

DAFTAR PUSTAKA

- Bailia, F.T Jefry dan Soegoto Agus Supandi, dan R. Loidong Sjendry Serulo, 2014, *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen pada Warung-warung makan Lamongan Di Kota Manado*, *Jurnal Emba* ISSN : 2303 - 1174. Vol 2, No 3, Hal 1768-1780
- Gulla, Rendy, dan Oroh Sem George dan Roring Ferdy, 2015, *Analisis Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Manado Grace Inn*, *Jurnal Emba* ISSN : 2303 - 1174, Vol 3, No 1, Hal 1313 - 1322
- Hayati, Yetty Husnul dan Sekartaji Gracia 2015, *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Di Restoran Bebek dan Ayam Goreng Pak NDUt Solo*, *Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi*, Volume 1, No. 1, Hal 49-56
- Mongkau, Gladis dan Kawet Lotje. Dan Sepang Jantje, 2017, *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Tempat Terhadap Kepuasan Konsumen pada Pasar Tradisional Remboken*, *Jurnal Emba*, ISSN : 2303 - 1174
- Priansa, Donni Juni, 2017, *Perilaku Konsumen*, Bandung , Alfabeta
- Purnamasari, I.G.A Yulia, 2015, *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Produk M2 Fashion Online Di Singaraja*, *Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi (JJP)*, Volume 5, Nomor 1
- Rahman, M. Munir, 2016, *Metodologi Penelitian*, Surabaya, Adi Buana University Press
- Rahman, M. Munir, 2017, *Aplikasi Komputer Statistik*, Adi Buana University Press
- Ransulangi, Mega Silvia dan Mandey Silvy, dan Tumbuan Willem A., 2015, *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Servicescape Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Rumah Makan Ocean 27 Manado*, *Jurnal Emba* ISSN : 2303 - 11, Vol 3, No 3, Hal 839 - 849

- Sujarweni, Wiratna, 2015, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, Yogyakarta, Pustaka Baru Press
- Setyo, Purnomo Edwin, 2017, *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Best Autoworks*, *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, Volume 1, Nomor 6, Hal 755 – 764
- Sugiono, 2017, *Statistika Untuk Penelitian*, Bandung, Alfabeta
- Utami, Athira Tjahya dan Trenggana Arlin Ferlina Moch. , 2016, *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Telkomsel*, *Jurnal e proceeding of Management*. ISSN : 2355-9357 Volume 3. No. 1, hal 671
- Wahjono, Sentot Imam, Marina Anna, Maro'ah Siti, Widayat, *Pengantar Bisnis*, Jakarta, PRENADAMEDIA GROUP

Web:

<http://herbalsing.blogspot.com/2012/03/sejarah-berdirinya-herbalife.html> (diakses pada tanggal 26 November 2018 jam 19:28)

<http://nutrisisehatherbalife.blogspot.com/2010/12/sejarah-herbalife.html> (diakses pada tanggal 26 November 2018 jam 19:30)

http://sehatlangsing.com/?Produk_%26amp%3B_Harga_Herbalife_Indonesia (diakses pada tanggal 26 November 2018 jam 19:44)

Lampiran 1

Berita Acara Bimbingan Skripsi

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama Mahasiswa : Ita Rosita
2. NIM : 151500237
3. Program Studi : Manajemen
4. Tanggal Pengajuan Skripsi : 15 Oktober 2018
5. Judul Skripsi : Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Produk Herbalife (Studi Pada Rumah Sehat Herbalife di Benjeng Gresik Selatan)
6. Dosen Pembimbing : Dr. M. Munir Rachman, Drs., Ec., M.Si
7. Konsultasi :

No	Tanggal	Paraf Pembimbing	Uraian/ Kegiatan	Keterangan
1.	15 Oktober 2018		Judul Skripsi	Acc
2.	23 Oktober 2018		Bab I	Revisi
3.	25 Oktober 2018		Bab I lanjut Bab II	Acc
4.	8 November 2018		Bab II	Revisi
5.	14 November 2018		Bab II lanjut Bab III	Acc
6.	21 November 2018		Bab III	Revisi
7.	02 Januari 2019		Bab III lanjut	Acc

			Kuesioner	
8.	14 Januari 2019		Kuesioner	Acc
9.	13 Februari 2019		Seminar Proposal	
10.	01 April 2019		Bab IV&V&Artikel	Revisi
11.	04 April 2019		Bab I-V & Artikel	Acc

8. Tanggal selesai menulis skripsi : 04 April 2019

Surabaya, 04 April 2019
Dosen Pembimbing,

(Dr. M. Munir Rachman, Drs., Ec., M.Si)
NPP : 1601751/DY

Lampiran 2

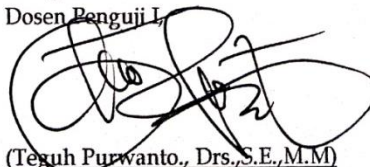
Berita Acara Bimbingan Revisi Skripsi

BERITA ACARA BIMBINGAN REVISI SKRIPSI

Nama : Ita Rosita
NIM/Program Studi : 151500237/Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Herbalife (Studi Pada Rumah Sehat Herbalife Di Benjeng Gresik Selatan).
Tanggal Ujian Skripsi : 28 April 2019
Penguji : 1. Teguh Purwanto., Drs.,S.E.,M.M
2. Aristha Purwanthari S.,S.E.,M.A

No	Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf Penguji
			Penguji I
1.	07 Mei 2019	Kerangka Konseptual	
2.	07 Mei 2019	Hipotesis	
3.	07 Mei 2019	Kesimpulan	
4.	07 Mei 2019	Daftar Pustaka	

Mengetahui,
Dosen Penguji I,






(Teguh Purwanto., Drs.,S.E.,M.M)

NIP : 196012221990031001

BERITA ACARA BIMBINGAN REVISI SKRIPSI

Nama : Ita Rosita
NIM/Program Studi : 151500237/Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Herbalife (Studi Pada Rumah Sehat Herbalife Di Benjeng Gresik Selatan).
Tanggal Ujian Skripsi : 28 April 2019
Penguji : 1. Teguh Purwanto., Drs.,S.E.,M.M
2. Aristha Purwanthari S.,S.E.,M.A

No	Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf Penguji
			Penguji II
1.	09 Mei 2019	Bab II (referensi Penulisan)	
2.	13 Mei 2019	Bab III Sampel	
3.	09 Mei 2019	Bab IV (Sumber Tabel Penilaian Responden)	

Mengetahui,
Dosen Penguji II,



(Aristha Purwanthari S.,S.E.,M.A)
NPP : 1507729/DY

Lampiran 3 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.fe.unipasby.ac.id>

Nomor : 181823/01/FE/XI/2018
Lampiran : -
Perihal : Ijin Penelitian dan Pengambilan Data


Kepada Yth:
Bapak/Ibu Pimpinan
Club Bintang Gembira Cabang Benjeng
Jln. Bulurejo RT 01/RW 02 Benjeng
di -
Gresik

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 : Ita Rosita
NIM : 151500237
Prodi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Herbalife Pada Rumah Sehat Herbalife di Benjeng Gresik Selatan

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

Surabaya, 10 Desember 2018
D e k a n,


Dra. Siti Istikhoroh, M.Si
NIP. 19671019.199203.2001

Lampiran 4

Surat Balasan Penelitian



RUMAH SEHAT HERBALIFE BENJENG GRESIK SELATAN
(CLUB BINTANG GEMBIRA)
Jl. Bulurejo, Benjeng, Gresik, Jawa Timur 61172
Website: www.herbalife.co.id

SURAT KETERANGAN
NO.01 /15 /1 /2019

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Binyanti
Jabatan : Pemilik Rumah Sehat Herbalife Di Benjeng Gresik Selatan

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa yang beridentitas :

Nama : Ita Rosita
Nim : 15-150-0237
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Manajemen
Universitas : Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Telah selesai melakukan penelitian pada konsumen Rumah Sehat Herbalife (Club Bintang Gembira) selama 2 (dua) Minggu, terhitung mulai tanggal 01 Januari 2019 sampai dengan 15 Januari 2019 untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul "Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Produk Herbalife (Studi Pada Rumah Sehat Herbalife Di Gresik Selatan)".

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya

Gresik, 15 Januari 2019

Binyanti
















Lampiran 5








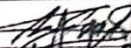


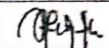

Daftar Hadir Seminar Proposal

DAFTAR HADIR PESERTA SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PRODUK HERBALIFE (STUDI PADA
RUMAH SEHAT HERBALIFE DI BENJENG GRESIK SELATAN)

Nama : Ita Rosita
Program Studi/Angkatan : Manajemen 2015
Nim : 151500237

NO	NIM	NAMA	TTD
1	15-150-0028	Mega Sulistyio Ningrum	
2	15-150-0106	Ria Apriliana	
3	15-150-0010	Inne Dwi Prastiana	
4	15-150-0090	Novra Risma Putri	
5	15-150-0189	Yunita Putri	
6	15-150-0177	Atifa Rahma N.	
7	15-150-0187	Asti Pratiwi	
8	15-150-0147	Hidayati Umiyana	
9	18-56-0025	Nina Napdah Pratiwi	
10	15-150-00092	Puji Sarniba Sari	
11	15-150-007	Lyska Us Nawati	
12	15-150-0170	Alana Sevina	
13	15-150-0040	Ainur Rifki	
14	15-150-0240	Arjo B.	
15	15-150-0226	Yoga Dwi P.	

16	161500033	Dewi Angraeni	
17	151500139	Bintang Bagus F	
18	181000213	LAILATUL TRIUPIDAH	
19	161500085	Vebiani Carolina Dede	
20	151500227	Vira Pusly A	
21	151500115	Mizan Haftri	
22	151500127	M. Alfani Zaini	
23	15-150-0247	Bintang Kartika Wahyu	
24	15-150-0149	Moch. Iham Taofeq H	
25	15-150-0018	Wendli Owi Aniva	
26	151500197	Elviana U. F	
27	151600186	Dewi Chintya Dewi	
28			
29			
30			

Surabaya, 13 Februari 2019

Dosen Pembimbing

Drs. Moch. Munir Rachman, EC, M.Si, Dr.

NPP: 1601751/DY

Lampiran 6

Kuesioner Penelitian

Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Herbalife
(Studi Pada Rumah Sehat Herbalife Di Benjeng Gresik Selatan)

Terimakasih atas partisipasi anda menjadi salah satu responden dan secara sukarela mengisi kuisisioner ini. Kami sangat menghargai kejujuran anda dalam mengisi kuisisioner ini. Kami menjamin kerahasiaan anda terkait dengan kuisisioner. Hasil survei ini semata-mata akan digunakan untuk penelitian skripsi bukan tujuan komersial.

Bagian I:

Pernyataan bagian 1 merupakan pertanyaan yang berhubungan dengan identitas responden. Mohon diisi sesuai responden. Mohon diisi sesuai identitas anda.

Nama : (boleh tidak diisi)
Alamat : (boleh tidak diisi)
Usia :tahun.
Jenis Kelamin : (1) Perempuan (2) Laki-laki
Pekerjaan :
Pendidikan Terakhir :
Status Perkawinan : (1) Menikah (2)Belum Menikah

Bagian II:

Pernyataan pada poin II merupakan pernyataan berkaitan dengan tiap-tiap variabel terhadap kepuasan konsumen produk Herbalife pada rumah sehat Herbalife. Berilah tanda (√) pada jawaban yang sesuai dengan pilihan anda.

Adapun pilihan jawaban adalah:

1. SS : Sangat Setuju
2. S : Setuju
3. KS : Kurang Setuju
4. TS : Tidak Setuju
5. STS : Sangat Tidak Setuju

I. Harga (X_1)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
----	------------	----	---	----	----	-----

A. Harga yang Ditetapkan

1. Harga yang ditetapkan sesuai dengan harapan konsumen.
2. Penetapan harga produk Herbalife sudah sesuai dengan harga jual.
3. Harga yang ditetapkan tidak menjadi masalah bagi konsumen.

B. Keterjangkauan Harga

4. Harga Herbalife terjangkau.
5. Berminat dengan keterjangkauan harga Herbalife.
6. Jika harga terjangkau konsumen merasa puas.
7. Keterjangkauan harga membuat konsumen berlangganan.

C. Kesesuaian Harga dengan Kualitas

8. Harga sudah sesuai dengan kualitas.
9. Kualitas dan Harga sudah Maksimal.
10. Puas dengan harga dan kualitas yang diberikan.
11. Kualitas dan harga sudah sesuai dengan harapan.

D. Daya Saing Harga

13. Harga produk Herbalife lebih mahal dari produk pesaing lain.
14. Persaingan harga produk sejenis herbalife lebih murah.
15. Produk pesaing Herbalife memiliki harga tidak konsisten.

E. Potongan Harga

16. Herbalife mengadakan diskon.
17. Konsumen tertarik dengan diskon produk Herbalife.
18. Jika berlanggan sebulan seharusnya ada potongan harga.

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
19.	Potongan harga dapat menarik minat berlanggan konsumen.					

II. Kualitas Produk (X₂)

A. Bentuk (Form)

20. Bentuk kemasan produk Herbalife menarik
21. Bentuk kemasan produk Herbalife praktis.
23. Bentuk kemasan memudahkan untuk digunakan.
24. Bentuk sudah sesuai dengan harapan konsumen.

