

DAFTAR PUSTAKA

- Alfath, Ahmad. 2018. Pengaruh *Self image congruity*, *Service quality* dan *Perceived value* Terhadap *Customer repurchase intention* pada Bonk Cafe Krian Sidoarjo. Skripsi. Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
- Almasri, M. Nazar. 2016. Sumber Daya Manusia: Implementasi Dalam Pendidikan Islam. *Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan* Vol.19 No.2. STAI Al-Azhar Pekanbaru.
- Amrullah, Pamasang S. Siburian, dan Saida Zainurossalamia Za.2016. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen* Issn Print: 1907-3011. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Mulawarman.
- Anissa, Adriana. 2017. Pengaruh Stres Kerja Dan Konflik Peran Terhadap Kinerja Karyawan Pdam Way Rilau Bandar Lampung. Skripsi. Universitas Lampung.
- Apriyani, Dwi Aliyyah dan Sunarti. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Konsumen *The Little A Coffee Shop* Sidoarjo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* | Vol. 51 No. 2. Universitas Brawijaya Malang
- Farlildan Maria V.J. Tielung. 2015. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Salon *Headquarters Manado Town Square*. *Jurnal Emba* 1106 Vol.3 No.1 Issn 2303-1174. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado.

- Fuad, Muhammad. 2016. Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Layanan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Bus Trans Jogja Di Yogyakarta. Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Ganang, Ghalih, Edriana Pangestuti dkk. 2018. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Go-Ride (Survei Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2016/2017 Dan 2017/2018) Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)|Vol. 61 No. 2 Agustus 2018. Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.
- Gemilar, Afem. 2003. Pengaruh Harga, Merek Dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jamu Nyonya Meneer (Studi Kasus Pada Toko-Toko Jamu Nyonya Meneer Di Kecamatan Gayamsari, Semarang). Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.
- Hasbuan, Putri Handayani. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Damri Di Bandara Soekarno - Hatta. Skripsi. Univ Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Hasyim, Daniel Lukman. 2016. Pengaruh Lokasi, Pelayanan, Fasilitas Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Property "Green Garden Resident" Di Kendal. Jurnal Penelitian Manajemen, Fakultas Ekonomi & Bisnis. Universitas Dian Nuswantoro Semarang.
- Hayat, Afra Wibawa Makna. 2013. Pengaruh Lokasi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen

- Pada Distro Ouval Research Di Buahbatu Bandung.
Jurnal manajemen. Unikom Bandung.
- Imanuel, Brilliance Hymy dan Sherly Tanoto. 2019. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di PT Hastaco Tour and Travel. Jurnal Manajemen Bisnis, Vol. 1. Universitas Kristen Petra Surabaya.
- Kotler dan Keller. 2009. Manajemen pemasaran. Jilid 1. Edisi ke 13. Jakarta : Erlangga.
- Nasbir, Safira Farizah. 2017 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Salon Hair Nets. Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Halu Oleo Kendari.
- Pane, Ahmad Mansyur. 2017. Pengaruh Kualitas Layanan, Fasilitas, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Di Zona Futsal. Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta
- Panjaitan, Januar Efendi dan Ai Lili Yuliati. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jne Cabang Bandung. Jurnal Manajemen Vol. 11 No. 2. Fakultas Komunikasi Dan Bisnis Universitas Telkom.
- Panjaitan, Virginia Meryanta. 2017. Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Taman Rekreasi Wonderia Semarang). Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis. Universitas Diponegoro.
- Primadiawan, Ignatus Angga Prasetya. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan

Pelanggan Bus Po Eka. Skripsi. Fakultas Ekonomi
Univ Sanata Dharma Yogyakarta.

Rimiyati, Hasnah dan Catur Widodo. 2014. Pengaruh Citra
Merek, Kualitas Produk, Kepuasan
Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Merek
Samsung Galaxy Series (Studi Pada Mahasiswa
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta). Jurnal
Manajemen & Bisnis. Universitas Muhammadiyah
Yogyakarta.

Sari, Putri Ratna. 2017. Pengaruh Lingkungan Kerja Dan BPJS
Ketenagakerjaan Terhadap Semangat Kerja Pegawai
Pada CV. Mitra Bersama Tech. Skripsi Universitas
PGRI Adi Buana Surabaya.

Siregar, Syofian, 2013. Metode Penelitian Kuantitatif,
Kencana, Jakarta.

Sopian, Anggi Maulana. 2017. Pengaruh Lokasi Dan Promosi
Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada
Konsumen Kedai Kopi Euy Kota Bandung). Skripsi.
Univ Pasundan Bandung.

Sugiyono, 2014, Statistika Untuk Penelitian, Alfabeta,
Bandung.

-----, 2015, Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan
Kuantitatif, Dan R&D, Alfabeta, Bandung.

-----, 2016, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan
R&D, Alfabeta, Bandung.

Tarimana, Sri Irmayanti. 2017. Pengaruh Merek, Kemasan
Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Pada Mokko Donut & Coffee Kendari. Jurnal Ekonomi Dan Bisnis. Universitas Halu Oleo Kendari.

Tjiptono, Fandy. 2011. Pemasaran Jasa. Bayumedia Publishing. Yogyakarta.

------. 2014. Pemasaran jasa, prinsip, penerapan dan penelitian. Andi offset. Yogyakarta.

------. 2015. Strategi pemasaran edisi 4. Andi offset. Yogyakarta

Urbayani, Nurdin. 2018. Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pengguna Kereta Api Pramek Solo-Yogja). Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. Universitas Muhammadiyah Surakarta.













Yuwananto, Eko. 2011. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Usaha Bahan Bangunan Sembilan Lima Di Kecamatan Gunungpati. Skripsi. Universitas Negeri Semarang.




