

DAFTAR PUSTAKA

- Aditi, Bunga dan Hermansyur. 2017. Pengaruh Inovasi dan Kreativitas terhadap kepuasan Konsumen Pada UMKM di Kota Medan. Vol 7 No 1 juni 2017. Jurnal Manajemen Tools. Issn: 2088-3145.
- Antanegoro, Yordan, Surya, Djasuro dan Sanusi, Fauzi. 2017. Analisis Pengaruh Inovasi Produk, Inovasi Layanan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah. Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Tirtayasa, Vol 1 (2): hh.167-178 November 2017.Issn 2599-0837
- Arikunto, S. 2006. Metode Penelitian Kualitatif. Jakarta: Bumi Aksara.
- Arikunto, Suharsimi. 2014. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta : Rineka Cipta.
- Assauri, Sofyan, 1999. Manajemen Produksi dan Operasi, Edisi Revisi, LPFE-UI, Jakarta.
- Barbaran, Regina S. dan Durocher, Joseph F..(2010) *Successful Restaurant Design*.(Jilid- 3).USA:Copyright Clearance Center.
- Buchari, A., 2004. Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa. *Alfabeta*, Bandung.
- Chon, Kaye dan Maier, Thomas A.. (2010) *Welcome to industry: An Introductions*. (Jilid-3).Canada: Delmar.

- Ghozali, Imam. 2005. Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Han et al. 1998, "market orientation, innovativeness, product innovation and performance in small firm " journal of small business management vol 42 no 2. Program magister manajemen , universitas diponegoro.
- Hills, Gerald. 2008. "Marketing and Entrepreneurship, Research Ideas and Opportunities".
- Kotler dan Keller, 2009. Manajemen pemasaran jilid 1 edisi 13 jakarta. Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Keller Lane. 2013. Manajemen Pemasaran Jilid 2. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Amstrong. 2001. Prinsip-prinsip pemasaran, Edisi keduabelas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2002, Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium, Jilid 2, PT Prenhallindo, Jakarta
- Kotler, philip. 2005, manajemen pemasaran, jilid 1 dan 2 jakarta: PT. Indek klompok gramedia.
- Kukuh, Silvester. (2007). *Pengaruh Variabel Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Bank Negara Indonesia Cabang Jalan Margonda Raya)*, 1-14. fakultas ekonomi universitas gunadarma. Jurnal Indonesia Evaluasi Kepuasan Pelanggan.
- Kusnadi, Yahdi dan Mutoharoh. 2016. Pengaruh Keterimaan Aplikasi Pendaftaran Online Terhadap Jumlah

Pendaftaran Di Sekolah Dasar Negeri Jakarta. Vol XVII No.02.

Marchella dan Ariani, Vitria, 2013. Pengaruh Layanan Antar Terhadap Kepuasan Pelanggan di Store KFC Gang Macan. Skripsi Isbn: 9782012201101. Universitas Bina Nusantara Jakarta.

Misbahudin dan Hasan, Iqbal. 2013. Analisis Data Penelitian Dengan Statistik, Jakarta: Bumi Aksara.

Nasution, M. N., 2005. Manajemen mutu terpadu (total quality management). *Ghalia Indonesia*, Bogor.

Prajogo, D. I., and Sohal, A. S. 2006, The Integration of TQM and Technology/R&D Management in Determining Quality and Innovation Performance, *The International Journal of Management Science Omega*, 34, 2006, pp. 296-312.

Prakoso, Bagas. 2005. Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi, dan Orientasi Pembelajaran mempengaruhi Kinerja Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing. *Jurnal Studi Manajemen & Organisasi* Vol.2 No.1.

Priyastama, Romie. (2017). *Buku Sakti Kuasai SPSS: Pengolahan dan Analisis Data*. Start Up, Yogyakarta.

Schiffman dan Kanuk, Amelia. 2004. "Analisa Marketing Mix, Lingkungan Sosial, Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian Online Pakaian Wanita". *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*. Vol. 1, No. 2.

- Setiadi, J. Nugroho (2003). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media.
- Simamora, 2004, *riset pemasaran*, jakarta ,gramedia utama.
- Solomon, M.R., Rabolt, N.J. (2004). *Consumer Behavior in Fashion*, PrenticeHall, Englewood Cliffs, New Jersey.
- Sudhir Andrews. (2009) *Sales &Marketing : a textbook for the hospitality industry*. (Jilid-1). New Delhi : Tata McGraw
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Taufiq, A.M., 2005. *Dinamika pemasaran: Jelajahi & rasakan. PT. Raja Grafindo Persada*, Jakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2002 ,*Manajemen Jasa*, Penerbit ANDI YOGYAKARTA Majalah Info Bisnis, Edisi maret-Tahun keVI-2002.
- Umar, Husein. (2005), *Metode Penelitian Untuk Tesis Dan Bisnis*, Jakarta: Grafindo Persada.
- Zeithaml, Valarie A. and Bitner, Mary Jo. (2002). *Service Marketing*. McGraw Hill Inc, Int'l Edition, New York.

Lampiran 1. Surat Keterangan 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 : 1906/2019/FE/VII/2019
Lampiran : -
Perihal : Ijin Penelitian dan Pengambilan Data

Kepada Yth:
Bapak/Ibu Pimpinan
Toko Kue Dhila Pastry and Cake
Jl. Kesamben Kulon Kec Wringinanom
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 : Ummi Fadhilatul Ummah
NIM : 151500157
Prodi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Home Service Delivery dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

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



01 Juli 2019

Dra. Siti Istikhoroh, M.Si
NIP. 19671019.199203.2001

Lampiran 2. Surat Balasan Penelitian



Jl.Kesambenkulon

Wringinanom,Gresik 61176

No.Telp/WA: 081853164349

SURAT KETERANGAN PENELITIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dhila putri

Jabatan : Pemilik toko Dhila Pastry and Cake

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Ummi Fadhilatul Ummah

Universitas : PGRI Adi Buana Surabaya

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Bahwa yang bersangkutan telah melaksanakan penelitian skripsi dengan judul "Pengaruh *Home Service Delivery* dan *Inovasi Produk* Terhadap Kepuasan Konnsumen Toko Kue *Dhila Pastry and Cake* Gresik" dari bulan januari 2019 sampai maret 2019

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan benar untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Gresik,23 Januari 2019

Owner Dhila pastry and Cake


Dhila putri
WA: 081853164349

Lampiran 3. Daftar Hadir Seminar Proposal

DAFTAR HADIR PESERTA SEMINAR PROPOSAL PENELITIAN

Nama : Ummi Fadhilatul Ummah
 Program Studi/ Angkatan : Manajemen/2015
 NIM : 151500157
 Judul : Pengaruh *Home Service Delivery* dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Kue Dhila Pastry and Cake Gresik.

