

DAFTAR PUSTAKA

- Algifari, 2010. Analisis Regresi, Teori, Kasus dan Solusi, Edisi Kedua. Yogyakarta; Penerbit BPFE UGM.
- Amanda, R. P. 2018. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ella Skin Care (Studi Kasus Konsumen Pengguna Produk Ella Skin Care) Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Ammerinda, T. 2017. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Klinik Kecantikan Nadindra di Bandar Lampung (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung Bandar Lampung)
- Ghozali, I. 2012. Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 20 Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. 2013. Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kanuk, S. dan. 2004. Perilaku Konsumen. Edisi 7. Prentice Hall. Jakarta.
- Keller, Kotler. 2012. Marketing Management edisi 14. Global edition. Person Prentice Hall.
- Kotler Amstrong, P. dan G. 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, Philip & Armstrong, Gary edisi 14, jilid 1. 2014. Prinsip-prinsip manajemen.
- Lestari, I. A. 2015. Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Klinik Erha Skin Care Cirebon) (Institut Agama Islam Negeri Syekh Nurjati Cirebon)
- Narbuko, cholid dan achmad.2015. Metodologi penelitian. Jakarta: PT.Bumi Aksara.
- Rosica, S. A. D. 2016. Pengaruh Persepsi Harga, Kepercayaan Merek, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan (Studi Pada Pelanggan London Beauty Center (LBC) di Kota Yogyakarta (Universitas Negeri Yogyakarta)
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif
- Suryabrata, sumardi.2013. Metodologi penelitian. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada
- Tjiptono, F. 2011. Service Quality and Satisfaction.Edisi 3.Andi Offset.Yogyakarta.
- Tjiptono, F. 2015. Strategi Pemasaran.
- Umaiyah, L. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Bonk Café

Krian-Sidoarjo. Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.

Venesia, L. H. dan Y. 2015. Pengaruh Kualitas Layanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Maskapai Penerbangan Tiger Air Mandala.

Lampiran 1

BERITA ACARA BIMBINGAN


1. Nama Mahasiswa : Ayu Rozaia Anggraini
2. NIM : 161500127
3. Program Studi : Manajemen
4. Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Klinik Annabel Beauty Driyorejo
5. Dosen Pembimbing : Dra. Siti Istikhoroh, M.Si
6. Konsultasi : 30 September 2019- 30 Maret 2020

No	Tanggal	Paraf Pembimbing	Uraian/Kegiatan	Keterangan
1.	3 Oktober 2019		Judul dan Matrik	Revisi
2.	8 Oktober 2019		Judul	ACC
3.	8 Oktober 2019		Matrik	Revisi
4.	17 Oktober 2019		Matrik	ACC
5.	9 Desember 2019		Proposal	Revisi
6.	19 Desember 2019		Proposal	ACC
7.	30 Desember 2019		Sidang Proposal	
8.	22 Januari 2020		Kuesioner	Revisi
9.	29 Januari 2020		Kuesioner	Revisi
10.	30 Januari 2020		Kuesioner	ACC
11.	10 Maret 2020		Pengujian Instrumen	Revisi
12.	11 Mei 2020		Bab 4 dan 5	Revisi
13.	23 Mei 2020		Bab 4 dan 5	ACC
14.	18 Juni 2020		Artikel	Revisi

7. Tanggal Selesai Menulis Skripsi : 23 Mei 2020

Surabaya, 20 Juli 2020

Dosen Pembimbing



Dra. Sutistikhoro, M.Si
NIP. 196710191992032001

Lampiran 2





**UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI**

Kampus : Jl. Dekel Manggali 3204, Telp-Fax: 031-8291181 Surabaya 60134
Website : <http://www.upgrisab.ac.id>

BERITA ACARA UJIAN PROPOSAL SKRIPSI

Pada hari ini Senin tanggal 30 bulan Desember tahun 2019 bertempat di Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya telah dilaksanakan Ujian Proposal Skripsi Semester Ganjil / Genap *) Tahun Akademik 20___/20___