B. Fitur (*Feature*)

- 25. Fitur pada produk Herbalife sudah sesuai keinginan konsumen.
- 26. Konsumen tertarik dengan fitur yang diberikan produk Herbalife.
- 27. Fitur pada produk Herbalife memudahkan konsumen untuk mengenalnya.
- 28. Produk Herbalife yang direkomendasikan lebih banyak dari produk lain.

C. Kualitas Kinerja (*Performance quality*)

- 29. Kualitas dan Kinerja produk Herbalife sesuai dengan harapan.
- 30. Kualitas dan Kinerja Herbalife sudah maksimal.
- 31. Kualitas dan Kinerja Herbalife berbeda dengan produk pesaing lain.

-
- 32. Kualitas dan Kinerja sudah terbukti nyata khasiatnya.
-

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
----	------------	----	---	----	----	-----

D.Kesan Kualitas (*Perceived Quality*)

33. Konsumen Berkesan dengan kualitas produk Herbalife.
34. Kualitas Produk Herbalife sudah berkesan baik di mata konsumennya.
35. Kesan Kualitas produk Herbalife berbeda dengan produk pesaing lain.
36. Kesan Kualitas sesuai dengan hasil yang diberikan.

E.Ketahanan (*Durability*)

37. Herbalife yang direkomendasikan dapat bertahan dalam jangka waktu yang lama.
38. Herbalife yang direkomendasikan dapat bertahan pada tempat yang dingin.
39. Herbalife dapat bertahan dari persaingan yang ketat.

F. Keandalan (*Reability*)

40. Rasa dari produk Herbalife sesuai dengan selera konsumen.
41. Produk Herbalife sudah terbukti khasiatnya.
42. Konsumen merasakan manfaat mengkonsumsi produk Herbalife.

G. Kemudahan Perbaikan (*Repairability*)

43.	Produk Herbalife memiliki peluang tidak rusak dalam periode waktu tertentu.
-----	---

44.	Konsumen percaya dengan kualitas perbaikan dalam menurunkan berat
-----	---

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
	badan pada produk Herbalife.					
45.	Produk Herbalife baik untuk tubuh dan tidak memberikan ketergantungan.					

H. Desain (*design*)

- 46. Desain produk Herbalife sudah sesuai.
- 47. Desain produk Herbalife menarik.
- 48. Desain produk Herbalife memudahkan konsumen untuk mengenalnya.

49. Desain produk Herbalife berbeda dengan pesaing yang lain.

III. Kepuasan Konsumen (Y)

A. Terpenuhnya Harapan Konsumen

50. Konsumen percaya pada produk Herbalife.
51. Konsumen merasa puas pada produk Herbalife.
52. Harapan konsumen sudah ada di produk Herbalife.
53. Konsumen memutuskan berlangganan pada produk Herbalife karena memenuhi harapannya.

B. Sikap atau keinginan menggunakan produk

54. Konsumen berkeinginan menggunakan produk Herbalife.
55. Konsumen memutuskan berlangganan menggunakan produk Herbalife.
56. Konsumen berkeinginan merekomendasikan produk Herbalife setelah merasakan khasiat produknya.

C. Merekomendasikan Kepada Pihak Lain

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
57.	Konsumen selalu menginformasikan pada konsumen yang belum mengenal produk Herbalife.					
58.	Konsumen selalu menginformasikan kepada keluarga.					
59.	Konsumen merekomendasikan pada tetangga / lingkungan sekitar.					
60.	Konsumen merekomendasikan produk Herbalife kepada teman.					

D. Kualitas Layanan

61. Kualias layanan yang diberikan penjual Herbalife sudah baik.
62. Konsumen percaya dengan kualitas pelayanan yang di berikan Herbalife Benjeng.
63. Herbalife Benjeng memastikan kepuasan untuk para konsumen.
64. Konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan Herbalife Benjeng.

E. Reputasi yang baik

65. Produk herbalife memiliki citra baik.
66. Konsumen percaya pada produk herbalife.

67. Konsumen puas pada citra produk herbalife.
68. Konsumen merekomendasikan pada teman dan keluarga terkait produk herbalife.

F. Lokasi

69. Lokasi Herbalife Benjeng strategis.
70. Konsumen dapat menjangkau lokasi herbalife benjeng dengan mudah.
71. Konsumen merekomendasikan lokasi herbalife kepada Teman.
72. Lokasi Herbalife benjeng mudah ditemukan.

Lampiran 7
Tabulasi Penelitian Variabel Harga (X1)

HARGA (X1)																								Total X1
Harga yang Ditetapkan (X1.1)					Keterjangkauan Harga (X1.2)					Kesesuaian Harga dengan Kualitas (X1.3)					Daya Saing Harga (X1.4)				Potongan Harga (X1.5)					
No	Item 1	Item 2	Item 3	Σ X1.1	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Σ X1.2	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Σ X1.3	Item 1	Item 2	Item 3	Σ X1.4	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Σ X1.5	
1	5	4	3	12	5	3	4	4	16	5	3	4	3	15	3	2	1	6	4	3	5	4	16	77
2	4	5	4	13	4	4	5	5	18	5	5	4	4	18	2	2	4	8	4	4	4	4	16	86
3	3	4	3	10	2	4	4	4	14	2	2	2	2	8	4	2	3	9	4	4	4	4	16	67
4	5	4	4	13	5	5	4	4	18	5	5	5	4	19	3	3	2	8	4	4	4	5	17	88
5	4	4	4	12	3	2	3	3	11	4	4	4	4	16	3	4	3	10	4	4	4	4	16	77
6	3	3	2	8	3	3	4	3	13	4	3	3	2	12	4	4	3	11	3	4	4	5	16	36
7	4	4	5	13	5	4	5	5	19	4	4	4	3	15	4	4	5	13	5	5	5	5	20	93
8	3	5	3	11	3	5	4	5	17	4	4	4	3	15	5	5	2	12	5	5	5	5	20	86
9	2	3	3	8	2	2	5	5	14	3	3	3	3	12	3	3	3	9	5	5	5	5	20	71
10	4	4	3	11	4	4	5	4	17	5	4	5	4	18	5	4	3	12	5	5	5	4	19	88
11	4	4	4	12	3	3	4	4	14	4	4	4	3	15	4	3	2	9	5	5	5	5	20	82

12	4	4	4	12	3	3	4	3	13	4	4	4	3	15	4	4	3	11	4	4	4	4	16	79
13	3	4	2	9	3	4	4	4	15	4	4	3	3	14	4	4	3	11	5	4	4	4	17	75
14	3	3	4	10	3	4	4	4	15	4	4	4	3	15	4	4	4	12	4	4	4	4	16	78
15	3	4	2	9	3	4	4	4	15	4	4	3	3	14	4	4	3	11	5	4	4	4	17	75
16	4	4	4	12	3	4	4	4	15	4	4	4	3	15	4	3	4	11	4	4	4	4	16	81
17	3	4	4	11	3	4	4	4	15	4	4	4	4	16	3	3	4	10	4	4	4	4	16	79
18	3	4	4	11	3	4	4	4	15	4	4	4	4	16	3	3	4	10	4	4	4	4	16	79
19	4	4	5	13	4	5	4	4	17	5	4	4	4	17	4	2	2	8	5	5	5	5	20	88
20	4	4	5	13	4	5	4	4	17	5	4	4	4	17	4	2	2	8	5	5	5	5	20	88
21	4	4	4	12	3	4	4	4	15	4	4	4	3	15	4	3	4	11	4	4	4	4	16	81
22	4	4	4	12	4	4	5	5	18	5	5	4	4	18	3	3	4	10	5	5	5	5	20	90
23	4	4	4	12	4	4	5	4	17	5	5	4	4	18	4	4	4	12	4	5	5	5	19	90
24	3	3	4	10	3	4	4	4	15	4	4	4	3	15	4	4	4	12	4	4	4	4	16	78
25	3	4	3	10	3	3	5	5	16	4	4	4	4	16	4	4	3	11	5	5	5	5	20	83
26	5	4	3	12	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	12	5	5	5	5	20	88
27	3	4	4	11	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	4	3	4	11	4	4	4	4	16	89
28	2	4	2	8	2	4	4	4	14	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16	74
29	3	3	3	9	3	4	4	4	15	4	4	3	3	14	4	4	4	12	4	4	4	4	16	75

30	4	4	4	12	3	3	4	3	13	4	4	4	3	15	4	4	3	11	4	4	4	4	16	79
31	3	4	3	10	3	4	5	5	17	4	4	4	4	16	4	4	4	12	5	5	5	5	20	85
32	5	4	4	13	5	5	4	4	18	4	4	5	4	17	3	4	4	11	5	5	5	5	20	92
33	4	4	3	11	4	4	4	4	16	4	4	3	4	15	3	4	3	10	5	5	5	5	20	83
34	3	4	4	11	3	3	4	5	15	4	4	3	3	14	4	4	4	12	4	4	4	4	16	79
35	5	5	4	14	4	4	4	4	16	5	4	4	4	17	3	4	3	10	5	4	4	4	17	88
36	3	4	3	10	3	2	5	4	14	3	2	3	2	10	3	3	3	9	3	3	4	4	14	67
37	4	4	2	10	4	4	4	4	16	4	4	5	5	18	4	4	4	12	5	5	5	5	20	86
38	4	5	5	14	3	3	3	2	11	5	4	5	4	18	3	4	4	11	5	4	5	4	18	86
39	5	4	4	13	4	4	5	4	17	4	5	4	5	18	4	5	5	14	4	4	5	5	18	93
40	3	4	3	10	3	3	3	4	13	4	5	4	5	18	4	3	3	10	5	4	4	4	17	78
41	5	4	4	13	4	4	5	4	17	5	5	5	4	19	4	5	4	13	4	5	4	5	18	93
42	5	5	4	14	3	3	3	4	13	5	4	5	4	18	3	1	1	5	5	4	4	4	17	81
43	3	4	3	10	3	4	4	4	15	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16	79
44	5	4	4	13	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20	4	4	3	11	5	5	5	5	20	93
45	3	3	3	9	2	2	5	4	13	4	4	3	3	14	3	3	1	7	5	4	4	5	18	70
46	4	4	3	11	3	4	4	4	15	4	3	4	4	15	4	4	4	12	4	4	4	4	16	80
47	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	3	4	11	4	4	3	4	15	82

48	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	3	4	11	4	4	3	4	15	82
49	4	4	4	12	5	5	4	4	18	4	4	4	4	16	5	5	4	14	4	4	4	5	17	89
50	4	4	4	12	4	4	4	5	17	5	5	5	5	20	5	4	4	13	5	4	4	4	17	91
51	4	4	5	13	4	4	5	4	17	5	4	4	4	17	4	4	4	12	4	4	4	4	16	88
52	5	5	5	15	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	5	17	91
53	4	4	5	13	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	3	11	5	5	4	4	18	87
54	4	4	4	12	3	3	3	3	12	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16	80
55	4	4	4	12	2	3	4	4	13	4	3	4	4	15	4	4	4	12	4	5	5	5	19	83
56	5	4	4	13	4	5	3	5	17	5	4	5	3	17	4	5	4	13	5	4	5	4	18	91
57	4	4	3	11	3	3	4	4	14	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16	80
58	4	4	3	11	4	4	5	5	18	5	4	5	5	19	3	3	3	9	4	5	5	5	19	87
59	3	3	3	9	3	3	5	4	15	4	4	4	4	16	4	4	3	11	4	5	5	5	19	79
60	4	4	3	11	5	4	5	5	19	4	4	4	4	16	3	4	4	11	5	5	4	4	18	86
61	2	3	2	7	3	4	4	4	15	4	4	4	4	16	4	4	3	11	4	5	4	4	17	73
62	4	4	3	11	5	4	5	5	19	4	4	4	4	16	3	4	4	11	5	5	4	4	18	86
63	3	3	3	9	4	2	4	4	14	3	3	3	3	12	4	2	2	8	3	4	4	4	15	67
64	3	3	4	10	3	4	4	5	16	4	4	3	3	14	3	4	4	11	4	4	5	5	18	79
65	5	4	4	13	4	5	4	4	17	5	5	4	4	18	3	3	3	9	5	5	5	5	20	90

66	4	4	3	11	4	4	5	4	17	4	3	4	4	15	4	5	3	12	5	5	5	5	20	86
67	4	4	3	11	4	4	4	5	17	4	3	3	3	13	2	2	5	9	5	5	5	5	20	81
68	2	4	4	10	4	4	4	5	17	5	5	5	4	19	4	3	3	10	4	4	4	4	16	82
69	3	4	4	11	4	4	5	3	16	5	4	5	4	18	3	3	3	9	5	5	5	5	20	85
70	4	4	3	11	3	4	4	3	14	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16	80
71	4	4	4	12	4	4	5	4	17	4	4	5	5	18	4	4	4	12	4	4	5	4	17	88
72	4	4	5	13	3	3	4	4	14	4	4	4	4	16	3	3	3	9	4	4	4	4	16	81
73	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	3	4	3	10	4	4	4	4	16	82
74	4	4	4	12	4	3	4	4	15	4	4	5	4	17	4	4	4	12	5	4	4	4	17	85
75	4	5	4	13	4	4	4	4	16	5	4	3	4	16	4	5	4	13	4	4	3	5	16	87
76	3	4	3	10	3	3	5	4	15	4	4	3	4	15	5	5	5	15	4	4	5	5	18	83
77	5	4	5	14	4	4	4	4	16	5	5	4	4	18	4	4	4	12	4	4	4	4	16	90
78	4	4	4	12	4	4	5	4	17	4	5	4	4	17	4	4	4	12	3	4	4	4	15	85
79	5	5	5	15	5	5	4	3	17	4	4	5	4	17	4	3	4	11	4	3	4	5	16	91
80	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	5	5	18	4	5	5	14	4	5	4	4	17	89
81	4	4	5	13	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	3	4	3	10	4	4	4	4	16	84
82	5	5	5	15	5	5	5	5	20	4	4	4	4	16	4	4	4	12	5	5	5	5	20	98
83	4	4	4	12	4	4	5	5	18	4	4	4	4	16	5	4	4	13	5	5	5	5	20	91