NO	NIM	NAMA	TANDA TANGAN
1	151500176	Meita Fitriana	
2	15-150-0076	Prianda Dany A	
3	15-150-0235	BACHRUL ANJAM	
4	15-150-0040	Doni Alip K	
5	151500206	Amaliya Rahmawati	
6	151500091	SELENA MEDYSAR	
7	151500082	Muthi Resianto	
8	151500216	WAHYU RISKA SETYOSO	
9	151500177	Atika Rahma N.	
10	151500010	Inno Dwi P	
11	151500147	Hidayatul Umiya	
12	151500247	Bintang Komika Wahyu	
13	151500234	TUPATUL JENNAH	
14	15-150-0246	Wiwik Sugiarti	
15	15-150-0194	Citra Hayuningrat	
16	Lima Wahyu	15-150-0250	
17	151500127	M. Alfan Zam M	
18	161600068	Muh. David Agulhan	
19	161600034	Murbaitty Ming Syahdu	
20	161600109	Rikhe Rara Azhan Wannanda	
21	151500083	Pohma Ika Aruanita	
22	151500111	Virda Ayu M.J	
23	151500096	ANUADI PUTRA	
24	151500188	Ateng Setar W	
25	151500149	Moch. Uham Fauzen H	
26	151500144	ANIS SAMROTUN HUSANI	
27	15-150-0217	M. Idris DZIM M	
28	15-150-0122	Muhammad Asrofi	
29	15-150-0235	M. Mukhtar Rafi	

30	150150-0040	A. Ripley	
31			
32			
33			
34			
35			
36			
37			
38			
39			
40			

Mengetahui,
Dosen Pembimbing



Dr. Fachrudin Asy'ari, S.Psi., M.M.
NPP: 1202612/DY

Surabaya, 11 Januari
2019Mahasiswa



Ummi Fadhilatul Ummah
NIM: 151500157

Lampiran 4. Kuesioner Penelitian

KUESIONER

PENGARUH HOME DELIVERY SERVICE DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN TOKO KUE DHILA PASTRY AND CAKE GRESIK

Sehubungan dengan penyusunan riset pasar dengan judul yang telah disebutkan diatas, maka dengan hormat kami :

Nama : UMMI FADHILATUL UMMAH
NIM : 151500157

Memohon kesediaan Saudara/i untuk mengisi kuesioner (daftar pernyataan) yang kami ajukan ini secara jujur dan terbuka. Daftar pernyataan ini saya ajukan semata-mata untuk keperluan penelitian dalam menyelesaikan tugas skripsi. Sehubungan dengan hal tersebut, maka kebenaran dan kelengkapan jawaban yang Saudara/i berikan akan sangat membantu saya sebagai penulis, dan selanjutnya akan menjadi masukan yang bermanfaat sebagai hasil penelitian yang penulis lakukan.

Atas partisipasi Saudara/i dalam mengisi daftar pernyataan atau kuesioner ini, kami ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

Umami Fadhillatul Ummah

KUESIONER

PENGARUH HOME DELIVERY SERVICE DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN TOKO KUE DHILA PASTRY AND CAKE GRESIK

Petunjuk pengisian kuesioner :

1. Isilah data diri anda sesuai dengan keadaan yang sebenarnya pada identitas responden.
2. Pilih salah satu jawaban yang tersedia dengan memberi tanda (✓) sesuai dengan pengalaman yang anda dapatkan sebagai konsumen Toko Kue Dhila Pastry and Cake Gresik pada komponen-komponen variabel. Masing-masing jawaban memiliki makna sebagai berikut:

SS	: Sangat Setuju	nilainya 5
S	: Setuju	nilainya 4
N	: Netral	nilainya 3
TS	: Tidak Setuju	nilainya 2
STS	: Sangat Tidak Setuju	nilainya 1

3. Diharapkan untuk tidak menjawab lebih dari satu pilihan jawaban.

4. IDENTITAS RESPONDEN

a. **Nama Responden :** *(Boleh tidak diisi)*

b. **Usia :**

17-25 Tahun 46-55 Tahun

26-35 Tahun >55 Tahun

36-45 Tahun

c. Jenis kelamin :

Laki - laki Perempuan

d. Pendidikan terakhir :

SD Diploma

SMP S1

SMA S2

e. Pekerjaan :

PNS Wiraswasta

Swasta Pelajar

Mahasiswa Lainnya...

TNI/POLRI

f. Pendapatan :

<Rp 500.000

Rp 500.000 - Rp 1.000.000

Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000

Rp 3.000.000 - Rp 4.000.000

>Rp 4.000.000

Home Service Delivery (X₁)

NO	PERTANYAAN	KETERANGAN				
<i>Delivey Time</i>		SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Menurut saya proses pengiriman produk kue Dhila Pastry and Cake cepat					
2	Estimasi pengiriman tidak sesuai dengan kesepakatan awal					
<i>Delivey Flexsibel</i>		SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
3	Bisa melakukan delivery tanpa harus melakukan pemesanan sebelumnya					
4	Kurangnya update jadwal dari pemesanan kue					
<i>Stock Service</i>		SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
5	Produk yang di kirim sesuai dengan yang di pesan					
6	Stock kue Dhila Pastry and Cake sedikit hingga tidak memenuhi permintaan konsumen					
<i>After-Sales Service</i>		SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
7	Selalu ada reward untuk pelanggan yang loyal					
8	Menurut saya kurangnya hubungan after sales terhadap pelanggan					
<i>Order Management</i>		SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
9	Informasi untuk produk kue selalu update					
10	Tidak adanya komunikasi perubahan pemesanan					
<i>Marketing and Comunication</i>		SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
11	Spesifikasi Produk yang diberikan					

	cukup jelas					
12	Menurut saya respon balasan pemesanan kue lambat					
E-information		SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
13	Saya merasa mudah melakukan pemesanan kue di Dhila Pastry and Cake					
14	Pemesanan dalam jumlah banyak tidak bisa di lakukan lewat sosial media					
Delivery Accuracy		SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
15	Dalam proses pengiriman kue aman sampai tujuan					
16	Saat pengiriman kue rawan rusak					

Inovasi Produk (X₂)

