636**	,665**	,724**	,755**	,763**	1	,807**	,787**	,870**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2_7	Pearson Correlation	,752**	,722**	,664**	,640**	,717**	,807**	1	,677**	,847**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2_8	Pearson Correlation	,603**	,663**	,779**	,749**	,771**	,787**	,677**	1	,860**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Harga	Pearson Correlation	,844**	,868**	,900**	,899**	,931**	,870**	,847**	,860**	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).

Validitas Variabel Lokasi

Correlations

		X3_1	X3_2	X3_3	X3_4	X3_5	X3_6	Lokasi
X3_1	Pearson Correlation	1	,900**	,867**	,757**	,809**	,702**	,902**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3_2	Pearson Correlation	,900**	1	,933**	,862**	,902**	,826**	,971**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3_3	Pearson Correlation	,867**	,933**	1	,864**	,892**	,795**	,957**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3_4	Pearson Correlation	,757**	,862**	,864**	1	,848**	,835**	,924**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3_5	Pearson Correlation	,809**	,902**	,892**	,848**	1	,810**	,941**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3_6	Pearson Correlation	,702**	,826**	,795**	,835**	,810**	1	,891**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Lokasi	Pearson Correlation	,902**	,971**	,957**	,924**	,941**	,891**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

Validitas Variabel Kualitas Layanan

Correlations

		X4_1	X4_2	X4_3	X4_4	X4_5	X4_6	X4_7	X4_8	X4_9	X4_10	Kualitas Layanan
X4_1	Pearson Correlation	1	,883**	,913**	,870**	,921**	,878**	,828**	,984**	,880**	,911**	,964**
	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
X4_2	Pearson Correlation	,883**	1	,824**	,843**	,819**	,863**	,916**	,862**	,984**	,832**	,938**
	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
X4_3	Pearson Correlation	,913**	,824**	1	,929**	,952**	,863**	,759**	,905**	,827**	,988**	,951**
	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
X4_4	Pearson Correlation	,870**	,843**	,929**	1	,939**	,833**	,773**	,851**	,833**	,927**	,934**
	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
X4_5	Pearson Correlation	,921**	,819**	,952**	,939**	1	,898**	,775**	,912**	,822**	,950**	,954**
	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
X4_6	Pearson Correlation	,878**	,863**	,863**	,833**	,898**	1	,814**	,884**	,865**	,858**	,930**
	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
X4_7	Pearson Correlation	,828**	,916**	,759**	,773**	,775**	,814**	1	,830**	,911**	,765**	,890**
	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
X4_8	Pearson Correlation	,984**	,862**	,905**	,851**	,912**	,884**	,830**	1	,880**	,892**	,957**
	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
X4_9	Pearson Correlation	,880**	,984**	,827**	,833**	,822**	,865**	,911**	,880**	1	,835**	,940**
	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
X4_10	Pearson Correlation	,911**	,832**	,988**	,927**	,950**	,858**	,765**	,892**	,835**	1	,951**
	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
Kualitas Layanan	Pearson Correlation	,964**	,938**	,951**	,934**	,954**	,930**	,890**	,957**	,940**	,951**	1
	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

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

Validitas Variabel Minat Beli

Correlations

		Y_1	Y_2	Y_3	Y_4	Y_5	Y_6	Y_7	Y_8	Minat Beli
Y_1	Pearson Correlation	1	,915**	,955**	,834**	,755**	,868**	,741**	,934**	,950**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y_2	Pearson Correlation	,915**	1	,940**	,802**	,770**	,802**	,787**	,884**	,937**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y_3	Pearson Correlation	,955**	,940**	1	,858**	,727**	,860**	,731**	,890**	,944**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y_4	Pearson Correlation	,834**	,802**	,858**	1	,774**	,829**	,796**	,834**	,914**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y_5	Pearson Correlation	,755**	,770**	,727**	,774**	1	,738**	,883**	,775**	,877**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y_6	Pearson Correlation	,868**	,802**	,860**	,829**	,738**	1	,747**	,843**	,909**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y_7	Pearson Correlation	,741**	,787**	,731**	,796**	,883**	,747**	1	,763**	,881**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y_8	Pearson Correlation	,934**	,884**	,890**	,834**	,775**	,843**	,763**	1	,941**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Minat Beli	Pearson Correlation	,950**	,937**	,944**	,914**	,877**	,909**	,881**	,941**	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).