84	4	4	4	12	4	4	5	4	17	4	5	4	4	17	2	3	3	8	4	3	5	4	16	82
85	4	4	3	11	3	3	5	5	16	4	3	4	4	15	4	3	4	11	4	5	5	5	19	83
86	4	4	4	12	5	4	4	4	17	5	4	4	4	17	5	4	4	13	5	4	5	5	19	90
87	3	3	3	9	3	3	3	3	12	4	4	3	4	15	3	3	3	9	4	4	3	4	15	69
88	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	3	3	10	5	4	4	4	17	83
89	4	4	4	12	4	4	5	5	18	5	5	5	5	20	4	5	4	13	5	5	5	5	20	95
90	4	3	3	10	3	3	4	4	14	3	3	3	3	12	4	4	4	12	4	3	3	4	14	72
91	5	4	3	12	4	4	4	3	15	4	5	4	4	17	3	4	3	10	4	4	5	4	17	83
92	4	4	4	12	5	4	4	4	17	4	4	4	4	16	2	2	2	6	2	3	3	3	11	74
93	4	4	4	12	4	4	5	5	18	5	5	4	4	18	4	4	4	12	5	5	5	5	20	92
94	4	5	4	13	4	4	4	4	16	5	5	4	4	18	5	4	4	13	5	5	4	4	18	91
95	4	4	4	12	4	4	4	5	17	5	5	5	5	20	3	4	3	10	5	5	5	5	20	91
96	2	2	3	7	1	2	4	2	9	2	1	1	1	5	5	2	5	12	1	4	5	5	15	55
97	5	4	3	12	4	4	5	5	18	5	4	4	4	17	2	4	1	7	5	5	4	5	19	85
98	4	4	4	12	3	3	4	4	14	4	4	4	3	15	4	4	4	12	5	4	4	4	17	82
99	4	4	5	13	4	4	4	5	17	5	4	4	5	18	4	4	4	12	4	4	4	4	16	89
100	3	3	3	9	3	4	4	4	15	4	3	4	3	14	3	3	4	10	5	5	5	5	20	77
101	4	4	4	12	3	3	4	4	14	3	3	3	3	12	3	4	4	11	3	3	3	3	12	73

102	4	4	4	12	4	4	5	5	18	4	4	4	4	16	3	4	4	11	4	4	5	5	18	87
103	3	3	3	9	5	4	5	4	18	4	4	4	4	16	3	4	4	11	5	5	5	5	20	83
104	4	4	3	11	4	5	4	4	17	4	4	4	3	15	4	5	4	13	4	3	4	4	15	82
105	4	5	4	13	4	4	4	3	15	4	4	5	5	18	5	4	4	13	4	4	4	4	16	88
106	4	4	5	13	4	4	5	5	18	4	4	5	4	17	4	5	4	13	4	5	4	4	17	91
107	4	3	4	11	4	4	5	5	18	4	4	4	4	16	4	5	5	14	4	4	4	5	17	87
108	5	4	4	13	5	5	4	4	18	4	4	5	5	18	4	4	5	13	4	4	4	4	16	91
109	4	4	4	12	5	5	4	4	18	3	4	4	4	15	4	5	4	13	4	4	5	4	17	87
110	4	5	4	13	4	4	4	5	17	4	4	5	4	17	4	3	4	11	4	4	4	4	16	87
111	5	4	4	13	4	4	5	5	18	4	4	4	4	16	4	4	4	12	5	4	4	4	17	89
112	4	5	3	12	4	4	5	4	17	4	3	4	3	14	4	5	5	14	4	4	4	4	16	85
113	4	5	4	13	5	4	4	4	17	5	4	4	4	17	4	3	4	11	3	3	4	4	14	85
114	4	4	5	13	4	5	4	4	17	5	4	4	4	17	4	4	5	13	4	4	4	5	17	90
115	4	5	4	13	4	4	4	3	15	4	4	5	5	18	5	4	4	13	4	4	4	4	16	88

Tabulasi Variabel Kualitas Produk (X2)

Bentuk (Form) (X2.1)						Fitur (Feature) (X2.2)					Kualitas Kinerja (Performance quality) (X2.3)					Kesan Kualitas (Perceived Quality) (X2.4)				
No	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Σ X1.1	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Σ X2.2	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Σ X2.3	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Σ X2.4
1	4	5	3	4	16	4	3	4	1	12	5	4	3	5	17	4	4	3	4	15
2	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	5	17	4	4	4	4	16
3	4	4	4	3	15	3	3	4	4	14	4	2	4	4	14	4	3	2	3	12
4	5	5	5	5	20	4	4	4	4	16	4	4	4	5	17	5	5	4	5	19
5	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	3	4	3	3	13	4	4	4	4	16
6	5	5	4	3	17	4	5	5	5	19	4	3	4	4	15	4	4	4	4	16
7	3	3	3	3	12	3	4	4	3	14	3	3	4	4	14	3	3	4	3	13
8	5	3	5	3	16	4	4	5	4	17	5	5	4	5	19	5	4	4	5	18
9	4	4	4	4	16	4	4	4	3	15	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
10	4	4	4	5	17	4	4	5	4	17	4	5	4	5	18	4	5	4	5	18
11	5	5	5	5	20	4	4	5	5	18	4	4	4	5	17	4	5	5	5	19
12	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	3	4	15
13	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	5	4	17	4	4	4	5	17
14	3	3	4	4	14	4	3	4	4	15	4	4	4	4	16	3	4	4	4	15

15	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	5	4	17	4	4	4	5	17
16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
17	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	3	4	15	4	4	4	4	16
18	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	3	4	35	4	4	4	4	16
19	5	5	5	5	20	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20	4	4	4	4	16
20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
21	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	4	5	5	19
22	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
23	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
24	3	3	4	4	14	4	3	3	3	13	4	4	4	4	16	3	4	4	4	15
25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	3	4	17	4	4	3	4	15
26	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20
27	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
28	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
29	4	4	4	4	16	4	4	4	3	15	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
30	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	3	4	15
31	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16

32	5	5	5	5	20	5	4	4	4	17	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
33	5	5	5	5	20	5	4	5	3	17	4	4	4	3	15	3	4	4	3	14
34	4	4	4	4	16	5	4	5	4	18	4	4	4	4	16	5	4	4	4	17
35	4	4	4	4	16	5	4	4	4	17	4	4	4	4	16	5	4	4	4	17
36	4	3	4	3	14	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
37	4	4	4	4	16	5	4	4	4	17	4	4	4	4	16	4	5	4	4	17
38	4	4	5	4	17	4	4	4	3	15	5	5	4	5	19	4	4	5	4	17
39	4	5	4	4	17	5	4	5	3	17	5	4	4	5	18	4	5	4	5	18
40	4	4	5	4	17	5	4	4	3	16	5	5	5	4	19	5	4	5	4	18
41	4	4	5	4	17	4	4	5	3	16	5	5	4	5	19	5	4	5	4	18
42	4	4	4	5	17	4	4	5	4	17	5	5	4	5	19	4	4	5	4	17
43	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
44	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	5	4	4	5	18	5	5	4	4	18
45	4	4	3	3	14	3	2	4	3	12	3	2	3	4	12	3	3	3	4	13
46	3	3	4	3	13	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	3	4	4	15
47	4	4	4	4	16	4	3	4	3	14	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
48	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16

49	4	4	4	4	16	4	5	5	4	18	4	4	4	4	16	4	5	4	4	17
50	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
51	5	5	5	5	20	4	4	5	4	17	4	4	4	4	16	5	4	4	4	17
52	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
53	5	5	5	5	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
54	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
55	4	3	5	3	15	5	4	4	5	18	4	5	4	5	18	5	4	4	5	18
56	4	4	3	4	15	4	5	4	4	17	4	3	4	3	14	4	3	4	3	14
57	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	5	5	5	19	4	4	4	5	17
58	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	5	5	4	4	18
59	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
60	5	5	5	4	19	4	5	4	4	17	4	4	5	4	17	4	4	5	4	17
61	5	5	5	4	19	4	4	4	4	16	3	3	3	3	12	4	3	3	3	13
62	5	5	5	4	19	4	5	4	4	17	4	4	5	4	17	4	4	5	4	17
63	4	4	4	3	15	3	4	4	4	15	3	4	4	4	15	4	3	3	3	13
64	4	5	5	5	19	3	4	4	4	15	5	5	4	3	17	4	3	3	3	13
65	4	4	5	4	17	4	4	4	4	16	4	4	3	4	15	4	4	3	3	14

66	3	3	4	3	13	4	4	3	4	15	4	4	4	4	16	4	3	4	5	16
67	4	5	3	5	17	5	5	4	5	19	3	4	4	5	16	5	4	5	4	18
68	4	4	4	4	16	4	4	5	4	17	5	4	5	5	19	5	5	5	4	19
69	4	4	5	5	18	5	4	5	5	19	4	4	4	5	17	5	4	4	4	17
70	4	3	4	3	14	3	4	4	4	15	4	4	4	4	16	3	3	4	4	14
71	4	5	5	5	19	4	4	4	4	16	4	5	4	5	18	4	4	4	4	16
72	4	4	4	5	17	4	3	4	3	14	4	4	2	4	14	4	4	4	4	16
73	3	4	4	3	14	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
74	4	4	4	4	16	4	4	4	3	15	4	4	4	4	16	4	5	4	5	18
75	5	4	3	4	16	5	4	5	4	18	4	4	5	4	17	4	4	5	4	17
76	4	4	4	4	16	4	4	5	3	16	4	5	5	5	19	5	4	5	3	17
77	4	4	4	4	16	4	3	4	4	15	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
78	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
79	5	5	4	4	18	4	4	5	4	17	4	4	3	4	15	4	4	4	4	16
80	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
81	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
82	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	5	17	5	4	5	4	18

83	3	4	4	4	15	3	3	3	3	12	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
84	3	4	5	4	16	5	4	4	4	17	4	4	5	4	17	5	4	5	5	19
85	5	5	5	4	19	4	4	5	4	17	4	4	4	4	16	3	4	4	4	15
86	3	4	4	3	14	4	4	4	4	16	4	5	5	4	18	4	5	4	5	18
87	4	4	4	4	16	3	3	3	3	12	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
88	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	5	5	5	19
89	4	4	5	5	18	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20	4	5	5	4	18
90	4	4	4	3	15	4	4	4	3	15	4	4	3	4	15	3	3	3	3	12
91	4	4	5	4	17	4	4	5	4	17	4	3	4	5	16	4	3	4	4	15
92	5	4	4	4	17	4	4	5	4	17	4	4	4	5	17	4	5	4	4	17
93	5	5	5	5	20	4	5	5	5	19	4	4	4	4	16	4	4	4	5	17
94	4	4	4	4	16	5	5	4	4	18	4	4	5	4	17	4	4	4	5	17
95	5	5	5	5	20	4	5	4	5	18	5	5	4	5	19	5	5	4	4	18
96	2	2	1	2	7	2	2	2	2	8	1	2	4	1	8	1	1	1	1	4
97	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	5	5	4	4	18	4	4	4	4	16
98	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	5	4	17	4	4	4	4	16
99	4	4	4	4	16	5	5	5	4	19	5	5	5	5	20	5	4	5	4	18

100	4	4	3	3	14	4	4	4	4	16	4	3	4	4	15	4	4	4	4	16
101	4	4	4	4	16	3	3	4	3	13	4	5	3	3	15	4	3	4	4	15
102	5	5	5	4	19	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
103	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	5	17	4	5	5	5	19
104	4	4	3	4	15	4	4	4	4	16	5	4	4	4	17	5	5	4	4	18
105	4	5	4	4	17	4	5	4	4	17	4	4	4	4	16	5	4	4	4	17
106	4	5	5	4	18	4	4	4	4	16	4	4	5	5	18	4	3	4	4	15
107	4	5	4	4	17	4	4	5	4	17	4	5	4	4	17	4	3	4	5	16
108	5	5	4	4	18	4	4	4	5	17	4	4	5	5	18	4	3	4	4	15
109	4	5	4	4	17	4	4	5	4	17	4	4	4	5	17	4	5	4	4	17
110	4	4	4	4	16	5	4	5	4	18	4	4	5	5	18	3	4	4	4	15
111	5	4	4	4	17	5	5	4	4	18	4	5	5	4	18	4	4	4	4	16
112	3	4	4	4	15	3	4	4	4	15	4	5	5	4	18	5	4	5	4	18
113	5	4	4	4	17	3	4	5	5	17	4	3	4	4	15	4	4	4	4	16
114	4	4	4	5	17	4	4	4	5	17	4	4	3	4	15	5	4	4	4	17
115	4	5	4	4	17	4	5	4	4	17	4	4	4	4	16	5	4	4	4	17