NO	PERTANYAAN	KETERANGAN				
Kualitas Produk		SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Menurut saya kualitas produk dhila pastry and cake baik					
2	Saya merasa ualitas produk dhila pastry and cake kurang frash					
Varian produk		SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
3	Inovasi produk yang di berikan banyak pilihannya					
4	Menurut saya Inovasi produk kurang update					
Gaya dan desain		SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
5	Menurut sayaDesain kemasan produk menarik					
6	Saya merasa desain kue yang di inginkan tidak sesuai yang di pesan					

Kepuasan Konsumen (X₃)

NO	PERTANYAAN	KETERANGAN				
		SS	S	N	TS	STS
Pengalaman masa lalu		5	4	3	2	1
1	Saya merasa puas dengan layanan dhila pastry and cake					
2	Kurang ramahnya pegawai dhila pastry and cake					
Rekomendasi		5	4	3	2	1
3	Saya akan merekomendasikan Dhila Pastry and cake ke teman-teman saya					
4	Produk dhila pastry and cake tidak pantas untuk di rekomendasikan					
Iklan		5	4	3	2	1
5	Iklan promosi dhila pastry and cake menarik					
6	Iklan promosi kurang unik dan menarik					
kebutuhan		5	4	3	2	1
7	Produk yang di jual sesuai kebutuhan saya					
8	Produk yang di jual tidak sesuai kebutuhan saya					

Lampiran 5. Berita Acara Bimbingan Skripsi

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

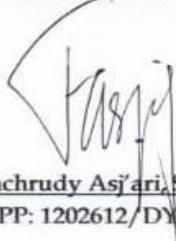
1. Nama Mahasiswa : Ummi Fadhilatul Ummah
2. NIM : 151500157
3. Program Studi : Manajemen
4. Tanggal Mengajukan Skripsi : 25 Oktober 2018
5. Judul Skripsi : Pengaruh *Home Service Delivery* dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Kue Dhila Pastry and Cake Gresik
6. Dosen Pembimbing : Dr. Fachrudiy Asj'ari, S.Psi, M.M.
7. Konsultasi : 25 Oktober 2018 - 15 Juli 2019

No.	Tanggal	Paraf Pembimbing	Uraian/Kegiatan	Keterangan
1.	31 /10/ 2018		Konsep Penelitian	ACC
2.	09/11/ 2018		BAB I dan II	Revisi
3.	14/11/ 2018		BAB II	Revisi
4.	20/11/ 2018		BAB I DAN II	ACC
5.	29/11/ 2018		BAB III	Revisi
6.	04/12/ 2018		BAB III	ACC
7.	10 /12/ 2018		Kuesioner	Revisi
8.	19/12 / 2018		Kuesioner	Revisi
9.	26 /12/ 2018		Kuesioner	ACC
10.	11/01/ 2019		Seminar Proposal	ACC
11.	18/04/ 2019		Revisi Sempro Selesai dan Kuesioner	ACC

12.	11/04/ 2019		BAB IV dan V	Revisi
13	19/04/2019		BAB IV dan V	ACC
14	02/05/2019		Artikel	ACC

8. Tanggal selesai menulis skripsi : 02 Mei 2019
9. Telah diuji dengan nilai :

Surabaya, 02 Mei 2019
Dosen Pembimbing



Dr. Fachrudiy Asjari, S.Psi., M.M.
NPP: 1202612/DY

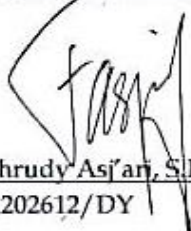
Lampiran 6. Lembar Persetujuan

LEMBAR PERSETUJUAN

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

Tanggal : 02 Mei 2019

Dosen Pembimbing,



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

Lampiran 7. Tabulasi

HOME SERVICE DELIVERY (X_1)

Responden	HOME SERVICE DELIVERY																Total
	X1.1_1	X1.1_2	X1.2_1	X1.2_2	X1.3_1	X1.3_2	X1.4_1	X1.4_2	X1.5_1	X1.5_2	X1.6_1	X1.6_2	X1.7_1	X1.7_2	X1.8_1	X1.8_2	
Resp1	4	4	3	3	2	3	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	63
Resp2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	79
Resp3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	67
Resp4	5	5	3	3	3	3	5	3	3	3	4	5	1	5	2	4	57
Resp5	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	50
Resp6	2	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	2	4	4	4	4	57
Resp7	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	2	2	61
Resp8	4	4	3	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	63
Resp9	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	4	2	4	4	4	59
Resp10	3	5	3	3	3	5	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	55
Resp11	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	78
Resp12	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	63
Resp13	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	5	4	4	65
Resp14	5	5	4	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	76
Resp15	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
Resp16	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	2	4	4	4	72
Resp17	2	5	5	2	5	2	2	4	3	2	5	2	5	2	5	5	56
Resp18	5	3	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	74
Resp19	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	62

Resp20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80
Resp21	5	5	4	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	5	74
Resp22	5	5	3	5	5	3	3	4	3	5	5	5	3	3	4	4	65
Resp23	3	3	3	4	5	5	5	3	5	3	2	3	5	4	3	3	59
Resp24	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	78
Resp25	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	52
Resp26	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	5	4	4	65
Resp27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
Resp28	5	2	5	5	2	2	2	2	2	5	2	5	2	4	2	4	51
Resp29	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	53
Resp30	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	51
Resp31	4	5	4	2	2	4	5	3	2	2	4	4	1	5	2	2	51
Resp32	4	3	3	3	5	3	4	3	5	4	2	4	3	4	5	5	60
Resp33	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	65
Resp34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
Resp35	3	3	4	4	3	3	5	3	3	3	3	3	3	5	3	4	55
Resp36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	64
Resp37	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	67
Resp38	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	77
Resp39	4	5	3	4	2	2	4	4	2	5	4	4	4	4	4	4	59
Resp40	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	78
Resp41	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	2	5	4	4	63
Resp42	4	3	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	63
Resp43	5	5	4	5	5	5	4	5	5	2	5	5	5	4	5	5	74

Resp92	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80
Resp93	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	67
Resp94	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	78
Resp95	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80
Resp96	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	65
Resp97	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	78
Resp98	4	4	4	5	4	3	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	64
Resp99	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	70
Resp100	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
Resp101	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	64
Resp102	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	52
Resp103	5	5	4	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	77
Resp104	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80
Resp105	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	78
Resp106	5	5	3	5	5	3	5	5	3	4	5	5	5	5	5	4	72
Resp107	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	62
Resp108	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
Resp109	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
Resp110	4	4	4	5	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	65
Resp111	4	4	5	5	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	64
Resp112	5	4	4	5	5	4	3	5	5	4	5	5	5	3	5	5	72
Resp113	4	4	3	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	66
Resp114	4	3	5	5	3	3	3	5	5	5	5	4	5	4	3	3	65
Resp115	4	5	5	5	5	5	4	3	5	4	5	4	5	4	5	4	72