LAMPIRAN - LAMPIRAN

Lampiran 1. Berita Acara Bimbingan Skripsi

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama Mahasiswa : Moch. Aldi Febriansyah
2. NIM : 151500100
3. Program Studi : Manajemen
4. Tanggal Mengajukan Skripsi : 10 Desember 2018
5. Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, Dan Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pt Utama Anugerah Arjuna Tour Dan Travel.
6. Dosen Pembimbing : Tony Susilo Wibowo. SE.,MPD.,MSM
7. Konsultasi :

No	Tanggal	Paraf Pembimbing	Uraian / Kegiatan
1	10-12-2019		Acc Konsep Penelitian
2	06-03-2019		BAB I Revisi
3	14-03-2019		BAB I Acc
4	11-04-2019		BAB II Revisi
5	02-05-2019		BAB II Acc
6	24-05-2019		BAB III Revisi
7	27-05-2019		BAB III Acc
8	27-05-2019		Acc Sempro
9	01-07-2019		Konsultasi Kuesioner
10	04-07-2019		BAB IV Revisi
11	08-07-2019		BAB IV Acc
12	09-07-2019		BAB V Revisi

13	11-07-2019		BAB V Acc
14	12-07-2019		Artikel Revisi
15	13-07-2019		Artikel Acc

8. Tanggal selesai menulis skripsi : 13 Juli 2019

9. Telah diuji dengan nilai :

Surabaya, 22 Juli 2019

Dosen Pembimbing






Tony Susilo Wibowo. SE.,MPD.,MSM

NIP/NPP : 0709494/DY

Lampiran 2. Berita Acara Bimbingan Revisi Skripsi

BERITA ACARA BIMBINGAN REVISI SKRIPSI

1. Nama Mahasiswa : Moch Aldi Febriansyah
2. NIM : 151500100
3. Program Studi : Manajemen
4. Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Merk Terhadap Kepuasan Konsumen PT Utama Anugerah Arjuna *Tour and Travel*
5. Tanggal Ujian Skripsi : 26 Juli 2019
6. Penguji : 1. Christina Menuk S, Dra, SE, MM
2. Rina Fariana, SE, Ak, MA

No	Tanggal	Materi Konsultasi	Ket	Paraf	
				Penguji I	Penguji II
1	08/08/19	Penulisan Kutipan, Perumusan Hipotesis dan Rancangan Penelitian	ACC		
2	13/08/19	BAB III Penelitian Terdahulu dan Tata Cara Penulisan Tabel dan Gambar	ACC		
3	14/08/19	BAB IV Pembahasan dan Daftar Pustaka	ACC		

Surabaya, 15 Agustus 2019

Penguji I,



Christina Menuk S, Dra, SE, MM
NIP : 195808081962032001

Penguji II,



Rina Fariana, SE, Ak, MA
NIP : 1308665

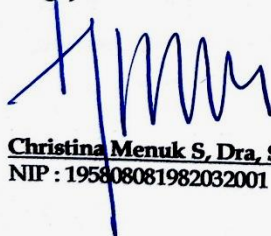
Lampiran 4. Berita Acara Ujian Skripsi

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Skripsi ini diterima dan di setuju oleh Panitia Ujian Skripsi Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya :

Hari : Jum'at
Tanggal : 26 Juli 2019
Tahun : 2019

Penguji I



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

Penguji II



Rina Fariana, SE, Ak, MA
NIP : 1308665

Lampiran 3. Surat 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 : 190598 /01/FE/VI/2019
Lampiran : -
Perihal : Ijin Penelitian dan Pengambilan Data

Kepada Yth:
Bapak/Ibu Pimpinan
PT. Utama Anugerah Arjuna
Jl. Raya Sambiroto No 180 Gresik
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 : Moch Aldi Febriansyah
NIM : 151500100
Prodi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Merek Terhadap Kepuasan Konsumen PT Utama Anugerah Arjuna Tour dan Travel

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



Surabaya, 27 Juni 2019
Dek

Dr. Siti Istikhoro, M.Si
NIP. 19671019.199203.2001

Lampiran 4. Surat Keterangan Penelitian



PT. UTAMA ANUGERAH ARJUNA Tour & Travel Service

Jl. Raya Sambiroto (Stand Pasar Balongpanggang) Gresik Telp. (031)8319999,0813326259,085733260227



SURAT KETERANGAN PENELITIAN

NO : 36/SK-AN/UTAMA/VII/2019

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Syamsul Anwar
Jabatan : Direktur
Perusahaan : PT Utama Anugerah Arjuna Tour and Travel
Alamat : Jl. Raya Sambiroto, Balongpanggang, Gresik

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Moch Aldi Febriansyah
NIM : 151500100
Fakultas/Prodi : Ekonomi/Manajemen
Universitas : Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Adalah benar-benar telah melakukan penelitian dalam rangka penulisan skripsi sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen (SM) yang berjudul : **"Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Merek Terhadap Kepuasan Konsumen PT Utama Anugerah Arjuna Tour and Travel"** sejak tanggal 30 Mei 2019 sampai dengan tanggal 30 Juni 2019, dan telah membahas pula hasil dari penelitiannya kepada kami.