Kualitas Produk (X2)																		
N0	Ketahanan (Durability) (X2.5)				Keandalan (Reability) (X2.6)				Kemudahan Perbaikan (Repairability) (X2.7)				Desain (design) (X2.8)				Total X2	
	Item 1	Item 2	Item 3	\sum X2.5	Item 1	Item 2	Item 3	\sum X2.6	Item 1	Item 2	Item 3	\sum X2.7	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4		\sum X1.8
1	2	4	1	7	5	4	4	13	5	4	4	13	4	4	3	4	15	108
2	3	4	5	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	16	117
3	4	4	3	11	3	4	4	11	4	4	4	12	2	3	3	2	10	99
4	4	2	4	10	4	5	4	13	5	5	4	14	5	5	4	4	18	127
5	4	4	4	12	4	4	4	12	5	5	4	14	4	4	4	4	16	115
6	4	4	3	11	3	4	3	10	4	4	4	12	3	4	4	4	15	115
7	4	5	3	12	3	3	3	9	5	5	5	15	4	4	4	4	16	105
8	4	4	4	12	5	5	5	15	3	3	3	9	5	5	5	5	20	126
9	4	4	4	12	3	4	4	11	3	3	3	9	4	4	4	3	15	110
10	4	5	4	13	4	5	4	13	4	4	4	12	4	5	4	5	18	126
11	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	4	14	5	5	5	5	20	138
12	4	4	4	12	5	5	4	14	4	4	4	12	4	4	4	5	17	118

13	4	4	5	13	4	5	4	13	5	5	4	14	4	4	4	4	16	122
14	4	4	4	12	4	4	4	12	3	4	4	11	4	3	4	4	15	110
15	4	4	5	13	4	5	4	13	4	4	4	12	4	4	4	4	16	120
16	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	3	4	4	15	115
17	4	3	4	11	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	16	114
18	4	3	4	11	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	16	134
19	2	2	2	6	4	5	5	14	5	5	5	15	5	5	5	4	19	126
20	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	4	16	115
21	5	4	5	14	4	5	5	14	4	4	4	12	5	5	5	4	19	138
22	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	16	116
23	4	4	4	12	4	4	4	12	3	2	3	8	4	4	4	4	16	112
24	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	5	13	4	3	4	4	15	110
25	4	5	5	14	5	5	5	15	3	4	4	11	5	5	5	5	20	132
26	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	5	5	5	4	19	122
27	4	4	4	12	5	5	5	15	3	5	4	12	5	5	5	4	19	122
28	4	4	3	11	4	4	4	12	5	3	4	12	3	3	3	3	12	103

29	4	4	4	12	4	4	4	12	5	4	4	13	4	4	4	4	16	116
30	4	4	4	12	5	5	4	14	4	5	4	13	4	4	4	5	17	119
31	4	4	4	12	4	4	4	12	2	4	4	10	4	4	4	4	16	114
32	4	4	5	13	4	4	5	13	4	5	4	13	5	5	5	5	20	128
33	3	3	3	9	4	3	4	11	2	4	4	10	4	4	4	3	15	111
34	4	4	4	12	4	4	4	12	5	3	3	11	5	5	5	4	19	121
35	4	4	4	12	4	4	4	12	5	4	4	13	5	5	5	4	19	122
36	2	3	3	8	3	3	3	9	4	4	4	12	4	4	3	3	14	93
37	4	4	4	12	5	5	5	15	4	4	4	12	4	4	4	4	16	121
38	3	4	4	11	5	5	4	14	4	4	4	12	4	4	5	5	18	123
39	3	4	4	11	5	5	4	14	4	4	4	12	5	4	5	5	19	126
40	3	5	4	12	5	4	5	14	4	4	4	12	4	4	5	4	17	125
41	3	4	5	12	4	5	5	14	5	5	5	15	4	4	5	4	17	128
42	3	4	4	11	5	5	4	14	3	3	3	9	4	4	4	4	16	120
43	4	4	4	12	4	4	4	12	4	3	3	10	4	4	4	4	16	114
44	4	4	4	12	5	5	5	15	4	4	4	12	4	4	4	4	16	123

45	4	4	4	12	2	4	4	10	5	5	5	15	3	4	3	4	14	102
46	4	3	3	10	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	16	110
47	4	4	4	12	4	4	4	12	5	5	5	15	4	3	4	4	15	116
48	4	4	4	12	4	4	4	12	5	4	4	13	4	4	4	4	16	117
49	5	4	4	13	4	4	4	12	5	4	4	13	5	5	5	4	19	124
50	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	5	4	5	18	126
51	5	4	4	13	4	4	5	13	4	4	4	12	4	4	4	4	16	124
52	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	5	4	5	18	126
53	5	5	5	15	4	4	4	12	4	5	5	14	4	4	4	4	16	125
54	4	4	4	12	4	4	4	12	5	4	5	14	4	4	4	4	16	118
55	3	4	4	11	5	5	5	15	4	4	4	12	5	4	4	4	17	124
56	5	4	5	14	4	3	2	9	4	4	4	12	4	5	4	5	18	113
57	4	4	4	12	4	4	4	12	2	2	2	6	4	4	4	4	16	114
58	4	4	4	12	3	4	4	11	5	5	5	15	3	3	3	3	12	116
59	4	4	4	12	4	4	4	12	4	3	4	11	4	4	4	4	16	115
60	4	5	4	13	4	5	4	13	4	3	4	11	5	5	4	5	19	126

61	4	3	3	10	2	3	3	8	4	4	4	12	4	4	4	4	16	106
62	4	5	4	13	4	5	4	13	4	4	4	12	5	5	4	5	19	127
63	4	3	3	10	2	3	3	8	4	4	4	12	4	4	4	4	16	104
64	4	4	4	12	3	3	4	10	4	4	4	12	3	4	4	3	14	112
65	4	4	5	13	4	3	4	11	4	5	4	13	4	4	4	4	16	115
66	4	4	5	13	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	5	17	114
67	5	4	5	14	5	4	4	13	4	5	4	13	4	5	5	5	19	129
68	4	5	5	14	4	5	5	14	5	4	4	13	4	5	5	5	19	131
69	5	5	4	14	5	5	4	14	4	4	4	12	4	5	5	4	18	129
70	3	4	4	11	4	4	4	12	3	2	3	8	4	4	4	4	16	106
71	4	4	4	12	4	5	5	14	5	5	5	15	4	4	4	4	16	126
72	3	3	4	10	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	3	15	109
73	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	4	3	4	4	15	112
74	4	4	5	13	4	5	4	13	4	4	4	12	4	4	5	4	17	120
75	4	5	4	13	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	5	17	122
76	5	4	5	14	3	3	4	10	4	4	4	12	2	4	5	4	15	119

77	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	16	115
78	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	16	116
79	4	5	5	14	4	4	5	13	4	4	4	12	4	5	4	5	18	123
80	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	16	116
81	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	5	13	4	4	4	4	16	117
82	5	4	5	14	5	4	5	14	5	3	4	12	5	4	5	4	18	125
83	4	4	4	12	4	4	4	12	5	5	4	14	4	4	4	4	16	113
84	5	4	5	14	3	4	4	11	4	4	4	12	4	4	5	4	17	123
85	5	4	4	13	4	4	4	12	3	3	4	10	5	5	5	4	19	121
86	4	5	4	13	4	4	4	12	3	3	3	9	4	4	5	5	18	118
87	3	3	3	9	3	4	4	11	4	4	4	12	4	4	4	3	15	107
88	4	4	4	12	4	4	4	12	3	3	3	9	4	4	4	4	16	116
89	5	5	5	15	4	5	5	14	3	3	3	9	4	4	4	4	16	126
90	3	4	4	11	4	3	4	11	3	3	3	9	4	4	4	4	16	104
91	5	4	4	13	5	5	4	14	3	3	3	9	3	4	4	4	15	116
92	4	4	4	12	4	4	4	12	3	3	3	9	4	4	4	4	16	117

93	5	4	5	14	5	4	5	14	3	3	3	9	4	4	4	4	16	125
94	5	4	5	14	5	5	4	14	3	3	3	9	5	5	5	4	19	124
95	4	5	5	14	5	4	4	13	4	4	4	12	5	5	5	5	20	134
96	1	3	5	9	3	1	2	6	2	3	2	7	3	3	3	5	14	63
97	4	4	4	12	5	5	5	15	2	3	2	7	5	4	4	4	17	117
98	4	4	4	12	3	4	4	11	3	3	3	9	4	4	4	4	16	113
99	5	5	5	15	5	4	4	13	4	3	4	11	4	4	4	4	16	128
100	3	4	4	11	4	4	4	12	3	3	3	9	3	3	3	4	13	106
101	3	4	3	10	3	4	4	11	4	4	4	12	4	4	4	4	16	108
102	5	4	4	13	4	4	4	12	3	3	3	9	5	5	5	5	20	121
103	5	5	5	15	5	5	5	15	4	3	4	11	4	3	4	4	15	124
104	4	4	4	12	5	4	4	13	5	5	4	14	5	4	4	4	17	122
105	4	4	4	12	4	4	5	13	4	3	4	11	4	4	5	4	17	120
106	4	5	4	13	4	4	5	13	5	5	5	15	4	5	4	4	17	125
107	4	4	4	12	4	4	5	13	5	5	4	14	4	3	4	4	15	121
108	4	4	4	12	5	4	5	14	4	4	4	12	4	4	4	4	16	122

109	5	5	4	14	4	4	4	12	5	5	5	15	4	4	4	4	16	125
110	4	5	5	14	4	4	4	12	4	4	5	13	4	4	4	5	17	123
111	4	4	4	12	5	4	4	13	5	3	4	12	4	5	4	4	17	123
112	4	4	5	13	5	5	5	15	4	5	4	13	4	4	5	4	17	124
113	5	4	4	13	3	4	4	11	4	4	4	12	5	3	4	4	16	117
114	4	4	5	13	4	5	4	13	4	4	4	12	4	4	5	4	17	121
115	4	4	4	12	4	4	5	13	5	4	4	13	4	4	5	4	17	122

Tabulasi Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Kepuasan Konsumen (Y)														
No	Terpenuhnya Harapan Konsumen (Y1.1)					Sikap atau keinginan menggunakan produk (Y1.2)				Merekomendasikan Kepada Pihak Lain (Y1.3)				
	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Σ Y1.1	Item 1	Item 2	Item 3	Σ Y1.2	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Σ Y1.3
1	4	5	4	4	17	4	4	5	13	4	3	4	4	15
2	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16
3	3	3	3	3	12	4	5	5	14	4	4	4	4	16
4	5	5	5	5	20	4	4	4	12	5	5	5	5	20
5	5	5	5	5	20	4	4	4	12	4	4	3	3	14
6	3	4	3	4	14	4	5	3	12	5	4	5	5	19
7	3	3	4	4	14	5	4	4	13	4	4	4	4	16
8	4	5	4	5	18	5	1	2	8	5	5	5	5	20
9	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16
10	4	4	5	4	17	4	4	5	13	4	5	5	4	18
11	4	4	5	5	18	4	5	5	14	5	5	4	4	18
12	4	4	4	5	17	4	3	4	11	4	4	3	4	15
13	4	4	4	4	16	4	4	5	13	5	5	4	4	18
14	3	3	4	4	14	4	4	4	12	4	4	4	4	16

15	4	4	4	4	16	4	4	5	13	5	5	4	4	18
16	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16
17	4	4	4	4	16	4	4	3	11	4	4	4	4	16
18	4	4	4	4	16	4	3	4	11	4	4	4	4	16
19	5	5	4	4	18	4	4	5	13	4	4	4	4	16
20	5	5	4	4	18	4	4	5	13	4	4	4	4	16
21	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16
22	4	4	4	4	16	5	4	5	14	5	5	5	5	20
23	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16
24	3	3	4	4	14	4	4	4	12	4	4	4	4	16
25	5	5	3	4	17	5	4	5	14	5	5	5	5	20
26	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16
27	4	4	4	4	16	4	4	4	12	5	5	4	5	19
28	5	5	5	4	19	4	4	4	12	4	4	4	4	16
29	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16
30	4	4	4	5	17	4	3	4	11	4	4	3	4	15
31	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16
32	5	5	5	5	20	4	4	4	12	4	4	5	5	18

33	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16
34	4	4	4	5	17	5	5	4	14	4	5	5	5	19
35	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16
36	3	3	3	3	12	3	3	3	9	4	3	3	3	13
37	5	5	5	4	19	4	4	4	12	5	5	5	4	19
38	4	5	4	5	18	4	4	5	13	5	4	4	4	17
39	5	4	5	5	19	5	4	5	14	4	5	4	5	18
40	5	4	5	4	18	5	4	5	14	4	5	4	5	18
41	4	5	5	4	18	5	4	4	13	5	4	5	4	18
42	4	4	5	5	18	4	4	5	13	5	5	5	5	20
43	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16
44	5	5	5	5	20	5	3	5	13	5	5	5	5	20
45	3	3	2	2	10	3	3	4	10	3	3	3	4	29
46	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16
47	4	4	4	5	17	4	4	4	12	4	4	4	4	16
48	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16
49	5	5	5	4	19	4	4	4	12	4	4	4	4	16
50	4	5	5	4	18	4	4	4	12	5	4	4	4	17