Resp116	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
Resp117	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80
Resp118	4	4	4	5	4	3	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	64
Resp119	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	67
Resp120	3	5	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	58

INOVASI PRODUK (X₂)

Responden	INOVASI PRODUK (X ₂)						Total
	X2.1_1	X2.1_2	X2.2_1	X2.2_2	X2.3_1	X2.3_2	
Resp1	3	5	5	4	4	3	24
Resp2	5	5	4	5	5	3	27
Resp3	4	4	4	4	4	4	24
Resp4	3	3	3	3	3	3	18
Resp5	3	3	4	3	3	5	21
Resp6	3	3	3	3	3	3	18
Resp7	4	4	4	4	4	4	24
Resp8	3	3	4	3	3	3	19
Resp9	4	4	4	4	4	4	24
Resp10	3	3	3	3	3	3	18
Resp11	5	5	5	5	5	5	30
Resp12	3	3	4	3	3	3	19
Resp13	4	4	4	4	4	4	24
Resp14	4	4	4	4	4	4	24
Resp15	3	3	3	3	3	3	18
Resp16	5	5	5	5	5	5	30
Resp17	3	3	4	3	3	4	20
Resp18	4	4	4	4	4	4	24
Resp19	4	4	4	4	4	5	25
Resp20	5	5	5	5	5	5	30
Resp21	5	5	5	5	5	5	30
Resp22	3	3	4	3	3	5	21
Resp23	3	3	3	3	3	3	18
Resp24	5	5	5	5	5	5	30
Resp25	3	3	3	3	3	5	20
Resp26	4	4	4	4	4	4	24
Resp27	4	4	4	4	4	4	24
Resp28	4	5	4	4	4	4	25
Resp29	4	4	4	4	4	4	24
Resp30	3	3	3	3	3	5	20
Resp31	4	4	5	4	4	4	25
Resp32	3	3	3	3	3	3	18
Resp33	4	4	4	4	4	5	25
Resp34	4	5	4	4	4	4	25
Resp35	4	4	5	4	4	4	25

Resp36	4	4	4	4	4	4	24
Resp37	4	4	2	4	4	4	22
Resp38	5	5	5	5	5	5	30
Resp39	2	5	3	4	2	2	18
Resp40	5	5	4	5	5	5	29
Resp41	4	4	4	4	4	4	24
Resp42	5	5	5	5	5	5	30
Resp43	5	5	2	5	5	5	27
Resp44	4	4	4	4	4	5	25
Resp45	5	3	4	4	4	4	24
Resp46	5	5	5	5	5	5	30
Resp47	5	5	5	5	5	5	30
Resp48	4	4	4	4	4	4	24
Resp49	4	4	4	4	4	4	24
Resp50	2	2	4	2	4	2	16
Resp51	3	3	3	3	3	3	18
Resp52	3	3	4	3	3	4	20
Resp53	5	5	5	5	5	5	30
Resp54	4	2	5	5	5	5	26
Resp55	5	5	5	5	5	5	30
Resp56	4	4	4	4	4	4	24
Resp57	4	4	4	4	4	4	24
Resp58	4	5	4	5	5	5	28
Resp59	5	5	4	5	5	5	29
Resp60	4	4	4	4	4	4	24
Resp61	4	4	5	4	4	3	24
Resp62	4	4	4	5	5	5	27
Resp63	3	3	4	3	3	3	19
Resp64	4	4	4	4	4	4	24
Resp65	3	3	5	3	3	3	20
Resp66	4	3	3	3	3	3	19
Resp67	4	4	4	4	4	4	24
Resp68	4	4	4	4	4	5	25
Resp69	4	4	4	4	4	5	25
Resp70	5	5	5	5	5	5	30
Resp71	3	3	3	3	3	3	18
Resp72	5	5	5	5	5	5	30

Resp73	5	5	5	5	5	5	30
Resp74	5	5	5	5	5	5	30
Resp75	4	4	4	4	4	4	24
Resp76	5	5	5	5	5	5	30
Resp77	4	4	4	4	4	4	24
Resp78	5	5	5	5	5	5	30
Resp79	3	3	3	3	3	3	18
Resp80	4	4	5	4	4	4	25
Resp81	3	3	3	3	3	3	18
Resp82	5	5	5	5	5	5	30
Resp83	5	5	5	5	5	5	30
Resp84	3	3	3	3	3	3	18
Resp85	4	4	4	4	4	4	24
Resp86	5	5	5	5	5	5	30
Resp87	3	4	4	4	4	4	23
Resp88	5	3	5	3	3	3	22
Resp89	4	4	4	4	4	4	24
Resp90	4	4	4	4	4	4	24
Resp91	4	4	4	4	4	4	24
Resp92	5	5	5	5	5	5	30
Resp93	5	5	5	5	5	5	30
Resp94	5	5	5	5	5	5	30
Resp95	4	5	4	4	4	4	25
Resp96	3	3	3	3	3	3	18
Resp97	5	5	5	5	5	5	30
Resp98	3	3	3	3	3	3	18
Resp99	4	4	4	4	4	4	24
Resp100	3	3	3	3	3	3	18
Resp101	4	4	4	4	4	4	24
Resp102	4	3	3	3	3	3	19
Resp103	5	4	5	5	5	5	29
Resp104	4	4	4	4	4	4	24
Resp105	4	4	4	4	4	4	24
Resp106	3	3	3	3	3	3	18
Resp107	4	4	4	4	4	4	24
Resp108	4	4	4	4	4	4	24
Resp109	4	4	4	4	4	4	24

Resp110	5	4	5	5	5	5	29
Resp111	3	3	3	3	3	3	18
Resp112	5	5	5	5	5	5	30
Resp113	4	5	5	5	5	5	29
Resp114	3	4	3	3	3	3	19
Resp115	5	5	5	5	5	5	30
Resp116	3	3	3	3	3	3	18
Resp117	5	5	5	5	5	5	30
Resp118	3	3	3	3	3	3	18
Resp119	4	4	4	4	4	4	24
Resp120	4	3	4	4	4	4	23

KEPUASAN KONSUMEN (Y_1)