Reliabilitas Variabel Kualitas Produk

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,956	8

Reliabilitas Variabel Harga

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,957	8

Reliabilitas Variabel Lokasi

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,969	6

Reliabilitas Variabel Kualitas Layanan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,986	10

Reliabilitas Variabel Minat Beli

Reliability Statistics

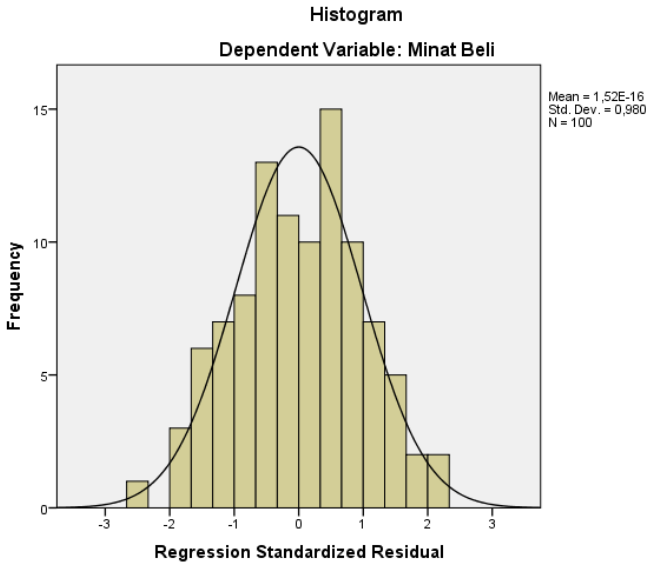
Cronbach's Alpha	N of Items
,973	8

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

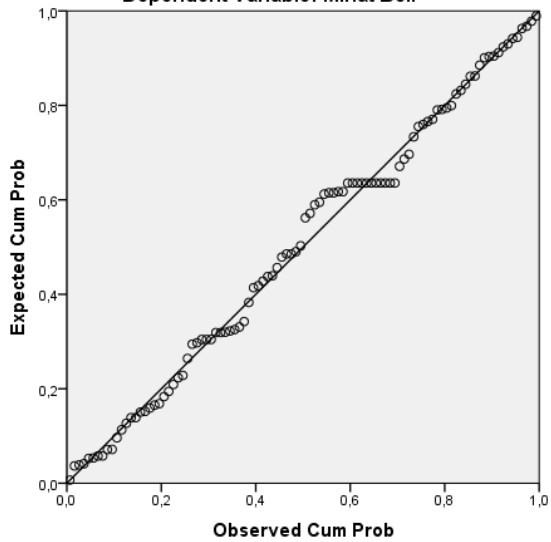
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	4,61977994
Most Extreme Differences	Absolute	,075
	Positive	,062
	Negative	-,075
Test Statistic		,075
Asymp. Sig. (2-tailed)		,191 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Minat Beli

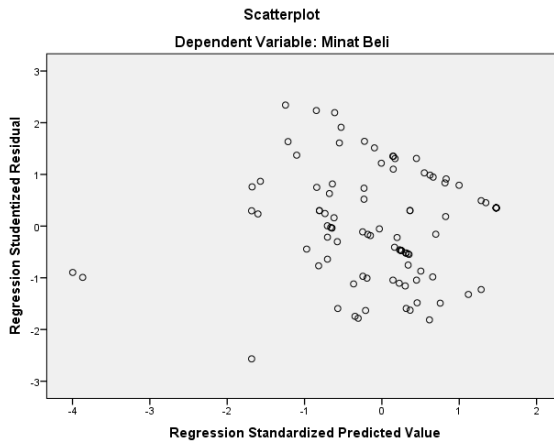


Uji Multikolinearitas

Model		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kualitas Produk	,652	1,533
	Harga	,610	1,640
	Lokasi	,656	1,524
	Kualitas Layanan	,895	1,118

Uji Heterokedastisitas

Model		Sig.
1	(Constant)	,001
	Kualitas Produk	,915
	Harga	,329
	Lokasi	,908
	Kualitas Layanan	,261



Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,591 ^a	,350	,322	4,716	2,131

a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Harga, Lokasi, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Minat Beli

Uji Regresi linear berganda

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	7,455	3,780
	Kualitas Produk	,218	,116
	Harga	,166	,111
	Lokasi	,102	,126
	Kualitas Layanan	,226	,058

Uji F

Model		F	Sig.
1	Regression	12,771	,000 ^b
	Residual		
	Total		

Uji t

Model		t	Sig.
1	(Constant)	1,972	,051
	Kualitas Produk	2,394	,019
	Harga	2,716	,015
	Lokasi	2,141	,048
	Kualitas Layanan	3,897	,000

Uji R Square

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	,591 ^a	,350	,322