51	4	5	4	4	17	4	4	4	12	5	5	5	4	19
52	5	5	5	5	20	4	4	4	12	4	4	4	4	16
53	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16
54	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16
55	3	4	4	4	15	3	4	4	11	5	4	4	4	17
56	5	4	3	5	17	5	3	5	13	5	4	3	5	17
57	4	4	4	4	16	5	5	5	15	4	4	4	4	16
58	3	4	3	3	13	4	3	3	10	3	3	3	3	12
59	3	4	4	3	14	3	3	4	10	4	4	4	4	16
60	5	4	4	5	18	4	4	5	13	5	4	5	4	18
61	4	4	4	3	15	4	4	4	12	4	3	4	4	15
62	5	4	4	5	18	4	4	5	13	5	4	5	4	18
63	4	4	4	3	15	4	4	4	12	4	3	4	4	15
64	4	4	4	4	16	5	3	4	12	4	4	4	4	16
65	4	3	4	3	14	4	4	4	12	4	5	5	4	18
66	3	4	4	4	15	4	4	4	12	3	4	3	4	14
67	5	4	4	5	18	4	3	5	12	5	3	4	5	17
68	4	4	3	4	15	4	4	5	13	4	4	4	5	17

69	4	4	4	4	16	5	5	4	14	4	4	5	4	17
70	4	4	4	3	15	4	3	3	10	3	3	3	4	13
71	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16
72	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16
73	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16
74	4	5	4	4	17	5	4	4	13	4	5	4	4	17
75	4	5	4	4	17	4	4	4	12	4	5	4	5	18
76	3	5	4	5	17	5	4	3	12	2	5	5	4	16
77	4	5	4	4	17	4	4	4	12	4	4	4	4	16
78	4	4	4	4	16	3	4	4	11	4	4	4	4	16
79	4	4	4	4	16	3	3	4	10	3	4	4	4	15
80	5	5	5	5	20	4	4	4	12	5	4	5	4	18
81	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16
82	5	5	5	5	20	4	4	4	12	5	5	5	4	19
83	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16
84	4	5	5	4	18	4	5	5	14	5	5	4	4	18
85	3	3	4	3	13	4	3	4	11	3	3	3	4	13
86	4	4	4	5	17	4	4	4	12	4	4	5	4	17

87	3	4	4	4	15	4	4	4	12	4	4	4	4	16
88	4	4	4	4	16	4	4	5	13	4	4	4	4	16
89	4	4	4	5	17	4	4	4	12	5	5	4	5	19
90	4	4	4	4	16	3	3	4	10	4	3	4	3	14
91	4	4	3	4	15	4	5	5	14	5	5	5	4	19
92	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	5	4	4	17
93	4	4	4	5	17	4	5	4	13	4	4	4	5	17
94	4	4	4	5	17	4	4	5	13	4	4	4	4	16
95	4	5	4	5	18	4	5	5	14	5	5	5	5	20
96	2	1	2	3	8	2	1	1	4	1	1	1	2	5
97	5	4	4	5	18	4	4	5	13	4	4	4	5	17
98	4	4	4	4	16	4	4	5	13	4	4	4	4	16
99	5	5	5	4	19	4	4	4	12	5	4	5	5	19
100	3	3	3	3	12	4	4	4	12	4	4	4	4	16
101	4	4	4	3	15	3	3	4	10	4	4	4	4	16
102	4	5	4	4	17	4	4	4	12	4	4	4	4	16
103	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16
104	4	4	5	5	18	4	4	5	13	4	4	5	4	17

105	4	5	4	4	17	5	5	4	14	4	4	4	3	15
106	4	5	4	4	17	5	4	4	13	5	4	4	4	17
107	4	4	5	5	18	4	4	5	13	4	4	4	5	17
108	5	4	4	4	17	5	4	4	13	4	4	5	4	17
109	4	4	5	4	17	5	4	4	13	5	4	4	4	17
110	4	4	5	4	17	4	4	5	13	4	4	5	4	17
111	4	4	5	4	17	5	4	4	13	5	4	4	4	17
112	4	5	4	4	17	4	5	4	13	4	4	4	5	17
113	4	5	4	4	17	4	4	5	13	4	3	4	4	15
114	4	3	4	4	15	5	4	4	13	5	4	4	5	18
115	4	5	4	4	17	5	5	4	14	4	4	4	3	15

Kepuasan Konsumen (Y)																
No	Kualitas Layanan (Y1.4)					Reputasi yang baik (Y1.5)					Lokasi (Y1.6)					Total Y
	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Σ Y1.4	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Σ Y1.5	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Σ Y1.6	
1	4	4	3	4	15	5	4	3	4	16	5	5	4	5	19	51
2	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	50
3	4	4	4	3	15	2	3	4	4	13	4	4	4	4	16	47
4	5	4	4	4	17	5	5	5	5	20	4	4	4	4	16	57
5	4	3	3	4	14	4	3	3	4	14	3	3	3	3	12	45
6	4	4	5	5	18	4	4	5	5	18	4	5	4	3	16	58
7	4	4	4	4	16	5	3	5	5	18	5	5	5	5	20	61
8	5	4	4	4	17	3	5	5	5	18	4	4	4	4	16	59
9	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	57
10	5	4	4	4	17	4	4	4	5	17	4	4	5	4	17	61
11	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	71
12	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	3	3	4	3	13	57
13	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	61
14	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	62
15	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	63

16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	3	4	4	15	63
17	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	65
18	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	66
19	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	79
20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	80
21	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	3	4	4	4	15	68
22	5	4	4	4	17	5	5	5	5	20	4	4	5	5	18	77
23	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	71
24	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	72
25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	4	4	5	18	83
26	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	74
27	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20	5	4	4	4	17	80
28	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	76
29	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	77
30	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	3	3	4	3	13	75
31	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	79
32	5	4	5	4	18	5	5	5	5	20	4	5	5	5	19	89
33	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	81

34	4	4	4	4	16	5	4	4	5	18	5	5	5	5	20	88
35	4	4	5	5	18	5	5	5	5	20	5	5	4	4	18	91
36	3	3	3	3	12	4	3	3	3	13	3	3	3	4	13	74
37	5	5	4	4	18	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	87
38	4	4	5	5	18	5	4	5	4	18	4	4	4	5	17	91
39	5	5	4	4	18	5	4	5	4	18	4	4	5	4	17	92
40	4	4	5	4	17	5	4	5	5	19	4	4	5	5	18	94
41	5	4	5	4	18	5	4	5	5	19	4	4	5	4	17	95
42	4	5	4	4	17	5	5	5	5	20	4	4	4	5	17	96
43	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	91
44	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	104
45	4	3	4	4	15	4	3	3	3	13	4	4	3	4	15	88
46	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	94
47	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	95
48	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	96
49	5	5	4	4	18	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	99
50	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	106
51	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20	4	4	4	5	17	104

52	4	4	4	4	16	4	5	5	4	18	4	4	4	4	16	102
53	5	4	4	4	17	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	102
54	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	102
55	4	4	4	5	17	3	4	4	5	16	5	5	5	5	20	108
56	4	5	4	5	18	4	5	5	5	19	4	4	3	5	16	109
57	5	5	5	5	20	4	4	4	5	17	4	4	4	5	17	111
58	4	3	3	4	14	3	3	3	3	12	3	3	4	3	13	97
59	4	4	4	3	15	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20	110
60	4	5	4	5	18	5	4	5	5	19	5	4	5	4	18	115
61	4	4	3	4	15	4	4	3	4	15	4	4	4	4	16	107
62	4	5	4	5	18	5	4	5	5	19	5	4	5	4	18	117
63	4	4	3	4	15	4	4	3	4	15	4	4	4	4	16	109
64	3	3	4	5	15	4	3	4	4	15	4	4	4	4	16	110
65	5	4	4	4	17	4	4	4	5	17	4	4	4	4	16	115
66	4	4	4	3	15	4	4	4	3	15	4	4	4	4	16	112
67	4	3	3	3	13	5	5	4	4	18	3	4	4	5	16	114
68	4	4	3	4	15	4	4	5	4	17	4	4	4	4	16	116
69	4	4	5	5	18	4	5	4	5	18	4	4	4	4	16	121

70	4	4	4	4	16	4	4	4	3	15	4	4	4	4	16	117
71	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	119
72	4	4	4	4	16	4	4	4	5	17	4	4	4	4	16	121
73	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	121
74	4	4	4	5	17	4	4	4	4	16	4	4	5	4	17	124
75	4	4	5	5	18	4	4	5	5	18	4	3	4	4	15	126
76	5	4	3	3	15	4	4	3	3	14	3	3	4	3	13	118
77	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	125
78	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	126
79	4	4	4	4	16	5	5	5	4	19	4	4	4	5	17	131
80	5	5	4	4	18	5	5	5	4	19	4	5	4	5	18	135
81	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	129
82	5	5	4	4	18	4	4	4	4	16	5	4	4	4	17	133
83	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	3	3	4	3	13	128
84	3	4	5	3	15	4	4	5	5	18	4	5	5	4	18	135
85	5	4	5	4	18	5	4	4	4	17	5	4	4	5	18	138
86	4	5	4	4	17	4	4	4	5	17	4	4	5	4	17	137
87	4	3	3	3	13	3	3	4	4	14	4	3	4	4	15	129

88	4	4	4	4	16	5	4	5	4	18	5	4	4	4	17	139
89	4	4	4	5	17	5	5	5	4	19	4	4	4	5	17	142
90	4	4	4	4	16	3	4	4	4	15	4	4	4	4	16	137
91	4	4	5	5	18	4	5	4	5	18	4	4	4	4	16	143
92	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	5	4	4	4	17	141
93	5	4	4	5	18	5	5	5	5	20	5	5	5	4	19	150
94	5	5	5	4	19	5	5	4	4	18	4	4	4	4	16	147
95	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	155
96	3	3	3	2	11	2	3	3	3	11	4	4	2	4	14	132
97	4	4	5	4	17	4	4	4	5	17	4	4	4	4	16	147
98	4	4	4	5	17	5	4	4	5	18	4	4	4	4	16	149
99	4	4	4	4	16	5	5	5	4	19	4	4	5	5	18	152
100	4	3	4	4	15	4	4	3	4	15	4	4	4	4	16	146
101	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	149
102	4	4	4	4	16	5	4	4	4	17	4	5	4	5	18	153
103	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	163
104	4	4	5	4	17	5	4	4	5	18	4	4	4	4	16	155
105	4	5	4	4	17	4	4	4	5	17	4	4	4	4	16	155

106	4	4	4	5	17	4	4	3	4	15	4	4	4	4	16	154
107	4	4	4	5	17	4	4	4	5	17	4	4	4	4	16	157
108	4	4	5	4	17	4	4	4	4	16	5	4	4	4	17	158
109	4	4	4	5	17	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	158
110	4	5	4	5	18	4	4	4	5	17	4	4	4	4	16	161
111	5	4	4	4	17	5	4	4	4	17	4	4	4	4	16	161
112	4	4	4	5	17	3	4	3	4	14	4	4	4	4	16	159
113	4	3	4	4	15	4	4	4	4	16	3	3	4	4	14	158
114	4	4	5	5	18	4	4	4	3	15	4	4	4	4	16	163
115	4	5	4	4	17	4	4	4	5	17	4	4	4	4	16	165

Lampiran 9

Tabel Rekapitulasi Total Skor Jawaban Responden

Nama	Total X1	Total X2	Total Y
Resep_1	77	108	95
Resep_2	86	117	92
Resep_3	67	99	86
Resep_4	88	127	105
Resep_5	77	115	86
Resep_6	36	115	97
Resep_7	93	105	97
Resep_8	86	126	97
Resep_9	71	110	92
Resep_10	88	126	99
Resep_11	82	138	110
Resep_12	79	118	88
Resep_13	75	122	95
Resep_14	78	110	90
Resep_15	75	120	95
Resep_16	81	115	91
Resep_17	79	114	91
Resep_18	79	134	91
Resep_19	88	126	107
Resep_20	88	115	107
Resep_21	81	138	91
Resep_22	90	116	105
Resep_23	90	112	92
Resep_24	78	110	90
Resep_25	83	132	109

Resep_26	88	122	92
Resep_27	89	122	100
Resep_28	74	103	95
Resep_29	75	116	92
Resep_30	79	119	88
Resep_31	85	114	92
Resep_32	92	128	107
Resep_33	83	111	92
Resep_34	79	121	104
Resep_35	88	122	100
Resep_36	67	93	72
Resep_37	86	121	100
Resep_38	86	123	101
Resep_39	93	126	104
Resep_40	78	125	104
Resep_41	93	128	103
Resep_42	81	120	105
Resep_43	79	114	92
Resep_44	93	123	113
Resep_45	70	102	92
Resep_46	80	110	92
Resep_47	82	116	93
Resep_48	82	117	92
Resep_49	89	124	97
Resep_50	91	126	103
Resep_51	88	124	101
Resep_52	91	126	98
Resep_53	87	125	93
Resep_54	90	118	92