Responden	INOVASI PRODUK (X_2)								Total
	Y.1_1	Y.1_2	Y.2_1	Y.2_2	Y.3_1	Y.3_2	Y.4_1	Y.4_2	
Resp1	4	3	4	4	5	4	4	5	33
Resp2	4	5	5	4	4	5	5	5	37
Resp3	2	4	4	4	4	4	4	3	29
Resp4	3	4	4	5	3	3	5	3	30
Resp5	3	4	4	3	3	3	4	4	28
Resp6	4	4	4	5	4	3	4	3	31
Resp7	4	4	4	4	4	4	3	4	31
Resp8	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Resp9	4	3	3	4	4	4	3	4	29
Resp10	3	3	4	3	4	3	3	4	27
Resp11	3	4	4	3	5	5	5	5	34
Resp12	4	4	4	4	3	3	4	3	29
Resp13	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp14	5	3	3	5	5	5	3	5	34
Resp15	3	3	3	3	4	3	4	4	27
Resp16	5	5	3	5	5	5	5	5	38
Resp17	2	4	4	2	3	3	4	3	25
Resp18	5	5	5	5	4	4	5	4	37
Resp19	3	4	4	3	4	4	4	4	30
Resp20	4	5	5	4	5	5	5	5	38
Resp21	5	3	3	5	4	5	5	4	34

Resp96	4	3	3	4	3	3	3	3	26
Resp97	5	5	4	5	5	5	5	5	39
Resp98	3	3	3	3	4	3	3	3	25
Resp99	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp100	3	5	4	4	3	3	3	3	28
Resp101	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp102	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Resp103	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Resp104	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Resp105	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Resp106	4	5	5	4	3	3	5	3	32
Resp107	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp108	3	5	4	3	4	3	5	3	30
Resp109	3	5	5	3	4	4	5	4	33
Resp110	4	3	3	4	5	5	3	5	32
Resp111	4	4	4	4	3	3	4	3	29
Resp112	5	5	5	4	4	5	5	5	38
Resp113	4	5	5	4	5	5	5	5	38
Resp114	4	5	4	4	5	5	5	5	37
Resp115	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Resp116	4	3	3	4	3	3	3	3	26
Resp117	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Resp118	3	4	4	3	4	3	4	3	28
Resp119	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp120	3	4	4	5	5	4	4	4	33

Lampiran 8. Hasil Olah Data SPSS
Uji Validitas *Home Service Delivery*

		Correlations															Home Service Delivery	
		X1.1_1	X1.1_2	X1.2_1	X1.2_2	X1.3_1	X1.3_2	X1.4_1	X1.4_2	X1.5_1	X1.5_2	X1.6_1	X1_2	X1.7_1	X1.7_2	X1.8_1	X1.8_2	
X1.1_1	Pearson Correlation	1	.439**	.537**	.591**	.528**	.533**	.463**	.502**	.527**	.606**	.517**	.894**	.389**	.456**	.438**	.455**	.751**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
X1.1_2	Pearson Correlation	.439**	1	.416**	.375**	.556**	.462**	.474**	.442**	.374**	.384**	.600**	.400**	.348**	.382**	.545**	.402**	.645**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
X1.2_1	Pearson Correlation	.537**	.416**	1	.572**	.596**	.588**	.363**	.571**	.607**	.574**	.598**	.517**	.483**	.338**	.505**	.499**	.744**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
X1.2_2	Pearson Correlation	.591**	.375**	.572**	1	.537**	.426**	.445**	.524**	.659**	.648**	.502**	.563**	.541**	.396**	.531**	.465**	.744**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
X1.3_1	Pearson Correlation	.528**	.556**	.596**	.537**	1	.617**	.500**	.580**	.673**	.542**	.625**	.490**	.571**	.409**	.761**	.612**	.820**

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
X1.3_2	Pearson Correlation	.533**	.462**	.588**	.426**	.617**	1	.456**	.485**	.644**	.434**	.459**	.511**	.503**	.365**	.490**	.487**	.722**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
X1.4_1	Pearson Correlation	.463**	.474**	.363**	.445**	.500**	.456**	1	.445**	.520**	.415**	.522**	.457**	.428**	.804**	.553**	.412**	.698**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
X1.4_2	Pearson Correlation	.502**	.442**	.571**	.524**	.580**	.485**	.445**	1	.530**	.492**	.667**	.477**	.607**	.317**	.521**	.446**	.733**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
X1.5_1	Pearson Correlation	.527**	.374**	.607**	.659**	.673**	.644**	.520**	.530**	1	.511**	.556**	.495**	.634**	.398**	.620**	.495**	.790**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
X1.5_2	Pearson Correlation	.606**	.384**	.574**	.648**	.542**	.434**	.415**	.492**	.511**	1	.490**	.593**	.449**	.395**	.523**	.455**	.722**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
X1.6_1	Pearson Correlation	.517**	.600**	.598**	.502**	.625**	.459**	.522**	.667**	.556**	.490**	1	.485**	.568**	.421**	.706**	.548**	.789**

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
X1.6_2	Pearson Correlation	.894**	.400**	.517**	.563**	.490**	.511**	.457**	.477**	.495**	.593**	.485**	1	.381**	.454**	.434**	.448**	.727**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
X1.7_1	Pearson Correlation	.389**	.348**	.483**	.541**	.571**	.503**	.428**	.607**	.634**	.449**	.568**	.381**	1	.346**	.693**	.575**	.731**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
X1.7_2	Pearson Correlation	.456**	.382**	.338**	.396**	.409**	.365**	.804**	.317**	.398**	.395**	.421**	.454**	.346**	1	.442**	.350**	.611**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
X1.8_1	Pearson Correlation	.438**	.545**	.505**	.531**	.761**	.490**	.553**	.521**	.620**	.523**	.706**	.434**	.693**	.442**	1	.801**	.816**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
X1.8_2	Pearson Correlation	.455**	.402**	.499**	.465**	.612**	.487**	.412**	.446**	.495**	.455**	.548**	.448**	.575**	.350**	.801**	1	.718**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
Home Service	Pearson Correlation	.751**	.645**	.744**	.744**	.820**	.722**	.698**	.733**	.790**	.722**	.789**	.727**	.731**	.611**	.816**	.718**	1

Delivery	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).																		