Nama Mahasiswa	: Ayu Rosalia Anggraini
NIM	: 161500127
Program Studi	: Manajemen
Judul Proposal	: Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Klinik Annabel Beauty Driyorejo

Dihadiri oleh :

No	NIM	Nama Mahasiswa	Tanda Tangan
1	161500129	Imelda Amanto Tiro	<i>[Signature]</i>
2	161500196	Moning Riter Hicendah	<i>[Signature]</i>
3	161500009	Indah Kusumawati	<i>[Signature]</i>
4	161500072	Mechimot Anon Nazid	<i>[Signature]</i>
5	161500025	Prizka Rizka A	<i>[Signature]</i>
6	161500110	Inda Pratiwi	<i>[Signature]</i>
7	161500128	Rita Nur Mahfudiyah	<i>[Signature]</i>
8	161500083	Siti Nurrahmah Sa'diyah	<i>[Signature]</i>
9	161500077	Ester Hedy Tawar	<i>[Signature]</i>
10	161500110	Yanur Febriat Agari	<i>[Signature]</i>
11	161500112	Mia Atham Ahmad Fau	<i>[Signature]</i>
12	161500182	Isran Ricardo Putra	<i>[Signature]</i>
13	161500136	ANITA DAMAYANTI	<i>[Signature]</i>
14	161500123	Nur Anis	<i>[Signature]</i>
15	161500102	Dia Febriana Trisanti	<i>[Signature]</i>

Surabaya, 30 Desember 2019

Penguji : Ferry Susanto, S.E., M.Pd., M.M.

Pembimbing : Dr. Sri Ishtiharot Mij

Lampiran 4

KUISIONER PENELITIAN

Responden yang terhormat,

Terimakasih atas kesediaan saudara untuk berpartisipasi dalam mengisi dan menjawab seluruh pernyataan yang ada dalam kuisisioner ini. Penelitian ini digunakan untuk menyusun laporan penelitian dengan judul : “Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Klinik Annabel Beauty Driyorejo”.

Penelitian ini merupakan salah satu syarat kelulusan dijenjang S1. Berkaitan dengan hal tersebut, saya mohon kesediaan Saudara meluangkan waktu untuk mengisi kuisisioner ini sesuai dengan apa yang saudara rasakan. Atas perhatian Saudara, saya ucapkan terimakasih dan peneliti mohon maaf apabila ada pernyataan yang tidak berkenan di hati Saudara.

Hormat Saya,

Ayu Rozalia Anggraini

a) Bagian I : Identitas Responden

- Nama :
- Usia :
- Jenis kelamin : Laki-laki/ Perempuan
- Berkunjung untuk :
- Pembelian Produk ()
- Facial ()
- Pembelian Produk dan Facial ()

b) Bagian II : Petunjuk Pengisian

1. Baca setiap pernyataan dengan teliti
2. Jawab semua pernyataan yang tersedia dengan jujur
3. Berilah tanda check list (√) terhadap jawaban yang sesuai dengan pilihan anda.
4. Setelah selesai mohon periksa kembali jawaban anda.

Penilaian dapat dilakukan berdasarkan skala sebagai berikut:

NO	Jawaban	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Ragu-Ragu (RR)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

No	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	RR	TS	STS
Persepsi Harga (X1)						
Keterjangkauan Harga						
1.	Menurut saya, harga produk di Annabel Beauty lebih terjangkau.					
2.	Menurut saya, harga perawatan Annabel Beauty bervariasi sesuai dengan					

	perawatan apa yang dipilih.					
Kesesuain harga dengan kualitas produk						
3.	Menurut saya, harga produk Annabel Beauty sesuai dengan hasil yang saya rasakan.					
4.	Menurut saya, harga perawatan Annabel Beauty sesuai dengan hasil yang saya harapkan.					
Daya saing harga						
5.	Menurut saya, harga perawatan yang					

	ditawarkan Annabel Beauty dapat bersaing dengan klinik sejenis.					
6.	Menurut saya, harga produk lebih ekonomis dibandingkan dengan produk klinik sejenis.					
Kesesuaian harga dengan manfaat						
7.	Menurut saya, harga produk sesuai dengan manfaat yang saya rasakan.					
8.	Menurut saya, harga perawatan Annabel Beauty memiliki					