Gresik, 1 Juli 2019

(Syamsul Anwar)

Direktur

Lampiran . Daftar Hadir Peserta Seminar Proposal

DAFTAR HADIR PESERTA SEMINAR PROPOSAL PENELITIAN

Nama : Moch Aldi Febriansyah
 Fakultas/Prodi : Ekonomi/Manajemen
 NIM : 15-150-0100
 Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Merek Terhadap Kepuasan Konsumen PT Utama Anugerah Arjuna Tour dan Travel

NO	NAMA	NIM	TTD
1	Dewi Inroastal Mupida	15-150-0043	
2	Ayu Trianeng Mimik-p	15-150-0200	
3	Subeki	15-150-0111	
4	M. Syarifudin bantjar	15-150-0233	
5	Hanief Khoyyir Nafah	17-160-0099	
6	Murba'athy Ming Syahdu	16-160-0134	
7	A. FAHRI HULJAINI	15-150-0245	
8	Muhamad Aerori	15-150-0122	
9	Deni subiantoro	16-150-0277	
10	Khoirul Hidayat	16-150-0237	
11	M. Choirul Azam	15-150-0199	
12	Boby Prodiana	15-150-0024	
13	Muhamad Ramadhan	15-150-0198	
14	Ahmed. Miftahul. F	15-150-0123	

15	AH DW CAHYONO	15-150-019	15
16	Rahim Ramadani	15-150-022	15
17	Ade Uvi Alwira	15-150-020	15
18			
19			
20			
21			
22			
23			
24			
25			

Surabaya, 29 Mei 2019

Mengetahui,
Dosen Pembimbing



Tony Susilo Wibowo, SE, M.Pd, MSM
NPP : 0709494/DY

Penyaji



Moch Aldi Febriansyah
NIM : 151500100

Lampiran 5. Kuesioner

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Merek Terhadap Kepuasan Konsumen PT Utama Anugerah Ajuna Tour dan Travel

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

Bagian I:

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

Nama : (boleh tidak diisi).

Alamat : (boleh tidak diisi).

Usia :

(1)	20 s.d 25Tahun
(2)	26 s.d 30Tahun
(3)	31s.d 35 Tahun

Jenis Kelamin : (1) Perempuan (2) Laki-laki

Status Perkawinan : (1) Menikah (2) Belum Menikah

Bagian II:

Pernyataan pada poin II merupakan pernyataan berkaitan dengan tiap-tiap variabel terhadap kepuasan

pelanggan. Berilah tanda (✓) pada jawaban yang sesuai dengan pilihan anda.

Adapaun pilihan jawaban adalah:

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

RR : Ragu-ragu

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

No	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
I	Kualitas Pelayanan (X1)					
	<i>Tangibles</i> (berwujud)					
1.	memiliki dan menyediakan peralatan yang modern					
2.	memiliki tempat yang membuat anda nyaman					
	<i>Reliability</i> (kehandalan)					
3.	melayani anda dengan tepat dalam pertama kali datang					
4.	melayani anda dengan cepat dan baik					
	<i>Responsivess</i> (ketanggapan)					
5.	tanggap dalam melayani anda					
6.	cekatan dalam memberikan layanan.					
	<i>Assurance</i> (jaminan)					
7.	mampu membuat anda yakin dalam keamanan					
8.	bersikap ramah dan sopan dalam melayani anda					
	<i>Emphaty</i> (empati)					
9.	memberikan perhatian tanpa membedakan status sosial anda					
10.	berbicara dengan sopan melalui					

	telepon saat melayani anda					
II	Lokasi (X2)					
	Keterjangkauan					
1.	Kantor travel mudah di temukan					
2.	Kantor travel dekat dengan tempat kerja					
	Kelancaran akses menuju lokasi					
3.	Jalan menuju kantor travel tidak macet					
4.	Kantor travel strategis					
	Kedekatan dengan kediaman					
5.	Kantor travel dekat dengan rumah					
6.	Kantor travel dekat dengan pasar					
III	Merek (X3)					
	Kesadaran Merek					
1.	Logo perusahaan memberikan identitas tersendiri.					
2.	Saya menganggap jasa travel ini selalu bagus					
	Asosiasi Merek					
3.	Jasa travel ini telah memberikan harga sesuai					
4.	Saya menyukai travel dan tour					
	Persepsi Kualitas					
5.	Jasa travel ini memiliki kendaraan yang terawat					
6.	Jasa travel ini memiliki golongan harga yang disesuaikan dengan fasilitas					
	Loyalitas Merek					

7.	Saya mengutamakan jasa travel					
8.	Menyarankan orang lain agar menggunakan jasa travel ini					
IV	Kepuasan Konsumen (Y)					
	Kesesuaian Harapan					
1.	Pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan					
2.	Terpenuhinya kebutuhan atas jasa yang diberikan					
	Minat Berkunjung Kembali					
3.	Saya berlangganan dengan jasa travel ini					
4.	Membandingkan jasa travel ini dengan jasa travel yang lain					
	Kesediaan merekomendasikan					
5.	Merekomendasikan jasa travel ini kepada teman					
6.	Saya meyakini jasa travel ini adalah yang terbaik.					

Lampiran 6. Tabulasi Data Penelitian

VARIABEL KUALITAS PELAYANAN (X1)

No Responden	KUALITAS PELAYANAN (X1)										X1_ TOTAL
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	
1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
2	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	47
3	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	43
4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	45
5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	46
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
7	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	44
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
10	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	45
11	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	46

12	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	43
13	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	45
14	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
15	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
17	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
18	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
19	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	46
20	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	44
21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
22	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	34
23	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	34
24	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	38
25	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	38
26	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	38
27	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	35
28	5	5	5	5	5	5	4	4	3	4	45

29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
30	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	42
31	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
32	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
35	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	44
36	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	47
37	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	44
38	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	43
39	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	47
40	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	36
41	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	44
42	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	38
43	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	31
44	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	32
45	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	46

63	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
65	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	36
66	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	38
67	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	37
68	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	35
69	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
70	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
71	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42
72	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	42
73	2	2	2	2	2	2	4	4	4	4	28
74	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	36
75	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	31
76	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	32
77	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
78	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	44
79	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	34

80	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
81	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	38
82	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	35
83	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
84	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	43
85	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	32
86	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	36
87	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	38
88	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	42
89	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	36
90	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	38
91	4	4	5	5	5	4	3	4	3	3	40
92	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	44
93	5	5	5	5	5	5	3	3	3	4	43
94	4	4	4	4	4	5	3	4	3	4	39
95	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	45
96	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	45