	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120
Y.2_1	Pearson Correlation	.304**	.880**	1	.304**	.313**	.332**	.733**	.341**	.690**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.001	.000	.000	.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120
Y.2_2	Pearson Correlation	.826**	.359**	.304**	1	.392**	.399**	.373**	.353**	.683**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001		.000	.000	.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120
Y.3_1	Pearson Correlation	.417**	.381**	.313**	.392**	1	.877**	.440**	.804**	.774**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120
Y.3_2	Pearson Correlation	.516**	.410**	.332**	.399**	.877**	1	.456**	.866**	.817**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120
Y.4_1	Pearson Correlation	.309**	.814**	.733**	.373**	.440**	.456**	1	.435**	.751**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120
Y.4_2	Pearson Correlation	.471**	.391**	.341**	.353**	.804**	.866**	.435**	1	.783**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120
Kepuasan Konsumen	Pearson Correlation	.719**	.755**	.690**	.683**	.774**	.817**	.751**	.783**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).										

Uji Reliability Home Service Delivery

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	120	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	120	100.0

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

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.943	16

Uji Reliability Inovasi Produk

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	120	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	120	100.0

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

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.950	6

Uji Reliability Kepuasan Konsumen

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	120	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	120	100.0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

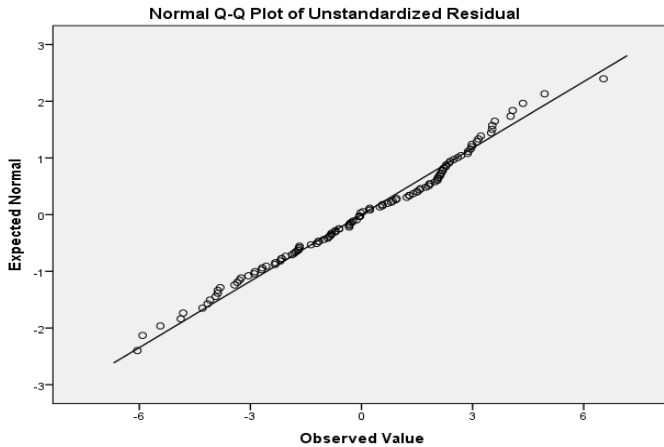
Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.886	8

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		120
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,55792359
Most Extreme Differences	Absolute	,071
	Positive	,038
	Negative	-,071
Test Statistic		,071
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Tests of Normality						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Unstandardized Residual	.071	120	.200*	.986	120	.263
*. This is a lower bound of the true significance.						
a. Lilliefors Significance Correction						

Unstandardized Residual

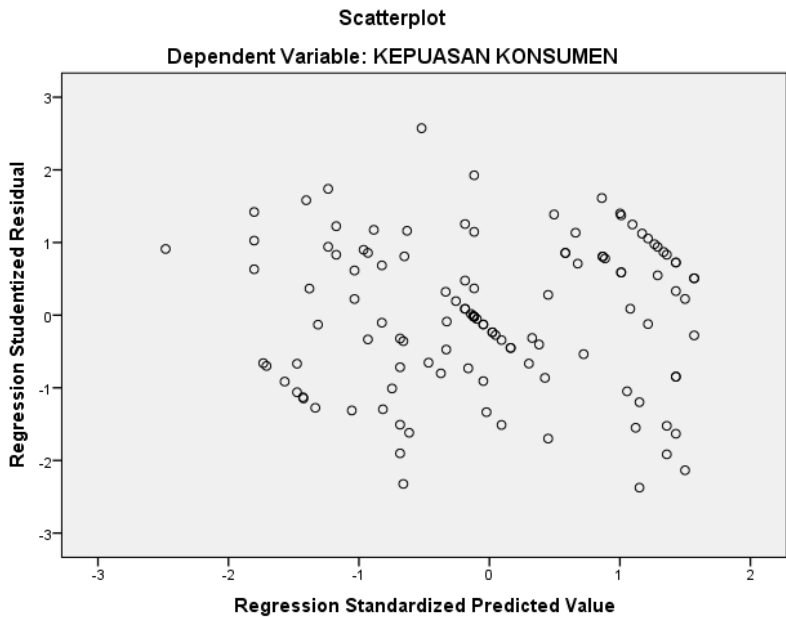


Uji Multikolinearitas

Model		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	5.439	1.643		3.311	.001		
	Home Service Delivery	.276	.033	.574	8.435	.000	.546	1.830
	Inovasi Produk	.373	.075	.338	4.964	.000	.546	1.830

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Uji Heteroskedatisitas



Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.839 ^a	.704	.699	2.57969	2.025
a. Predictors: (Constant), Total_X2, Total_X1					
b. Dependent Variable: Total_3					

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.914	.934		2.048	.043

	Home Service Delivery	-.002	.019	-.014	-.115	.909
	Inovasi Produk	.013	.043	.039	.309	.758
a. Dependent Variable: ABS1						

Uji Regression Linier Berganda

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,839 ^a	,704	,699	2,57969	2,025
a. Predictors: (Constant), INOVASI PRODUK, HOME SERVICE DELIVERY					
b. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN					

ANOVA ^a								
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.		
1	Regression	1853,353	2	926,676	139,249	,000 ^b		
	Residual	778,614	117	6,655				
	Total	2631,967	119					
a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN								
b. Predictors: (Constant), INOVASI PRODUK, HOME SERVICE DELIVERY								
Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5,439	1,643		3,311	,001		

HOME SERVICE DELIVERY	,276	,033	,574	8,435	,000	,546	1,830
INOVASI PRODUK	,373	,075	,338	4,964	,000	,546	1,830
a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN							

Collinearity Diagnostics ^a						
Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions		
				(Constant)	HOME SERVICE DELIVERY	INOVASI PRODUK
1	1	2,977	1,000	,00	,00	,00
	2	,015	14,003	,80	,02	,41
	3	,008	19,553	,19	,98	,59
a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN						

Residuals Statistics ^a					
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	22,7225	38,7078	32,5167	3,94644	120
Std. Predicted Value	-2,482	1,569	,000	1,000	120
Standard Error of Predicted Value	,236	,679	,395	,104	120
Adjusted Predicted Value	22,5734	38,7289	32,5136	3,95027	120
Residual	-6,05238	6,53626	,00000	2,55792	120
Std. Residual	-2,346	2,534	,000	,992	120
Stud. Residual	-2,375	2,574	,001	1,006	120
Deleted Residual	-6,19955	6,74385	,00309	2,63101	120
Stud. Deleted Residual	-2,423	2,638	,000	1,012	120
Mahal. Distance	,003	7,244	1,983	1,492	120
Cook's Distance	,000	,070	,010	,013	120
Centered Leverage Value	,000	,061	,017	,013	120
a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN					