Resep_55	83	124	96
Resep_56	91	113	100
Resep_57	80	114	101
Resep_58	87	116	74
Resep_59	79	115	91
Resep_60	86	126	104
Resep_61	73	106	88
Resep_62	86	127	104
Resep_63	67	104	88
Resep_64	79	112	90
Resep_65	90	115	94
Resep_66	86	114	87
Resep_67	81	129	94
Resep_68	82	131	93
Resep_69	85	129	99
Resep_70	80	106	85
Resep_71	88	126	92
Resep_72	81	109	93
Resep_73	82	111	92
Resep_74	85	120	97
Resep_75	87	122	98
Resep_76	83	119	87
Resep_77	90	115	93
Resep_78	85	116	91
Resep_79	91	123	93
Resep_80	89	116	105
Resep_81	84	117	92
Resep_82	98	125	102
Resep_83	91	113	89

Resep_84	82	123	101
Resep_85	83	121	90
Resep_86	90	118	97
Resep_87	69	107	85
Resep_88	83	116	96
Resep_89	95	126	101
Resep_90	72	104	87
Resep_91	83	116	100
Resep_92	74	117	94
Resep_93	92	125	104
Resep_94	91	124	99
Resep_95	91	134	112
Resep_96	55	63	53
Resep_97	85	117	98
Resep_98	82	113	96
Resep_99	89	128	103
Resep_100	77	106	86
Resep_101	73	108	89
Resep_102	87	121	96
Resep_103	83	124	104
Resep_104	82	122	99
Resep_105	88	120	96
Resep_106	91	125	95
Resep_107	87	121	98
Resep_108	91	122	97
Resep_109	87	125	96
Resep_110	87	123	98
Resep_111	89	123	97
Resep_112	85	124	94

Resep_113	85	117	90
Resep_114	90	121	95
Resep_115	88	122	96

**Lampiran 10 Tabel Frekuensi
Variabel Harga (X1)**

Indikator Harga yang Ditetapkan (X1.1)

Harga yang ditetapkan sesuai dengan harapan konsumen.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	5	4,3	4,3	4,3
	3,00	26	22,6	22,6	27,0
	4,00	65	56,5	56,5	83,5
	5,00	19	16,5	16,5	100,0
	Total	115	100,0	100,0	

Penetapan harga produk Herbalife sudah sesuai dengan harga jual.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	1	,9	,9	,9
	3,00	15	13,0	13,0	13,9
	4,00	84	73,0	73,0	87,0
	5,00	15	13,0	13,0	100,0
	Total	115	100,0	100,0	

Harga yang ditetapkan tidak menjadi masalah bagi konsumen.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	6	5,2	5,2	5,2
	3,00	35	30,4	30,4	35,7
	4,00	59	51,3	51,3	87,0
	5,00	15	13,0	13,0	100,0
	Total	115	100,0	100,0	

Indikator Keterjangkauan Harga (X1.2)

Harga Herbalife terjangkau.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	,9	,9	,9
	2,00	5	4,3	4,3	5,2
	3,00	38	33,0	33,0	38,3
	4,00	55	47,8	47,8	86,1
	5,00	16	13,9	13,9	100,0
Total		115	100,0	100,0	

Berminat dengan keterjangkauan harga Herbalife.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	6	5,2	5,2	5,2
	3,00	22	19,1	19,1	24,3
	4,00	72	62,6	62,6	87,0
	5,00	15	13,0	13,0	100,0
Total		115	100,0	100,0	

Jika harga terjangkau konsumen merasa puas.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,00	7	6,1	6,1	6,1
	4,00	72	62,6	62,6	68,7
	5,00	36	31,3	31,3	100,0
Total		115	100,0	100,0	

Keterjangkauan harga membuat konsumen berlangganan.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	2	1,7	1,7	1,7
	3,00	12	10,4	10,4	12,2
	4,00	71	61,7	61,7	73,9
	5,00	30	26,1	26,1	100,0
Total		115	100,0	100,0	

Indikator Kesesuaian Harga dengan Kualitas (X1.3)

Harga sudah sesuai dengan kualitas.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	2	1,7	1,7	1,7
	3,00	6	5,2	5,2	7,0
	4,00	75	65,2	65,2	72,2
	5,00	32	27,8	27,8	100,0
	Total	115	100,0	100,0	

Kualitas dan Harga sudah Maksimal.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	,9	,9	,9
	2,00	2	1,7	1,7	2,6
	3,00	13	11,3	11,3	13,9
	4,00	79	68,7	68,7	82,6
	5,00	20	17,4	17,4	100,0
	Total	115	100,0	100,0	

Puas dengan harga dan kualitas yang diberikan.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	,9	,9	,9
	2,00	1	,9	,9	1,7
	3,00	17	14,8	14,8	16,5
	4,00	72	62,6	62,6	79,1
	5,00	24	20,9	20,9	100,0
	Total	115	100,0	100,0	

Kualitas dan harga sudah sesuai dengan harapan.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	,9	,9	,9
	2,00	3	2,6	2,6	3,5
	3,00	27	23,5	23,5	27,0
	4,00	70	60,9	60,9	87,8
	5,00	14	12,2	12,2	100,0
	Total	115	100,0	100,0	

Indikator (X1.4) Daya Saing Harga

Harga produk Herbalife lebih mahal dari produk pesaing lain.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	5	4,3	4,3	4,3
	3,00	30	26,1	26,1	30,4
	4,00	69	60,0	60,0	90,4
	5,00	11	9,6	9,6	100,0
	Total	115	100,0	100,0	

Persaingan harga produk sejenis herbalife lebih murah.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	,9	,9	,9
	2,00	9	7,8	7,8	8,7
	3,00	27	23,5	23,5	32,2
	4,00	63	54,8	54,8	87,0
	5,00	15	13,0	13,0	100,0
	Total	115	100,0	100,0	

Produk pesaing Herbalife memiliki harga tidak konsisten.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	4	3,5	3,5	3,5
	2,00	7	6,1	6,1	9,6
	3,00	31	27,0	27,0	36,5
	4,00	63	54,8	54,8	91,3
	5,00	10	8,7	8,7	100,0
	Total	115	100,0	100,0	

Indikator (X1.5) Potongan Harga

Herbalife mengadakan diskon.					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	,9	,9	,9
	2,00	1	,9	,9	1,7
	3,00	6	5,2	5,2	7,0
	4,00	62	53,9	53,9	60,9
	5,00	45	39,1	39,1	100,0
	Total		115	100,0	100,0

Konsumen tertarik dengan diskon produk Herbalife.					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,00	9	7,8	7,8	7,8
	4,00	66	57,4	57,4	65,2
	5,00	40	34,8	34,8	100,0
	Total		115	100,0	100,0

Jika berlangganan sebulan seharusnya ada potongan harga.					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,00	7	6,1	6,1	6,1
	4,00	64	55,7	55,7	61,7
	5,00	44	38,3	38,3	100,0
	Total		115	100,0	100,0

Potongan harga dapat menarik minat berlangganan konsumen.					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,00	2	1,7	1,7	1,7
	4,00	66	57,4	57,4	59,1
	5,00	47	40,9	40,9	100,0
	Total		115	100,0	100,0

Variabel Kualitas Produk (X2)
Indikator Bentuk (Form) (X2.1)

Bentuk kemasan produk Herbalife menarik

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	1	,9	,9	,9
	3,00	11	9,6	9,6	10,4
	4,00	77	67,0	67,0	77,4
	5,00	26	22,6	22,6	100,0
	Total	115	100,0	100,0	

Bentuk kemasan produk Herbalife praktis.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	1	,9	,9	,9
	3,00	10	8,7	8,7	9,6
	4,00	73	63,5	63,5	73,0
	5,00	31	27,0	27,0	100,0
	Total	115	100,0	100,0	

Bentuk kemasan memudahkan untuk digunakan.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	,9	,9	,9
	3,00	9	7,8	7,8	8,7
	4,00	74	64,3	64,3	73,0
	5,00	31	27,0	27,0	100,0
	Total	115	100,0	100,0	

Bentuk sudah sesuai dengan harapan konsumen.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	1	,9	,9	,9
	3,00	16	13,9	13,9	14,8
	4,00	76	66,1	66,1	80,9
	5,00	22	19,1	19,1	100,0
	Total	115	100,0	100,0	

Indikator Fitur (*Feature*) (X2.2)

Fitur pada produk Herbalife sudah sesuai keinginan konsumen.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	1	,9	,9	,9
	3,00	13	11,3	11,3	12,2
	4,00	81	70,4	70,4	82,6
	5,00	20	17,4	17,4	100,0
	Total	115	100,0	100,0	

Konsumen tertarik dengan fitur yang diberikan produk Herbalife.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	2	1,7	1,7	1,7
	3,00	12	10,4	10,4	12,2
	4,00	84	73,0	73,0	85,2
	5,00	17	14,8	14,8	100,0
	Total	115	100,0	100,0	

Fitur pada produk Herbalife memudahkan konsumen untuk mengenalnya.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	1	,9	,9	,9
	3,00	6	5,2	5,2	6,1
	4,00	79	68,7	68,7	74,8
	5,00	29	25,2	25,2	100,0
	Total	115	100,0	100,0	

Produk Herbalife yang direkomendasikan lebih banyak dari produk lain.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	,9	,9	,9
	2,00	1	,9	,9	1,7
	3,00	20	17,4	17,4	19,1
	4,00	79	68,7	68,7	87,8
	5,00	14	12,2	12,2	100,0
	Total	115	100,0	100,0	

Indikator Kualitas Kinerja (*Performance Quality*) (X2.3)

Kualitas dan Kinerja produk Herbalife sesuai dengan harapan.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	,9	,9	,9
	3,00	7	6,1	6,1	7,0
	4,00	89	77,4	77,4	84,3
	5,00	18	15,7	15,7	100,0
	Total	115	100,0	100,0	

Kualitas dan Kinerja Herbalife sudah maksimal.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	3	2,6	2,6	2,6
	3,00	8	7,0	7,0	9,6
	4,00	81	70,4	70,4	80,0
	5,00	23	20,0	20,0	100,0
	Total	115	100,0	100,0	

Kualitas dan Kinerja Herbalife berbeda dengan produk pesaing lain.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	1	,9	,9	,9
	3,00	13	11,3	11,3	12,2
	4,00	79	68,7	68,7	80,9
	5,00	22	19,1	19,1	100,0
	Total	115	100,0	100,0	

Kualitas dan Kinerja sudah terbukti nyata khasiatnya.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	,9	,9	,9
	3,00	7	6,1	6,1	7,0
	4,00	76	66,1	66,1	73,0
	5,00	31	27,0	27,0	100,0
	Total	115	100,0	100,0	

Indikator Kesan Kualitas (Perceived Quality) (X2.4)

Konsumen Berkesan dengan kualitas produk Herbalife.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	,9	,9	,9
	3,00	10	8,7	8,7	9,6
	4,00	79	68,7	68,7	78,3
	5,00	25	21,7	21,7	100,0
	Total	115	100,0	100,0	

Kualitas Produk Herbalife sudah berkesan baik di mata konsumennya.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	,9	,9	,9
	3,00	17	14,8	14,8	15,7
	4,00	78	67,8	67,8	83,5
	5,00	19	16,5	16,5	100,0
	Total	115	100,0	100,0	

Kesan Kualitas produk Herbalife berbeda dengan produk pesaing lain.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	,9	,9	,9
	2,00	1	,9	,9	1,7
	3,00	11	9,6	9,6	11,3
	4,00	82	71,3	71,3	82,6
	5,00	20	17,4	17,4	100,0
	Total	115	100,0	100,0	

Kesan Kualitas sesuai dengan hasil yang diberikan.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	,9	,9	,9
	3,00	11	9,6	9,6	10,4
	4,00	83	72,2	72,2	82,6
	5,00	20	17,4	17,4	100,0
	Total	115	100,0	100,0	

Indikator Ketahanan (*Durability*) (X2.5)

Herbalife yang direkomendasikan dapat bertahan dalam jangka waktu yang lama.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	,9	,9	,9
	2,00	3	2,6	2,6	3,5
	3,00	14	12,2	12,2	15,7
	4,00	76	66,1	66,1	81,7
	5,00	21	18,3	18,3	100,0
Total		115	100,0	100,0	

Herbalife yang direkomendasikan dapat bertahan pada tempat yang dingin.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	2	1,7	1,7	1,7
	3,00	10	8,7	8,7	10,4
	4,00	83	72,2	72,2	82,6
	5,00	20	17,4	17,4	100,0
Total		115	100,0	100,0	

Herbalife dapat bertahan dari persaingan yang ketat.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	,9	,9	,9
	2,00	1	,9	,9	1,7
	3,00	11	9,6	9,6	11,3
	4,00	73	63,5	63,5	74,8
	5,00	29	25,2	25,2	100,0
Total		115	100,0	100,0	

Indikator Keandalan (*Reability*) (X2.6)

Rasa dari produk Herbalife sesuai dengan selera konsumen.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	3	2,6	2,6	2,6
	3,00	14	12,2	12,2	14,8
	4,00	70	60,9	60,9	75,7
	5,00	28	24,3	24,3	100,0
	Total	115	100,0	100,0	

Produk Herbalife sudah terbukti khasiatnya.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	,9	,9	,9
	3,00	10	8,7	8,7	9,6
	4,00	72	62,6	62,6	72,2
	5,00	32	27,8	27,8	100,0
	Total	115	100,0	100,0	