97	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	37
98	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
99	5	5	5	5	4	4	4	3	4	4	43
100	4	5	5	4	3	4	4	3	4	4	40
101	3	3	3	3	3	5	5	5	5	5	40
102	3	3	4	4	4	5	5	5	5	5	43
103	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	38
104	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	42
105	3	4	3	4	4	5	4	2	2	4	35

VARIABEL LOKASI (X2)

No Responden	LOKASI (X2)						X2_TOTAL
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	
1	5	5	5	5	5	5	30
2	4	4	4	4	4	5	25
3	4	4	4	4	4	5	25
4	5	5	5	5	5	4	29
5	4	4	4	4	4	5	25
6	5	5	5	5	5	5	30
7	5	5	5	5	5	4	29
8	4	4	4	4	4	4	24
9	4	4	4	4	4	4	24
10	5	5	5	5	5	4	29
11	5	5	5	5	5	5	30
12	5	5	5	5	5	4	29
13	3	3	3	3	3	3	18
14	5	5	5	5	5	5	30
15	4	5	4	4	5	5	27
16	4	4	4	4	4	4	24
17	5	5	5	5	5	5	30
18	5	5	5	5	5	5	30
19	5	5	5	5	5	5	30
20	3	3	3	3	3	3	18
21	4	4	4	4	3	3	22
22	4	4	4	5	4	4	25
23	4	4	4	4	4	4	24
24	4	3	4	4	4	4	23
25	4	5	4	5	3	5	26

26	3	3	3	3	3	3	18
27	4	4	4	4	4	4	24
28	5	5	5	5	5	5	30
29	4	4	4	4	3	3	22
30	4	4	4	4	4	3	23
31	4	4	3	4	3	3	21
32	4	4	4	4	3	4	23
33	4	4	4	4	4	3	23
34	5	4	4	4	4	4	25
35	4	4	3	4	4	4	23
36	4	4	3	3	4	4	22
37	4	4	4	3	4	4	23
38	4	4	4	3	3	3	21
39	5	4	5	4	5	4	27
40	4	4	4	4	5	4	25
41	3	4	5	5	5	5	27
42	5	5	5	4	4	4	27
43	3	3	3	3	3	3	18
44	3	3	3	3	3	3	18
45	4	4	5	4	4	5	26
46	5	5	5	4	5	4	28
47	4	3	4	3	3	4	21
48	5	5	5	5	5	4	29
49	5	5	4	5	4	5	28
50	5	5	4	4	4	4	26
51	5	5	5	5	5	5	30
52	4	4	4	4	4	4	24
53	4	4	4	4	3	4	23
54	4	5	5	3	3	4	24

55	5	5	5	5	5	5	30
56	5	4	4	4	4	4	25
57	4	4	4	4	2	2	20
58	5	4	5	4	4	4	26
59	5	4	4	4	3	3	23
60	4	4	4	4	4	4	24
61	4	4	4	5	5	4	26
62	4	4	4	4	4	3	23
63	4	4	4	4	4	4	24
64	4	4	4	4	5	4	25
65	3	4	3	4	4	4	22
66	4	4	4	4	4	4	24
67	4	3	4	4	4	4	23
68	4	3	4	4	4	3	22
69	5	5	5	5	5	5	30
70	5	5	5	5	5	5	30
71	4	4	4	4	4	4	24
72	5	5	5	5	5	5	30
73	3	3	3	3	3	3	18
74	5	5	5	5	5	5	30
75	5	5	5	5	5	5	30
76	4	4	4	4	4	4	24
77	5	5	5	5	5	5	30
78	5	5	5	5	5	4	29
79	4	4	4	4	4	4	24
80	4	4	4	4	4	4	24
81	4	4	4	4	4	4	24
82	4	5	5	5	5	5	29
83	4	5	5	4	4	5	27

2	5	5	5	5	5	5	5	5	40
3	5	5	5	5	4	4	4	4	36
4	5	5	4	4	4	4	4	4	34
5	5	5	5	5	5	5	5	5	40
6	5	5	5	5	5	5	5	5	40
7	4	4	4	4	4	4	4	4	32
8	5	5	5	5	5	5	5	5	40
9	5	5	5	5	5	5	5	5	40
10	4	4	4	4	4	4	4	4	32
11	5	5	5	5	5	5	5	5	40
12	4	4	4	4	4	4	4	4	32
13	4	5	5	5	4	5	5	5	38
14	5	5	5	5	5	5	5	5	40
15	4	4	4	4	4	4	4	4	32
16	4	4	4	4	4	4	4	4	32
17	5	5	5	5	5	5	5	5	40
18	5	5	5	5	5	5	5	5	40
19	5	5	5	5	5	5	5	5	40
20	4	4	4	4	4	3	3	3	29
21	4	4	4	4	4	3	3	3	29
22	4	4	4	4	4	4	4	4	32
23	4	4	3	3	3	3	3	3	26
24	4	4	4	4	4	4	4	3	31
25	4	4	4	4	4	4	4	4	32
26	4	4	4	4	4	4	4	4	32
27	4	4	4	4	4	4	4	4	32
28	5	5	5	5	5	5	5	5	40
29	4	4	4	4	4	3	3	3	29
30	4	4	4	4	4	3	3	3	29

89	3	3	3	3	3	3	3	3	24
90	3	3	4	4	3	3	4	4	28
91	3	3	4	3	3	3	4	3	26
92	4	4	4	4	4	4	4	4	32
93	5	5	5	5	5	5	5	5	40
94	4	3	4	3	4	3	4	3	28
95	4	4	4	4	4	4	4	4	32
96	5	4	4	4	5	4	4	4	34
97	4	4	4	3	4	4	4	3	30
98	3	3	4	4	3	3	4	4	28
99	4	4	4	4	4	4	4	4	32
100	4	3	3	3	4	3	3	3	26
101	4	3	4	4	4	3	4	4	30
102	4	4	4	4	4	4	4	4	32
103	4	4	4	4	4	4	4	4	32
104	4	4	4	4	4	4	4	4	32
105	5	5	5	5	5	5	5	5	40