Frequencies Home Service Delivery

Statistics																		
		X1.1_1	X1.1_2	X1.2_1	X1.2_2	X1.3_1	X1.3_2	X1.4_1	X1.4_2	X1.5_1	X1.5_2	X1.6_1	X1.6_2	X1.7_1	X1.7_2	X1.8_1	X1.8_2	HOME SERVICE DELIVERY
N	Valid	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		4,1000	4,1333	4,0917	4,1917	4,1667	4,0417	4,0833	3,9917	4,0667	4,0333	4,0750	4,0583	4,0167	4,1333	4,1000	4,0667	65,3500
Median		4,0000	4,0000	4,0000	4,0000	4,0000	4,0000	4,0000	4,0000	4,0000	4,0000	4,0000	4,0000	4,0000	4,0000	4,0000	4,0000	65,0000
Mode		4,00	5,00	4,00	5,00	5,00	5,00	4,00	4,00	5,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	64,00
Std. Deviation		,80335	,81924	,77780	,79172	,89192	,87347	,83599	,81474	,87671	,83950	,85172	,82295	,93470	,72103	,85406	,76404	9,78049
Minimum		2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	1,00	2,00	2,00	2,00	41,00
Maximum		5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	80,00
Sum		492,00	496,00	491,00	503,00	500,00	485,00	490,00	479,00	488,00	484,00	489,00	487,00	482,00	496,00	492,00	488,00	7842,00

Frequency Table

X1.1_1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	3	2,5	2,5	2,5
	3,00	24	20,0	20,0	22,5
	4,00	51	42,5	42,5	65,0
	5,00	42	35,0	35,0	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

X1.1_2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	2	1,7	1,7	1,7
	3,00	27	22,5	22,5	24,2
	4,00	44	36,7	36,7	60,8
	5,00	47	39,2	39,2	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

X1.2_1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	1	,8	,8	,8
	3,00	28	23,3	23,3	24,2
	4,00	50	41,7	41,7	65,8
	5,00	41	34,2	34,2	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

X1.2_2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	2	1,7	1,7	1,7
	3,00	22	18,3	18,3	20,0
	4,00	47	39,2	39,2	59,2
	5,00	49	40,8	40,8	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

X1.3_1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	6	5,0	5,0	5,0
	3,00	21	17,5	17,5	22,5
	4,00	40	33,3	33,3	55,8
	5,00	53	44,2	44,2	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

X1.3_2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	4	3,3	3,3	3,3
	3,00	31	25,8	25,8	29,2
	4,00	41	34,2	34,2	63,3
	5,00	44	36,7	36,7	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

X1.4_1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	3	2,5	2,5	2,5
	3,00	28	23,3	23,3	25,8
	4,00	45	37,5	37,5	63,3
	5,00	44	36,7	36,7	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

X1.4_2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	3	2,5	2,5	2,5
	3,00	31	25,8	25,8	28,3
	4,00	50	41,7	41,7	70,0
	5,00	36	30,0	30,0	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

X1.5_1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	4	3,3	3,3	3,3
	3,00	30	25,0	25,0	28,3
	4,00	40	33,3	33,3	61,7
	5,00	46	38,3	38,3	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

X1.5_2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	4	3,3	3,3	3,3
	3,00	28	23,3	23,3	26,7
	4,00	48	40,0	40,0	66,7
	5,00	40	33,3	33,3	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

X1.6_1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	4	3,3	3,3	3,3
	3,00	27	22,5	22,5	25,8
	4,00	45	37,5	37,5	63,3
	5,00	44	36,7	36,7	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

X1.6_2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	4	3,3	3,3	3,3
	3,00	25	20,8	20,8	24,2
	4,00	51	42,5	42,5	66,7
	5,00	40	33,3	33,3	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

X1.7_1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	2	1,7	1,7	1,7
	2,00	5	4,2	4,2	5,8
	3,00	24	20,0	20,0	25,8
	4,00	47	39,2	39,2	65,0
	5,00	42	35,0	35,0	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

X1.7_2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	2	1,7	1,7	1,7
	3,00	18	15,0	15,0	16,7
	4,00	62	51,7	51,7	68,3
	5,00	38	31,7	31,7	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

X1.8_1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	5	4,2	4,2	4,2
	3,00	23	19,2	19,2	23,3
	4,00	47	39,2	39,2	62,5
	5,00	45	37,5	37,5	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

X1.8_2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	2	1,7	1,7	1,7
	3,00	25	20,8	20,8	22,5
	4,00	56	46,7	46,7	69,2
	5,00	37	30,8	30,8	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

HOME SERVICE DELIVERY					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	41,00	1	,8	,8	,8
	48,00	7	5,8	5,8	6,7
	49,00	1	,8	,8	7,5
	50,00	4	3,3	3,3	10,8
	51,00	3	2,5	2,5	13,3
	52,00	2	1,7	1,7	15,0
	53,00	1	,8	,8	15,8
	54,00	1	,8	,8	16,7
	55,00	3	2,5	2,5	19,2
	56,00	1	,8	,8	20,0
	57,00	2	1,7	1,7	21,7
	58,00	1	,8	,8	22,5
	59,00	4	3,3	3,3	25,8
	60,00	1	,8	,8	26,7
	61,00	1	,8	,8	27,5
	62,00	4	3,3	3,3	30,8
	63,00	7	5,8	5,8	36,7
	64,00	15	12,5	12,5	49,2
	65,00	9	7,5	7,5	56,7
	66,00	3	2,5	2,5	59,2
67,00	4	3,3	3,3	62,5	

68,00	2	1,7	1,7	64,2
69,00	2	1,7	1,7	65,8
70,00	2	1,7	1,7	67,5
72,00	4	3,3	3,3	70,8
73,00	1	,8	,8	71,7
74,00	7	5,8	5,8	77,5
76,00	3	2,5	2,5	80,0
77,00	6	5,0	5,0	85,0
78,00	8	6,7	6,7	91,7
79,00	5	4,2	4,2	95,8
80,00	5	4,2	4,2	100,0
Total	120	100,0	100,0	

Frequencies Inovasi Produk

Statistics								
		X2.1_1	X2.1_2	X2.2_1	X2.2_2	X2.3_1	X2.3_2	INOVASI PRODUK
N	Valid	120	120	120	120	120	120	120
	Missing	0	0	0	0	0	0	0
Mean		4,0000	4,0083	4,0833	4,0250	4,0250	4,1000	24,2417
Median		4,0000	4,0000	4,0000	4,0000	4,0000	4,0000	24,0000
Mode		4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	5,00	24,00
Std. Deviation		,78857	,81474	,76239	,78283	,78283	,82401	4,25450
Minimum		2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	16,00
Maximum		5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	30,00
Sum		480,00	481,00	490,00	483,00	483,00	492,00	2909,00