	manfaat yang sesuai dengan yang saya rasakan.					
Kualitas Pelayanan (X2)						
Bukti fisik (<i>Tangibles</i>)						
1.	Menurut saya, peralatan kecantikan Annabel Beauty modern.					
2.	Menurut saya, therapis berpenampilan bersih dan rapi.					
Empati (<i>Emphaty</i>)						
3.	Menurut saya, therapis melayani dengan penuh perhatian.					
4.	Menurut saya, therapis					

	melayani dengan ramah dan sopan.					
Kehandalan (<i>Reliability</i>)						
5.	Menurut saya, therapis memberikan informasi yang jelas sesuai dengan apa yang dibutuhkan konsumen saat di Annabel Beauty .					
6.	Menurut saya, waktu perawatan yang dilakukan sesuai dengan jadwal reservasi konsumen.					
Daya tanggap (<i>Responsiveness</i>)						

7.	Menurut saya, therapist sigap melayani jika konsumen memerlukan bantuan.					
8.	Menurut saya, therapist bersedia menjawab semua pertanyaan konsumen.					
Jaminan (Assurance)						
9.	Menurut saya, therapist memahami perawatan yang cocok sesuai kebutuhan konsumen.					
10.	Menurut saya, therapist memberi perasaan aman					

	karena didukung dengan therapis yang handal.					
Kepuasan Konsumen (Y)						
Keseuaian harapan						
1.	Menurut saya, produk Annabel Beauty yang digunakan sesuai dengan yang saya harapkan.					
2.	Menurut saya, pelayanan therapis sesuai dengan yang saya harapkan.					
Minat berkunjung kembali						
3.	Saya berniat untuk berkunjung kembali karena					

	<p> pelayanan yang diberikan oleh therapis memuaskan. </p>					
4.	<p> Saya berniat berkunjung kembali karena manfaat yang diperoleh setelah menggunakan produk sesuai dengan yang saya harapkan . </p>					
Ketersediaan merekomendasikan						
5.	<p> Saya akan menyarankan ke teman untuk melakukan perawatan di Annabel Beauty karena pelayanan yang memuaskan. </p>					

6.	Saya akan menyarankan ke teman untuk membeli produk Annabel Beauty karena manfaat yang didapat setelah menggunakan produk sesuai dengan yang saya harapkan.					
----	---	--	--	--	--	--

Lampiran 5

TABULASI DATA PENELITIAN

No Responden	Persepsi Harga								Skor $\sum X_1$
	X1 _1	X1 _2	X1 _3	X1 _4	X1 _5	X1 _6	X1 _7	X1 _8	
1	2	5	5	5	5	5	5	2	34
2	3	4	4	4	4	4	4	5	32
3	4	5	5	5	5	5	5	4	38
4	5	3	3	3	3	3	3	4	27
5	5	3	3	3	3	3	3	3	26
6	4	3	3	4	4	4	3	4	29
7	4	4	3	4	4	4	3	3	29
8	4	4	4	4	4	4	4	2	30
9	4	4	3	3	3	3	3	4	27
10	3	5	5	5	5	5	5	4	37
11	2	4	4	4	4	4	4	4	30
12	2	4	4	4	4	4	4	3	29
13	5	4	4	4	4	4	4	3	32
14	4	5	5	5	5	5	5	5	39
15	4	4	2	4	4	4	4	4	30
16	4	3	3	4	4	4	4	3	29
17	3	4	4	4	4	4	4	5	32
18	4	4	5	5	5	4	4	5	36
19	4	5	5	5	5	4	4	4	36
20	5	4	4	4	4	4	4	5	34
21	2	4	4	5	5	5	4	3	32
22	3	3	4	3	3	3	4	4	27
23	4	4	4	4	4	4	4	4	32
24	5	4	3	4	3	4	4	3	30