VARIABEL KEPUASAN KONSUMEN (Y)

No Responden	KEPUASAN KONSUMEN (Y)						Y_TOTAL
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	
1	5	5	5	5	5	5	30
2	4	5	5	4	5	5	28
3	4	4	4	4	4	4	24
4	5	5	5	5	5	4	29
5	4	4	4	4	5	4	25
6	5	5	5	5	5	5	30
7	5	5	5	5	5	4	29

8	5	4	5	5	5	4	28
9	4	4	4	4	4	4	24
10	5	5	5	5	5	4	29
11	5	5	5	5	5	5	30
12	5	5	4	5	5	4	28
13	4	3	4	5	4	4	24
14	5	5	5	5	5	5	30
15	4	4	3	5	4	4	24
16	4	4	4	4	4	4	24
17	5	5	5	5	5	5	30
18	5	5	5	5	5	5	30
19	5	5	5	5	5	5	30
20	5	5	5	5	4	4	28
21	5	4	5	5	4	3	26
22	4	4	4	4	4	4	24
23	4	4	4	4	3	4	23
24	4	4	5	4	5	4	26
25	3	4	3	4	3	4	21
26	3	4	4	3	4	3	21
27	4	4	4	4	4	4	24
28	5	5	5	5	5	5	30
29	3	4	4	4	4	3	22
30	4	5	4	5	5	4	27
31	4	4	5	4	4	5	26
32	5	5	5	5	5	4	29
33	4	5	5	4	4	5	27
34	4	5	4	4	4	4	25
35	5	5	5	5	5	5	30
36	5	5	5	5	5	5	30

37	4	4	4	4	4	4	24
38	5	5	5	5	5	5	30
39	5	5	5	5	5	4	29
40	4	4	4	4	4	5	25
41	5	5	5	5	5	5	30
42	4	4	4	4	4	4	24
43	3	3	3	3	3	3	18
44	3	3	3	3	3	3	18
45	4	4	4	4	4	4	24
46	4	4	4	4	4	4	24
47	5	5	5	5	5	5	30
48	3	3	3	3	3	3	18
49	3	3	3	3	3	3	18
50	3	3	4	4	4	3	21
51	5	5	5	5	5	5	30
52	4	4	4	4	4	4	24
53	4	3	3	3	3	3	19
54	4	3	4	4	4	3	22
55	4	4	4	4	4	4	24
56	4	4	4	4	4	4	24
57	4	4	4	4	4	4	24
58	5	5	5	5	5	5	30
59	4	2	4	4	4	4	22
60	3	3	4	4	4	4	22
61	3	3	3	3	3	3	18
62	3	3	3	3	3	3	18
63	4	4	4	4	4	4	24
64	4	4	5	5	5	4	27
65	3	4	3	3	3	4	20

66	4	4	4	4	4	4	24
67	4	3	4	3	4	4	22
68	3	4	4	4	4	4	23
69	4	4	4	4	4	4	24
70	4	4	4	4	4	4	24
71	4	4	5	5	5	4	27
72	5	5	5	5	5	5	30
73	3	3	3	3	3	3	18
74	3	3	3	3	3	3	18
75	3	3	4	3	4	3	20
76	3	4	3	4	4	4	22
77	4	4	4	4	4	5	25
78	4	5	4	4	4	4	25
79	4	3	4	3	3	4	21
80	4	4	4	4	4	4	24
81	4	4	4	4	4	4	24
82	3	3	3	3	3	3	18
83	4	4	4	4	3	4	23
84	4	4	4	4	4	4	24
85	3	3	3	3	4	3	19
86	3	3	3	3	3	3	18
87	4	4	4	4	4	4	24
88	5	5	5	5	5	5	30
89	3	3	3	3	3	3	18
90	3	4	3	4	3	3	20
91	3	4	3	3	3	3	19
92	4	4	4	4	4	4	24
93	5	5	5	5	5	5	30
94	3	4	3	4	4	3	21

95	4	4	4	4	4	4	24
96	4	4	4	4	5	4	25
97	3	4	3	4	4	4	22
98	4	4	4	4	4	4	24
99	4	3	4	4	4	4	23
100	4	3	4	4	4	3	22
101	5	5	5	5	5	5	30
102	5	5	5	5	5	5	30
103	4	4	4	4	4	4	24
104	4	4	5	4	4	5	26
105	5	5	5	5	5	4	29

Lampiran 7. Olah Data SPSS

Lampiran Tabel Frekuensi Jawaban Responden

1. Variabel Kualitas Pelayanan

x1.1_1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TidakSetuju	5	4.8	4.8	4.8