Konsumen merasakan manfaat mengkonsumsi produk Herbalife.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	2	1,7	1,7	1,7
	3,00	5	4,3	4,3	6,1
	4,00	81	70,4	70,4	76,5
	5,00	27	23,5	23,5	100,0
	Total	115	100,0	100,0	

Indikator Kemudahan Perbaikan (*Repairability*) (X2.7)

Produk Herbalife memiliki peluang tidak rusak dalam periode waktu tertentu.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	5	4,3	4,3	4,3
	3,00	20	17,4	17,4	21,7
	4,00	62	53,9	53,9	75,7
	5,00	28	24,3	24,3	100,0
Total		115	100,0	100,0	

Konsumen percaya dengan kualitas perbaikan dalam menurunkan berat badan pada produk Herbalife.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	3	2,6	2,6	2,6
	3,00	27	23,5	23,5	26,1
	4,00	62	53,9	53,9	80,0
	5,00	23	20,0	20,0	100,0
Total		115	100,0	100,0	

Produk Herbalife baik untuk tubuh dan tidak memberikan ketergantungan.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	3	2,6	2,6	2,6
	3,00	22	19,1	19,1	21,7
	4,00	76	66,1	66,1	87,8
	5,00	14	12,2	12,2	100,0
Total		115	100,0	100,0	

Indikator Desain (Design) (X2.8)**Desain produk Herbalife sudah sesuai.**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	2	1,7	1,7	1,7
	3,00	8	7,0	7,0	8,7
	4,00	81	70,4	70,4	79,1
	5,00	24	20,9	20,9	100,0
	Total	115	100,0	100,0	

Desain produk Herbalife menarik.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,00	13	11,3	11,3	11,3
	4,00	74	64,3	64,3	75,7
	5,00	28	24,3	24,3	100,0
	Total	115	100,0	100,0	

Desain produk Herbalife memudahkan konsumen untuk mengenalnya.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,00	8	7,0	7,0	7,0
	4,00	76	66,1	66,1	73,0
	5,00	31	27,0	27,0	100,0
	Total	115	100,0	100,0	

Desain produk Herbalife berbeda dengan pesaing yang lain.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	1	,9	,9	,9
	3,00	8	7,0	7,0	7,8
	4,00	82	71,3	71,3	79,1
	5,00	24	20,9	20,9	100,0
	Total	115	100,0	100,0	

**Tabel Frekuensi Kepuasan Konsumen (Y)
Indikator Terpenuhi Harapan Konsumen (Y1.1)**

Konsumen percaya pada produk Herbalife.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	1	,9	,9	,9
	3,00	15	13,0	13,0	13,9
	4,00	77	67,0	67,0	80,9
	5,00	22	19,1	19,1	100,0
	Total	115	100,0	100,0	

Konsumen merasa puas pada produk Herbalife.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	,9	,9	,9
	3,00	10	8,7	8,7	9,6
	4,00	72	62,6	62,6	72,2
	5,00	32	27,8	27,8	100,0
	Total	115	100,0	100,0	

Harapan konsumen sudah ada di produk Herbalife.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	2	1,7	1,7	1,7
	3,00	9	7,8	7,8	9,6
	4,00	80	69,6	69,6	79,1
	5,00	24	20,9	20,9	100,0
	Total	115	100,0	100,0	

Konsumen memutuskan berlangganan pada produk Herbalife karena memenuhi harapannya.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	1	,9	,9	,9
	3,00	12	10,4	10,4	11,3
	4,00	73	63,5	63,5	74,8
	5,00	29	25,2	25,2	100,0
	Total	115	100,0	100,0	

Indikator Sikap Atau Keinginan Menggunakan Produk (Y1.2)

Konsumen berkeinginan menggunakan produk Herbalife.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	1	,9	,9	,9
	3,00	8	7,0	7,0	7,8
	4,00	84	73,0	73,0	80,9
	5,00	22	19,1	19,1	100,0
	Total	115	100,0	100,0	

Konsumen memutuskan berlangganan menggunakan produk Herbalife.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	2	1,7	1,7	1,7
	3,00	16	13,9	13,9	15,7
	4,00	84	73,0	73,0	88,7
	5,00	13	11,3	11,3	100,0
	Total	115	100,0	100,0	

Konsumen berkeinginan merekomendasikan produk Herbalife setelah merasakan khasiat produknya.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	,9	,9	,9
	2,00	1	,9	,9	1,7
	3,00	6	5,2	5,2	7,0
	4,00	75	65,2	65,2	72,2
	5,00	32	27,8	27,8	100,0
	Total	115	100,0	100,0	

Indikator Merekomendasikan Kepada Pihak Lain (Y1.3)

Konsumen selalu menginformasikan pada konsumen yang belum mengenal produk Herbalife.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	,9	,9	,9
	2,00	1	,9	,9	1,7
	3,00	6	5,2	5,2	7,0
	4,00	75	65,2	65,2	72,2
	5,00	32	27,8	27,8	100,0
Total		115	100,0	100,0	

Konsumen selalu menginformasikan kepada keluarga.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	,9	,9	,9
	3,00	11	9,6	9,6	10,4
	4,00	77	67,0	67,0	77,4
	5,00	26	22,6	22,6	100,0
Total		115	100,0	100,0	

Konsumen merekomendasikan pada tetangga / lingkungan sekitar.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	,9	,9	,9
	3,00	10	8,7	8,7	9,6
	4,00	77	67,0	67,0	76,5
	5,00	27	23,5	23,5	100,0
Total		115	100,0	100,0	

Konsumen merekomendasikan produk Herbalife kepada teman.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	1	,9	,9	,9
	3,00	6	5,2	5,2	6,1
	4,00	84	73,0	73,0	79,1
	5,00	24	20,9	20,9	100,0
Total		115	100,0	100,0	

Indikator Kualitas Layanan (Y1.4)

Kualias layanan yang diberikan penjual Herbalife sudah baik.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,00	4	3,5	3,5	3,5
	4,00	85	73,9	73,9	77,4
	5,00	26	22,6	22,6	100,0
	Total	115	100,0	100,0	

Konsumen percaya dengan kualitas pelayanan yang di berikan Herbalife Benjeng.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,00	10	8,7	8,7	8,7
	4,00	83	72,2	72,2	80,9
	5,00	22	19,1	19,1	100,0
	Total	115	100,0	100,0	

Herbalife Benjeng memastikan kepuasan untuk para konsumen.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,00	11	9,6	9,6	9,6
	4,00	80	69,6	69,6	79,1
	5,00	24	20,9	20,9	100,0
	Total	115	100,0	100,0	

Konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan Herbalife Benjeng.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	1	,9	,9	,9
	3,00	8	7,0	7,0	7,8
	4,00	77	67,0	67,0	74,8
	5,00	29	25,2	25,2	100,0
	Total	115	100,0	100,0	

Indikator Reputasi Yang Baik (Y1.5)

Produk herbalife memiliki citra baik.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	2	1,7	1,7	1,7
	3,00	6	5,2	5,2	7,0
	4,00	70	60,9	60,9	67,8
	5,00	37	32,2	32,2	100,0
Total		115	100,0	100,0	

Konsumen percaya pada produk herbalife.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,00	9	7,8	7,8	7,8
	4,00	79	68,7	68,7	76,5
	5,00	27	23,5	23,5	100,0
Total		115	100,0	100,0	

Konsumen puas pada citra produk herbalife.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,00	12	10,4	10,4	10,4
	4,00	68	59,1	59,1	69,6
	5,00	35	30,4	30,4	100,0
Total		115	100,0	100,0	

Konsumen merekomendasikan pada teman dan keluarga terkait produk herbalife.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,00	8	7,0	7,0	7,0
	4,00	65	56,5	56,5	63,5
	5,00	42	36,5	36,5	100,0
Total		115	100,0	100,0	

Indikator Lokasi (Y1.6)

Lokasi Herbalife Benjeng strategis.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,00	10	8,7	8,7	8,7
	4,00	82	71,3	71,3	80,0
	5,00	23	20,0	20,0	100,0
	Total	115	100,0	100,0	

Konsumen dapat menjangkau lokasi herbalife benjeng dengan mudah.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,00	11	9,6	9,6	9,6
	4,00	85	73,9	73,9	83,5
	5,00	19	16,5	16,5	100,0
	Total	115	100,0	100,0	

Konsumen merekomendasikan lokasi herbalife kepada Teman.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	1	,9	,9	,9
	3,00	4	3,5	3,5	4,3
	4,00	86	74,8	74,8	79,1
	5,00	24	20,9	20,9	100,0
	Total	115	100,0	100,0	

Lokasi Herbalife benjeng mudah ditemukan.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,00	7	6,1	6,1	6,1
	4,00	80	69,6	69,6	75,7
	5,00	28	24,3	24,3	100,0
	Total	115	100,0	100,0	

Lampiran 11 Hasil Olah Data SPSS
Uji Instrumen Penelitian
Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel Harga (X1)
Indikator Harga yang Ditetapkan (X1.1)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	115	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	115	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,682	,692	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Harga yang ditetapkan sesuai dengan harapan konsumen.	7,7043	1,157	,561	,326	,498
Penetapan harga produk Herbalife sudah sesuai dengan harga jual.	7,5739	1,615	,495	,264	,614
Jika harga terjangkau konsumen merasa puas.	7,8348	1,244	,465	,219	,640

Indikator Keterjangkauan Harga (X1.2)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	115	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	115	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,647	,642	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Harga Herbalife terjangkau.	12,2087	1,868	,526	,399	,501
Berminat dengan keterjangkauan harga Herbalife.	12,0696	2,171	,462	,393	,552
Jika harga terjangkau konsumen merasa puas.	11,6522	2,755	,313	,248	,648
Keterjangkauan harga membuat konsumen berlangganan.	11,7826	2,382	,420	,271	,584

Indikator Kesesuaian Harga dengan Kualitas (X1.3)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	115	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	115	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,857	,858	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Harga sudah sesuai dengan kualitas.	11,8522	3,232	,663	,494	,835
Kualitas dan Harga sudah Maksimal.	12,0435	2,972	,715	,551	,813
Puas dengan harga dan kualitas yang diberikan.	12,0174	2,877	,715	,553	,813
Kualitas dan harga sudah sesuai dengan harapan.	12,2174	2,803	,719	,571	,811

Indikator Daya Saing Harga (X1.4)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	115	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	115	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,647	,649	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Harga produk Herbalife lebih mahal dari produk pesaing lain.	7,3043	2,056	,417	,178	,606
Persaingan harga produk sejenis herbalife lebih murah.	7,3391	1,612	,504	,254	,482
Produk pesaing Herbalife memiliki harga tidak konsisten.	7,4609	1,584	,463	,220	,547

Indikator Potongan Harga (X1.5)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	115	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	115	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,801	,808	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Herbalife mengadakan diskon.	12,9826	2,123	,513	,340	,811
Konsumen tertarik dengan diskon produk Herbalife.	13,0087	2,044	,717	,521	,699
Jika berlanggan sebulan seharusnya ada potongan harga.	12,9565	2,182	,635	,470	,740
Potongan harga dapat menarik minat berlanggan konsumen.	12,8870	2,347	,623	,491	,750

Variabel Kualitas Produk (X2)
Indikator Bentuk (Form)(X2.1)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	115	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	115	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,837	,838	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Bentuk kemasan produk Herbalife menarik	12,3652	2,392	,686	,520	,787
Bentuk kemasan produk Herbalife praktis.	12,3130	2,287	,728	,578	,768
Bentuk kemasan memudahkan untuk digunakan.	12,3130	2,392	,608	,382	,822
Bentuk sudah sesuai dengan harapan konsumen.	12,4435	2,389	,658	,460	,799

Indikator Fitur (Feature)(X2.2)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	115	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	115	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,781	,783	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Fitur pada produk Herbalife sudah sesuai keinginan konsumen.	12,0957	2,052	,555	,356	,743
Konsumen tertarik dengan fitur yang diberikan produk Herbalife.	12,1304	1,869	,697	,506	,670
Fitur pada produk Herbalife memudahkan konsumen untuk mengenalnya.	11,9565	2,095	,545	,306	,748
Produk Herbalife yang direkomendasikan lebih banyak dari produk lain.	12,2348	1,901	,557	,387	,746

Indikator Kualitas Kinerja (*Performance quality*)(X2.3)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	115	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	115	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,725	,727	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Kualitas dan Kinerja produk Herbalife sesuai dengan harapan.	12,3217	1,817	,630	,497	,602
Kualitas dan Kinerja Herbalife sudah maksimal.	12,3130	1,726	,583	,415	,622
Kualitas dan Kinerja Herbalife berbeda dengan produk pesaing lain.	12,3304	2,153	,315	,116	,773
Kualitas dan Kinerja sudah terbukti nyata khasiatnya.	12,2087	1,746	,557	,355	,638

Indikator Kesan Kualitas (*Perceived Quality*) (X2.4)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	115	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	115	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,804	,804	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Konsumen Berkesan dengan kualitas produk Herbalife.	12,0783	2,336	,572	,339	,776
Kualitas Produk Herbalife sudah berkesan baik di mata konsumennya.	12,1913	2,191	,643	,423	,742
Kesan Kualitas produk Herbalife berbeda dengan produk pesaing lain.	12,1478	2,215	,641	,412	,743
Kesan Kualitas sesuai dengan hasil yang diberikan.	12,1304	2,325	,616	,401	,755