Frequency Table

X2.1_1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	2	1,7	1,7	1,7
	3,00	31	25,8	25,8	27,5
	4,00	52	43,3	43,3	70,8
	5,00	35	29,2	29,2	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

X2.1_2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	2	1,7	1,7	1,7
	3,00	33	27,5	27,5	29,2
	4,00	47	39,2	39,2	68,3
	5,00	38	31,7	31,7	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

X2.2_1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	2	1,7	1,7	1,7
	3,00	24	20,0	20,0	21,7
	4,00	56	46,7	46,7	68,3
	5,00	38	31,7	31,7	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

X2.2_2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	1	,8	,8	,8
	3,00	32	26,7	26,7	27,5
	4,00	50	41,7	41,7	69,2
	5,00	37	30,8	30,8	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

X2.3_1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	1	,8	,8	,8
	3,00	32	26,7	26,7	27,5
	4,00	50	41,7	41,7	69,2
	5,00	37	30,8	30,8	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

X2.3_2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	2	1,7	1,7	1,7
	3,00	29	24,2	24,2	25,8
	4,00	44	36,7	36,7	62,5
	5,00	45	37,5	37,5	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

INOVASI PRODUK					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	16,00	1	,8	,8	,8
	18,00	19	15,8	15,8	16,7

	19,00	6	5,0	5,0	21,7
	20,00	5	4,2	4,2	25,8
	21,00	2	1,7	1,7	27,5
	22,00	2	1,7	1,7	29,2
	23,00	2	1,7	1,7	30,8
	24,00	35	29,2	29,2	60,0
	25,00	11	9,2	9,2	69,2
	26,00	1	,8	,8	70,0
	27,00	3	2,5	2,5	72,5
	28,00	1	,8	,8	73,3
	29,00	5	4,2	4,2	77,5
	30,00	27	22,5	22,5	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Frequencies Kepuasan Konsumen

Statistics										
		Y.1_1	Y.1_2	Y.2_1	Y.2_2	Y.3_1	Y.3_2	Y.4_1	Y.4_2	KEPUASAN KONSUMEN
N	Valid	120	120	120	120	120	120	120	120	120
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		3,7833	4,1667	4,0917	3,8750	4,1417	4,1000	4,2333	4,1250	32,5167
Median		4,0000	4,0000	4,0000	4,0000	4,0000	4,0000	4,0000	4,0000	32,0000
Mode		4,00	5,00	4,00	4,00	4,00	5,00	5,00	5,00	32,00
Std. Deviation		,88102	,77061	,73331	,80505	,74806	,82401	,74171	,79455	4,70291
Minimum		1,00	3,00	3,00	2,00	3,00	2,00	3,00	3,00	24,00
Maximum		5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	40,00
Sum		454,00	500,00	491,00	465,00	497,00	492,00	508,00	495,00	3902,00

Frequency Table

Y.1_1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	,8	,8	,8
	2,00	7	5,8	5,8	6,7
	3,00	35	29,2	29,2	35,8
	4,00	51	42,5	42,5	78,3
	5,00	26	21,7	21,7	100,0
Total		120	100,0	100,0	

Y.1_2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,00	27	22,5	22,5	22,5
	4,00	46	38,3	38,3	60,8
	5,00	47	39,2	39,2	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Y.2_1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,00	27	22,5	22,5	22,5
	4,00	55	45,8	45,8	68,3
	5,00	38	31,7	31,7	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Y.2_2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	5	4,2	4,2	4,2
	3,00	32	26,7	26,7	30,8

	4,00	56	46,7	46,7	77,5
	5,00	27	22,5	22,5	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Y.3_1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,00	26	21,7	21,7	21,7
	4,00	51	42,5	42,5	64,2
	5,00	43	35,8	35,8	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Y.3_2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	1	,8	,8	,8
	3,00	32	26,7	26,7	27,5
	4,00	41	34,2	34,2	61,7
	5,00	46	38,3	38,3	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Y.4_1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,00	22	18,3	18,3	18,3
	4,00	48	40,0	40,0	58,3
	5,00	50	41,7	41,7	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Y.4.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,00	31	25,8	25,8	25,8
	4,00	43	35,8	35,8	61,7
	5,00	46	38,3	38,3	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

KEPUASAN KONSUMEN					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	24,00	8	6,7	6,7	6,7
	25,00	4	3,3	3,3	10,0
	26,00	3	2,5	2,5	12,5
	27,00	3	2,5	2,5	15,0
	28,00	4	3,3	3,3	18,3
	29,00	9	7,5	7,5	25,8
	30,00	7	5,8	5,8	31,7
	31,00	7	5,8	5,8	37,5
	32,00	25	20,8	20,8	58,3
	33,00	8	6,7	6,7	65,0
	34,00	5	4,2	4,2	69,2
	35,00	3	2,5	2,5	71,7
	36,00	2	1,7	1,7	73,3
	37,00	7	5,8	5,8	79,2
	38,00	8	6,7	6,7	85,8
	39,00	3	2,5	2,5	88,3
	40,00	14	11,7	11,7	100,0
	Total		120	100,0	100,0

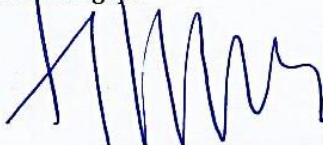
Lampiran 9. Berita Acara Bimbingan Revisi Skripsi

BERBERITA ACARA BIMBINGAN REVISI SKRIPSI

Nama : Ummi Fadhilatul Ummah
NIM/ Program Studi : 151500157/Manajemen
Judul Skripsi :Pengaruh *Home Service Delivery* Dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Kue Dhila Pastry and Cake Gresik
Tanggal Ujian Skripsi : 26 Juli 2019
Dosen Penguji :1. Dra. Christina Menuk S, SE, MM
2. Rina Fariana SE, AK, MA

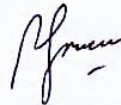
No	Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf Penguji	
			Penguji 1	Penguji 2
1.	02-08-2019	BAB II & IV		
2.	05-08-2019	Analisis Data		
3.	06-08-2019	Kerangka Konseptual		
4.	12-08-2019	Tabel		

Mengetahui,
Dosen Penguji I



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

Dosen Penguji II



Rina Fariana, SE, AK, MA
NPP:1308665/DY