	Ragu-ragu	10	9.5	9.5	14.3
	Setuju	55	52.4	52.4	66.7
	SangatSetuju	35	33.3	33.3	100.0
	Total	105	100.0	100.0	

x1.1_2

		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TidakSetuju	5	4.8	4.8	4.8
	Ragu-ragu	9	8.6	8.6	13.3
	Setuju	57	54.3	54.3	67.6
	SangatSetuju	34	32.4	32.4	100.0
	Total	105	100.0	100.0	

x1.2_1

		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TidakSetuju	5	4.8	4.8	4.8
	Ragu-ragu	11	10.5	10.5	15.2
	Setuju	51	48.6	48.6	63.8
	SangatSetuju	38	36.2	36.2	100.0
	Total	105	100.0	100.0	

x1.2_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TidakSetuju	5	4.8	4.8	4.8
	Ragu-ragu	12	11.4	11.4	16.2
	Setuju	55	52.4	52.4	68.6
	SangatSetuju	33	31.4	31.4	100.0
	Total	105	100.0	100.0	

x1.3_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TidakSetuju	5	4.8	4.8	4.8
	Ragu-ragu	13	12.4	12.4	17.1
	Setuju	61	58.1	58.1	75.2
	SangatSetuju	26	24.8	24.8	100.0
	Total	105	100.0	100.0	

x1.3_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TidakSetuju	5	4.8	4.8	4.8
	Ragu-ragu	13	12.4	12.4	17.1
	Setuju	65	61.9	61.9	79.0
	SangatSetuju	22	21.0	21.0	100.0
	Total	105	100.0	100.0	

x1.4_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TidakSetuju	4	3.8	3.8	3.8
	Ragu-ragu	27	25.7	25.7	29.5
	Setuju	65	61.9	61.9	91.4
	SangatSetuju	9	8.6	8.6	100.0
	Total	105	100.0	100.0	

x1.4_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TidakSetuju	5	4.8	4.8	4.8
	Ragu-ragu	28	26.7	26.7	31.4
	Setuju	63	60.0	60.0	91.4
	SangatSetuju	9	8.6	8.6	100.0
	Total	105	100.0	100.0	

x1.5_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TidakSetuju	5	4.8	4.8	4.8
	Ragu-ragu	38	36.2	36.2	41.0
	Setuju	54	51.4	51.4	92.4
	SangatSetuju	8	7.6	7.6	100.0

Total	105	100.0	100.0
-------	-----	-------	-------

x1.5_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TidakSetuju	4	3.8	3.8	3.8
	Ragu-ragu	40	38.1	38.1	41.9
	Setuju	55	52.4	52.4	94.3
	SangatSetuju	6	5.7	5.7	100.0
	Total	105	100.0	100.0	

KUALITAS PELAYANAN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20.00	4	3.8	3.8	3.8
	28.00	1	1.0	1.0	4.8
	31.00	2	1.9	1.9	6.7
	32.00	6	5.7	5.7	12.4
	34.00	3	2.9	2.9	15.2
	35.00	5	4.8	4.8	20.0
	36.00	7	6.7	6.7	26.7
	37.00	2	1.9	1.9	28.6
	38.00	13	12.4	12.4	41.0
	39.00	6	5.7	5.7	46.7
	40.00	14	13.3	13.3	60.0
	41.00	2	1.9	1.9	61.9
	42.00	5	4.8	4.8	66.7

43.00	9	8.6	8.6	75.2
44.00	8	7.6	7.6	82.9
45.00	6	5.7	5.7	88.6
46.00	5	4.8	4.8	93.3
47.00	3	2.9	2.9	96.2
49.00	2	1.9	1.9	98.1
50.00	2	1.9	1.9	100.0
Total	105	100.0	100.0	

2. VARIABEL LOKASI

x2.1_1

		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-ragu	11	10.5	10.5	10.5
	Setuju	57	54.3	54.3	64.8
	SangatSetuju	37	35.2	35.2	100.0
	Total	105	100.0	100.0	

x2.1_2

		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-ragu	14	13.3	13.3	13.3
	Setuju	52	49.5	49.5	62.9
	SangatSetuju	39	37.1	37.1	100.0
	Total	105	100.0	100.0	

x2.2_1

		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
--	--	---------------	---------	------------------	-----------------------

Valid	Ragu-ragu	13	12.4	12.4	12.4
	Setuju	53	50.5	50.5	62.9
	SangatSetuju	39	37.1	37.1	100.0
	Total	105	100.0	100.0	

x2.2_2

		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-ragu	14	13.3	13.3	13.3
	Setuju	55	52.4	52.4	65.7
	SangatSetuju	36	34.3	34.3	100.0
	Total	105	100.0	100.0	

x2.3_1

		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TidakSetuju	1	1.0	1.0	1.0
	Ragu-ragu	19	18.1	18.1	19.0
	Setuju	49	46.7	46.7	65.7
	SangatSetuju	36	34.3	34.3	100.0
	Total	105	100.0	100.0	

x2.3_2

		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TidakSetuju	1	1.0	1.0	1.0
	Ragu-ragu	19	18.1	18.1	19.0
	Setuju	54	51.4	51.4	70.5
	SangatSetuju	31	29.5	29.5	100.0

Total	105	100.0	100.0
-------	-----	-------	-------

LOKASI

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18.00	7	6.7	6.7	6.7
	19.00	1	1.0	1.0	7.6
	20.00	1	1.0	1.0	8.6
	21.00	5	4.8	4.8	13.3
	22.00	6	5.7	5.7	19.0
	23.00	11	10.5	10.5	29.5
	24.00	21	20.0	20.0	49.5
	25.00	10	9.5	9.5	59.0
	26.00	5	4.8	4.8	63.8
	27.00	6	5.7	5.7	69.5
	28.00	4	3.8	3.8	73.3
	29.00	9	8.6	8.6	81.9
	30.00	19	18.1	18.1	100.0
	Total	105	100.0	100.0	