Indikator Ketahanan (*Durability*) (X2.5)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	115	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	115	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,670	,673	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Herbalife yang direkomendasikan dapat bertahan dalam jangka waktu yang lama.	8,1652	1,086	,496	,247	,559
Herbalife yang direkomendasikan dapat bertahan pada tempat yang dingin.	8,0957	1,350	,465	,216	,603
Herbalife dapat bertahan dari persaingan yang ketat.	8,0348	1,139	,496	,246	,558

Indikator Keandalan (*Reability*) (X2.6)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	115	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	115	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,777	,781	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Rasa dari produk Herbalife sesuai dengan selera konsumen.	8,3217	1,185	,582	,341	,741
Produk Herbalife sudah terbukti khasiatnya.	8,2261	1,177	,658	,439	,649
Konsumen merasakan manfaat mengkonsumsi produk Herbalife.	8,2348	1,374	,613	,390	,707

Indikator Kemudahan Perbaikan (*Repairability*)(X2.7)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	115	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	115	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,839	,845	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Produk Herbalife memiliki peluang tidak rusak dalam periode waktu tertentu.	7,7913	1,588	,672	,464	,813
Konsumen percaya dengan kualitas perbaikan dalam menurunkan berat badan pada produk Herbalife.	7,8609	1,647	,696	,509	,783
Produk Herbalife baik untuk tubuh dan tidak memberikan ketergantungan.	7,8957	1,796	,755	,573	,739

Indikator Desain (*design*)(X2.8)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	115	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	115	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,779	,778	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Desain produk Herbalife sudah sesuai.	12,4522	1,794	,613	,393	,710
Desain produk Herbalife menarik.	12,4261	1,738	,655	,432	,687
Desain produk Herbalife memudahkan konsumen untuk mengetalnya.	12,3565	1,881	,603	,384	,716
Desain produk Herbalife berbeda dengan pesaing yang lain.	12,4348	2,055	,468	,227	,782

Variabel Kepuasan Konsumen (Y)
Indikator Terpenuhi Harapan Konsumen (Y1.1)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	115	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	115	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,801	,802	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Konsumen percaya pada produk Herbalife.	12,3913	2,205	,682	,470	,719
Konsumen merasa puas pada produk Herbalife.	12,2696	2,181	,613	,406	,753
Harapan konsumen sudah ada di produk Herbalife.	12,3391	2,314	,616	,380	,751
Konsumen memutuskan berlangganan pada produk Herbalife karena memenuhi harapannya.	12,3043	2,354	,553	,320	,781

Indikator Sikap atau keinginan menggunakan produk (Y1.2)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	115	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	115	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,603	,598	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Konsumen berkeinginan menggunakan produk Herbalife.	8,1043	1,200	,310	,103	,633
Konsumen memutuskan berlangganan menggunakan produk Herbalife.	8,2870	,856	,500	,258	,361
Konsumen berkeinginan merekomendasikan produk Herbalife setelah merasakan khasiat produknya.	8,0261	,903	,437	,222	,464

Indikator Merekomendasikan Kepada Pihak Lain (Y1.3)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	115	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	115	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,815	,815	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Konsumen selalu menginformasikan pada konsumen yang belum mengenal produk Herbalife.	12,3652	2,181	,631	,400	,771
Konsumen selalu menginformasikan kepada keluarga.	12,4435	2,144	,685	,478	,744
Konsumen merekomendasikan pada tetangga / lingkungan sekitar.	12,4261	2,177	,668	,461	,752
Konsumen merekomendasikan produk Herbalife kepada teman.	12,4087	2,560	,566	,325	,800

Indikator Kualitas Layanan (Y1.4)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	115	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	115	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,729	,730	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Kualias layanan yang diberikan penjual Herbalife sudah baik.	12,3826	1,694	,447	,286	,707
Konsumen percaya dengan kualitas pelayanan yang di berikan Herbalife Benjeng.	12,4696	1,462	,592	,383	,625
Herbalife Benjeng memastikan kepuasan untuk para konsumen.	12,4609	1,461	,549	,321	,650
Konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan Herbalife Benjeng.	12,4087	1,454	,495	,299	,685

Indikator Reputasi yang baik (Y1.5)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	115	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	115	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,822	,824	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Produk herbalife memiliki citra baik.	12,6522	2,159	,605	,395	,796
Konsumen percaya pada produk herbalife.	12,7304	2,269	,678	,470	,763
Konsumen puas pada citra produk herbalife.	12,6870	2,024	,730	,537	,734
Konsumen merekomendasikan pada teman dan keluarga terkait produk herbalife.	12,5913	2,279	,578	,370	,806

Indikator Lokasi (Y1.6)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	115	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	115	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,819	,819	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Lokasi Herbalife Benjeng strategis.	12,4087	1,577	,686	,511	,751
Konsumen dapat menjangkau lokasi herbalife	12,4522	1,548	,754	,587	,719
Konsumen merekomendasikan pada teman dan keluarga terkait produk herbalife.	12,3652	1,795	,523	,283	,825
Lokasi Herbalife benjeng mudah ditemukan.	12,3391	1,665	,610	,401	,787

Lampiran Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Unstandardized
Residual

N		115
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	5,44185376
Most Extreme Differences	Absolute	,085
	Positive	,053
	Negative	-,085
Test Statistic		,085
Asymp. Sig. (2-tailed)		,039 ^c

a. Test distribution is Normal.

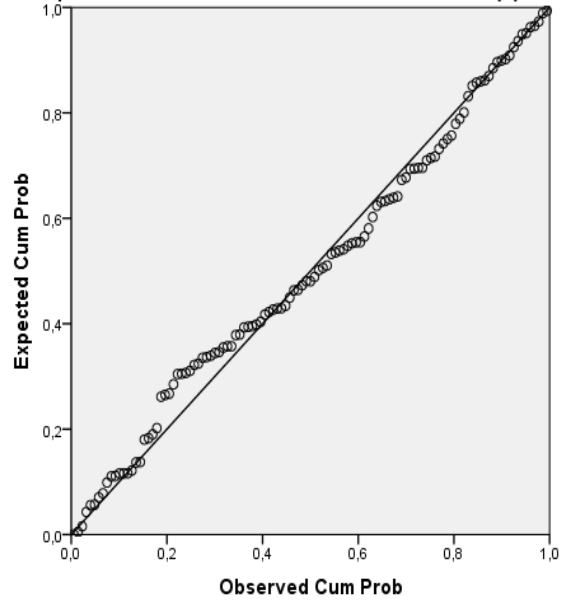
b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Lampiran Normalitas Plot

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: KEPUASAAN KONSUMEN (Y)



Lampiran Heteroskedastisitas

Uji Glejser

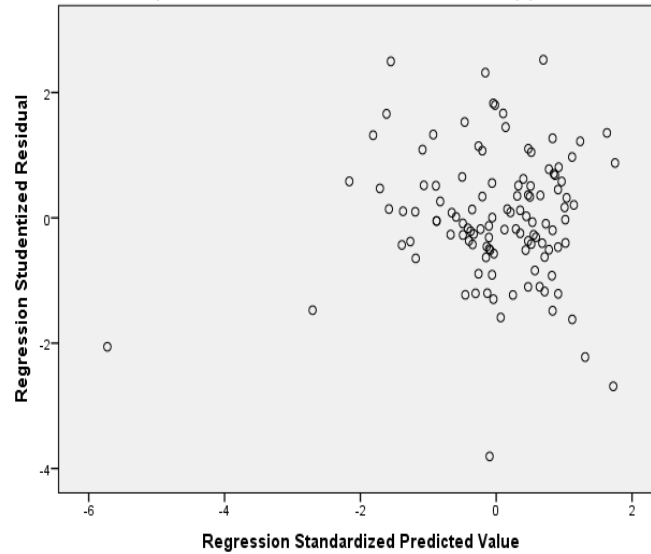
Model	Coefficients ^a					Correlations			Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta	T	Sig.					
1 (Constant)	5,128	4,356		1,177	,242					
HARGA (x1)	-,081	,049	-,187	-1,651	,102	-,114	-,154	-,154	,681	1,469
KUALITAS PRODUK (X2)	,048	,043	,128	1,131	,260	,023	,106	,106	,681	1,469

a. Dependent Variable: AbsUi

Lampiran Uji Heterokedastisitas Plot

Scatterplot

Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN (Y)



Lampiran Uji Multikolinieritas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	21,395	6,677		3,204	,002					
	HARGA (X1)	,154	,076	,160	2,034	,044	,512	,189	,132	,681	1,469
	KUALITAS PRODUK (X2)	,517	,065	,623	7,914	,000	,714	,599	,514	,681	1,469

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN (Y)

Lampiran Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,726 ^a	,527	,519	5,49023	2,192

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PRODUK (X2), HARGA (X1)

b. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN (Y)

Lampiran Uji t

Model	Coefficients ^a									Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Tolerance	VIF	
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part			
(Constant)	5,128	4,356		1,177	,242						
HARGA (x1)	-,081	,049	-,187	-1,651	,102	-,114	-,154	-,154	,681	1,469	
KUALITAS PRODUK (X2)	,048	,043	,128	1,131	,260	,023	,106	,106	,681	1,469	

a. Dependent Variable: AbsUi

Lampiran Uji F

Model		ANOVA ^a				
		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3760,760	2	1880,380	62,383	,000 ^b
	Residual	3375,970	112	30,143		
	Total	7136,730	114			

a. Dependent Variable: KEPUASAAN KONSUMEN (Y)

b. Predictors: (Constant), KUALITAS PRODUK (X2), HARGA (X1)

Lampiran 12
Tabel Penelitian Terdahulu

NO	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Metode	Hasil Penelitian
1	Jeffry F.T. Bailia, Agus Supandi Soegoto dan Sjendry Serulo R. Loindong (2014)	Pengaruh kualitas produk, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada warung-warung makan Lamongan Di Kota Manado	Independen Kualitas Produk (X1) Harga (X2) Lokasi (X3) Dependen Kepuasan Konsumen (Y)	Analisis Regresi linear berganda	1. Kualitas produk, harga dan lokasi secara simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen 2. Kualitas produk, harga dan lokasi secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen
2	I.G.A Yulia	Pengaruh kualitas produk	Independen	Analisis Regresi linear	1. Kualitas produk dan harga secara

	Purnamasari (2015)	dan harga terhadap kepuasan konsumen produk <i>Fashion Online</i>	Kualitas Produk berganda (X1) Harga (X2) M2		simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen 2. Kualitas produk dan
			Dependen		
NO	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Metode	Hasil Penelitian
		di Singaraja	Kepuasan Konsumen (Y)		harga secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen
3	Mega Silvia Ransulangi, Silvy Mandey dan Willeem A.	Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan <i>Servicescape</i>	Independen Kualitas Produk	Analisis Regresi linear berganda	1. Kualitas produk, harga dan <i>servicescape</i> secara simultan

Tumbuan. (2015)	Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Rumah Makan OCEAN 27 Manado	(X1) Harga (X2) Dan <i>Servicescape</i> (X3) Dependen Kepuasan Konsumen (Y)	berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen 2. Kualitas produk dan <i>servicescape</i> secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen	
4 Yetty Husnul Hayati dan Gracia Sekartaji (2015)	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Di Restoran Bebek Dan Ayam Goreng Pak Ndut Solo	Independen Kualitas Produk (X1) Dependen Kepuasan Konsumen (Y)	Analisis Regresi linear berganda	1. Kualitas produk secara simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen

NO	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Metode	Hasil Penelitian
5	Rendy Gulla, Sem George Oroh, dan Ferdy Roring (2015)	Analisis Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Manado Grace Inn	<p>Independen</p> <p>Harga (X1)</p> <p>Promosi (X2)</p> <p>Kualitas Pelayanan (X3)</p> <p>Dependen</p> <p>Kepuasan Konsumen (Y)</p>	Analisis Regresi linear berganda	<p>1. Harga, promosi dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen</p> <p>2. Harga dan kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen</p>
6	Athira Utami dan Ferlina Tjahya Arlin Moch.	Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap	<p>Independen</p> <p>Kualitas Produk</p>	Analisis Regresi linear berganda	1. Kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh positif

NO	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Metode	Hasil Penelitian
	Trenggana (2016)	Kepuasan Konsumen Pengguna Telkomsel (Studi Pada Mahasiswa Universitas Telkom Bandung)	(X1) Harga (X2) Dependen Kepuasan Konsumen (Y)		terhadap kepuasan konsumen 2. Kualitas produk secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen
7	Purnomo Setyo (2017)	Edwin Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen "Best Autoworks"	Independen Kualitas Produk (X1) Harga (X2)	Analisis Regresi linear berganda	1. Kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen 2. Kualitas produk secara parsial

			Dependen		berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen
			Kepuasan Konsumen		
8	Gladis Mongkau, Lotje Kawet, dan Jantje Sepang (2017)	Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Tempat Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pasar Remboken	Independen Kualitas Produk (X1) Harga (X2) Tempat (X3)	Analisis Regresi linear berganda	1. Kualitas produk, harga dan tempat secara simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen 2. Kualitas produk dan harga secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen
			Dependen		
			Kepuasan Konsumen (Y)		