3. VARIABEL MEREK

x3.1_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-ragu	23	21.9	21.9	21.9
	Setuju	54	51.4	51.4	73.3
	SangatSetuju	28	26.7	26.7	100.0
	Total	105	100.0	100.0	

x3.1_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-ragu	23	21.9	21.9	21.9
	Setuju	51	48.6	48.6	70.5
	SangatSetuju	31	29.5	29.5	100.0
	Total	105	100.0	100.0	

x3.2_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-ragu	20	19.0	19.0	19.0
	Setuju	54	51.4	51.4	70.5
	SangatSetuju	31	29.5	29.5	100.0
	Total	105	100.0	100.0	

x3.2_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-ragu	21	20.0	20.0	20.0
	Setuju	54	51.4	51.4	71.4
	SangatSetuju	30	28.6	28.6	100.0
	Total	105	100.0	100.0	

x3.3_1

		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-ragu	24	22.9	22.9	22.9
	Setuju	55	52.4	52.4	75.2
	SangatSetuj u	26	24.8	24.8	100.0
	Total	105	100.0	100.0	

x3.3_2

		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Vali d	Ragu-ragu	28	26.7	26.7	26.7
	Setuju	49	46.7	46.7	73.3
	SangatSetuj u	28	26.7	26.7	100.0
	Total	105	100.0	100.0	

x3.4_1

		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-ragu	24	22.9	22.9	22.9
	Setuju	52	49.5	49.5	72.4
	SangatSetuj u	29	27.6	27.6	100.0
	Total	105	100.0	100.0	

x3.4_2

		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
--	--	---------------	---------	------------------	-----------------------

Valid	Ragu-ragu	26	24.8	24.8	24.8
	Setuju	51	48.6	48.6	73.3
	SangatSetuju	28	26.7	26.7	100.0
	Total	105	100.0	100.0	

MEREK

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	24.00	11	10.5	10.5	10.5
	26.00	7	6.7	6.7	17.1
	28.00	9	8.6	8.6	25.7
	29.00	4	3.8	3.8	29.5
	30.00	5	4.8	4.8	34.3
	31.00	1	1.0	1.0	35.2
	32.00	33	31.4	31.4	66.7
	34.00	5	4.8	4.8	71.4
	36.00	3	2.9	2.9	74.3
	37.00	1	1.0	1.0	75.2
	38.00	2	1.9	1.9	77.1
	40.00	24	22.9	22.9	100.0
	Total	105	100.0	100.0	

4. VARIABEL KEPUASAN KONSUMEN

y.1_1

		Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-ragu	25	23.8	23.8	23.8
	Setuju	50	47.6	47.6	71.4
	SangatSetuju	30	28.6	28.6	100.0
	Total	105	100.0	100.0	

y.1_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TidakSetuju	1	1.0	1.0	1.0
	Ragu-ragu	22	21.0	21.0	21.9
	Setuju	49	46.7	46.7	68.6
	SangatSetuju	33	31.4	31.4	100.0
	Total	105	100.0	100.0	

y.2_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-ragu	21	20.0	20.0	20.0
	Setuju	48	45.7	45.7	65.7
	SangatSetuju	36	34.3	34.3	100.0
	Total	105	100.0	100.0	

y.2_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
--	--	-----------	---------	---------------	--------------------

Valid	Ragu-ragu	19	18.1	18.1	18.1
	Setuju	51	48.6	48.6	66.7
	SangatSetuju	35	33.3	33.3	100.0
	Total	105	100.0	100.0	

y.3_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-ragu	19	18.1	18.1	18.1
	Setuju	51	48.6	48.6	66.7
	SangatSetuju	35	33.3	33.3	100.0
	Total	105	100.0	100.0	

y.3_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-ragu	23	21.9	21.9	21.9
	Setuju	56	53.3	53.3	75.2
	SangatSetuju	26	24.8	24.8	100.0
	Total	105	100.0	100.0	

KEPUASAN KONSUMEN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18.00	11	10.5	10.5	10.5
	19.00	3	2.9	2.9	13.3

20.00	3	2.9	2.9	16.2
21.00	5	4.8	4.8	21.0
22.00	8	7.6	7.6	28.6
23.00	4	3.8	3.8	32.4
24.00	27	25.7	25.7	58.1
25.00	6	5.7	5.7	63.8
26.00	4	3.8	3.8	67.6
27.00	4	3.8	3.8	71.4
28.00	4	3.8	3.8	75.2
29.00	6	5.7	5.7	81.0
30.00	20	19.0	19.0	100.0
Total	105	100.0	100.0	

USIA

		Frequen cy	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20 s.d 25 Tahun	52	49.5	49.5	49.5
	26 s.d 30 Tahun	28	26.7	26.7	76.2
	31 s.d 35 Tahun	25	23.8	23.8	100.0
	Total	105	100.0	100.0	

JENIS KELAMIN

		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	56	53.3	53.3	53.3

Perempuan	49	46.7	46.7	100.0
Total	105	100.0	100.0	

STATUS PERNIKAHAN

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Belum Menikah	65	61.9	61.9	61.9
Sudah menikah	40	38.1	38.1	100.0
Total	105	100.0	100.0	

LAMPIRAN 8. UJI VALIDITAS

1. VARIABEL KUALITAS PELAYANAN

		Correlations										KUALITAS PELAYANAN
		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	
x1.1_1	Pearson Correlation	1	.903**	.877**	.828**	.765**	.598**	.462**	.435**	.420**	.450**	.839**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
x1.1_2	Pearson Correlation	.903**	1	.875**	.857**	.744**	.659**	.469**	.369**	.373**	.419**	.832**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
x1.2_1	Pearson Correlation	.877**	.875**	1	.941**	.873**	.699**	.550**	.521**	.491**	.508**	.911**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
x1.2_2	Pearson Correlation	.828**	.857**	.941**	1	.908**	.727**	.533**	.483**	.425**	.473**	.892**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
x1.3_1	Pearson Correlation	.765**	.744**	.873**	.908**	1	.791**	.555**	.537**	.423**	.469**	.876**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
x1.3_2	Pearson Correlation	.598**	.659**	.699**	.727**	.791**	1	.674**	.534**	.504**	.554**	.827**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
x1.4_1	Pearson Correlation	.462**	.469**	.550**	.533**	.555**	.674**	1	.800**	.792**	.696**	.786**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
x1.4_2	Pearson Correlation	.435**	.369**	.521**	.483**	.537**	.534**	.800**	1	.761**	.731**	.741**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
x1.5_1	Pearson Correlation	.420**	.373**	.491**	.425**	.423**	.504**	.792**	.761**	1	.772**	.714**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
x1.5_2	Pearson Correlation	.450**	.419**	.508**	.473**	.469**	.554**	.696**	.731**	.772**	1	.729**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
KUALITAS PELAYANAN	Pearson Correlation	.839**	.832**	.911**	.892**	.876**	.827**	.786**	.741**	.714**	.729**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105

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

2. VARIABEL LOKASI

Correlations

		x2.1_1	x2.1_2	x2.2_1	x2.2_2	x2.3_1	x2.3_2	LOKASI
x2.1_1	Pearson Correlation	1	.787**	.748**	.680**	.602**	.544**	.837**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	105	105	105	105	105	105	105
x2.1_2	Pearson Correlation	.787**	1	.773**	.752**	.666**	.693**	.901**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	105	105	105	105	105	105	105
x2.2_1	Pearson Correlation	.748**	.773**	1	.716**	.693**	.641**	.882**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	105	105	105	105	105	105	105
x2.2_2	Pearson Correlation	.680**	.752**	.716**	1	.745**	.630**	.874**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	105	105	105	105	105	105	105
x2.3_1	Pearson Correlation	.602**	.666**	.693**	.745**	1	.684**	.856**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	105	105	105	105	105	105	105
x2.3_2	Pearson Correlation	.544**	.693**	.641**	.630**	.684**	1	.817**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	105	105	105	105	105	105	105
LOKASI	Pearson Correlation	.837**	.901**	.882**	.874**	.856**	.817**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	105	105	105	105	105	105	105

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

3. VARIABEL MEREK

Correlations

		x3.1_1	x3.1_2	x3.2_1	x3.2_2	x3.3_1	x3.3_2	x3.4_1	x3.4_2	MEREK
x3.1_1	Pearson Correlation	1	.819**	.864**	.803**	.971**	.750**	.807**	.743**	.914**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105
x3.1_2	Pearson Correlation	.819**	1	.779**	.856**	.791**	.933**	.728**	.798**	.908**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105
x3.2_1	Pearson Correlation	.864**	.779**	1	.880**	.877**	.757**	.945**	.825**	.937**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105
x3.2_2	Pearson Correlation	.803**	.856**	.880**	1	.815**	.830**	.827**	.938**	.941**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105
x3.3_1	Pearson Correlation	.971**	.791**	.877**	.815**	1	.775**	.836**	.770**	.924**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105
x3.3_2	Pearson Correlation	.750**	.933**	.757**	.830**	.775**	1	.809**	.873**	.913**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105
x3.4_1	Pearson Correlation	.807**	.728**	.945**	.827**	.836**	.809**	1	.879**	.925**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105
x3.4_2	Pearson Correlation	.743**	.798**	.825**	.938**	.770**	.873**	.879**	1	.925**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105
MEREK	Pearson Correlation	.914**	.908**	.937**	.941**	.924**	.913**	.925**	.925**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105

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

4. VARIABEL KEPUASAN KONSUMEN

		Correlations						KEPUASAN KONSUMEN
		y.1_1	y.1_2	y.2_1	y.2_2	y.3_1	y.3_2	
y.1_1	Pearson Correlation	1	.754**	.863**	.851**	.795**	.731**	.926**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	105	105	105	105	105	105	105
y.1_2	Pearson Correlation	.754**	1	.720**	.778**	.741**	.726**	.876**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	105	105	105	105	105	105	105
y.2_1	Pearson Correlation	.863**	.720**	1	.803**	.841**	.745**	.921**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	105	105	105	105	105	105	105
y.2_2	Pearson Correlation	.851**	.778**	.803**	1	.845**	.688**	.920**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	105	105	105	105	105	105	105
y.3_1	Pearson Correlation	.795**	.741**	.841**	.845**	1	.688**	.909**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	105	105	105	105	105	105	105
y.3_2	Pearson Correlation	.731**	.726**	.745**	.688**	.688**	1	.846**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	105	105	105	105	105	105	105
KEPUASAN KONSUMEN	Pearson Correlation	.926**	.876**	.921**	.920**	.909**	.846**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	105	105	105	105	105	105	105

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

LAMPIRAN UJI RELIABILITAS

1. VARIABEL KUALITAS PELAYANAN

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.945	10

2. VARIABEL LOKASI

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.929	6

3. VARIABEL MEREK

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.975	8

4. VARIABEL KEPUASAN KONSUMEN

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.953	6

LAMPIRAN UJI ASUMSI KLASIK

1. UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardi zed Residual
N		105
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.28253180
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.056
	Positive	.056
	Negative	-.054
Test Statistic		.056
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.

2. UJI MULTIKOLONIERITAS

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	KUALITAS PELAYANAN	.997	1.003
	LOKASI	.817	1.224
	MEREK	.819	1.221

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

4. Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Durbin-Watson
1	.528 ^a	.278	.257	1.792

a. Predictors: (Constant), MEREK, KUALITAS PELAYANAN, LOKASI

b. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Durbin-Watson
1	.528 ^a	.278	.257	1.792

a. Predictors: (Constant), MEREK, KUALITAS PELAYANAN, LOKASI

b. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

LAMPIRAN ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA

1. Uji t

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	3.431	3.464		.991	.324
	KUALITAS PELAYANAN	.212	.055	.329	3.885	.000
	LOKASI	.241	.103	.219	2.347	.021
	MEREK	.209	.069	.282	3.021	.003

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

2. Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	432.389	3	144.130	12.990	.000 ^b
	Residual	1120.602	101	11.095		
	Total	1552.990	104			

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

b. Predictors: (Constant), MEREK, KUALITAS PELAYANAN, LOKASI