25	5	2	2	2	2	2	2	4	21
26	4	2	2	2	2	2	2	3	19
27	4	5	5	5	5	5	5	4	38
28	4	3	4	3	4	3	3	4	28
29	4	3	4	3	3	3	3	3	26
30	3	4	4	4	4	4	4	4	31
31	2	3	3	3	4	4	3	4	26
32	2	3	4	3	4	4	3	4	27
33	5	5	5	5	5	5	5	5	40
34	4	5	5	4	5	5	5	5	38
35	5	4	4	5	4	5	5	4	36
36	4	4	4	4	4	5	4	4	33
37	5	5	5	5	5	5	5	5	40
38	5	5	5	5	5	5	5	5	40
39	4	4	4	4	4	4	4	4	32
40	5	5	5	5	5	5	5	5	40
41	4	4	4	4	4	4	4	4	32
42	5	4	4	5	4	4	4	4	34
43	5	5	5	5	5	5	5	5	40
44	4	4	4	4	4	4	4	4	32
45	5	5	5	5	4	5	5	4	38
46	5	5	5	5	5	5	5	5	40
47	5	4	4	5	4	4	4	4	34
48	4	5	5	5	5	5	5	5	39
49	4	5	5	5	5	5	4	3	36
50	2	4	5	5	4	4	5	4	33
51	5	4	5	4	4	4	4	5	35
52	5	5	5	5	5	5	5	4	39
53	4	5	5	5	5	5	5	4	38

83	5	5	5	5	5	5	5	5	40
84	5	5	5	5	5	5	5	5	40
85	4	4	4	4	4	4	4	4	32
86	5	5	5	5	5	5	5	5	40
87	3	3	3	3	3	3	3	3	24
88	3	3	3	3	3	3	3	3	24
89	3	4	4	3	3	3	4	3	27
90	3	4	4	3	4	3	4	4	29
91	4	4	4	4	4	4	4	4	32
92	3	3	3	3	4	3	3	4	26
93	5	5	5	5	5	5	5	5	40
94	4	4	4	4	4	4	4	4	32
95	4	4	4	4	4	4	4	4	32
96	4	4	4	4	4	4	4	4	32
97	5	5	5	5	5	5	5	5	40
98	4	4	4	4	4	2	4	4	30
99	4	4	4	4	3	3	4	3	29
100	4	4	4	4	4	4	4	4	32
101	4	5	4	4	4	5	5	4	35
102	4	5	4	4	5	5	5	5	37
103	4	4	4	4	4	4	4	4	32
104	4	5	5	4	4	4	5	4	35
105	4	3	3	4	3	4	3	3	27
106	4	4	4	4	4	4	4	4	32
107	4	5	4	4	4	5	5	4	35
108	4	5	4	4	5	5	5	5	37

26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
27	3	4	3	3	3	4	4	5	4	3	36
28	4	4	4	4	3	5	5	5	4	4	42
29	4	4	5	4	4	4	3	4	3	4	39
30	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	46
31	3	3	4	3	4	5	5	4	5	5	41
32	4	4	4	4	4	5	5	4	4	3	41
33	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
34	4	4	4	4	5	5	5	4	4	3	42
35	4	4	4	4	5	4	4	5	5	3	42
36	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	44
37	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	44
38	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
39	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	44
40	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	45
41	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	44
42	5	5	5	5	4	4	4	5	4	3	44
43	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
44	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	44
45	3	3	3	3	5	5	5	5	5	3	40
46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	47
47	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
48	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
49	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
50	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	43
51	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	46
52	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	44
53	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
54	3	4	5	5	5	5	5	4	4	3	43

84	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	31
85	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	33
86	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	38
87	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41
88	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	34
89	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
90	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	42
91	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	36
92	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
93	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
94	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
95	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
96	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	34
97	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
98	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
99	5	4	4	4	5	5	5	4	4	3	43
100	4	4	3	4	3	3	3	4	4	2	34
101	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	38
102	4	4	4	3	4	3	4	4	3	5	38
103	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	38
104	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	42
105	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
106	4	4	3	4	3	3	3	4	4	2	34
107	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	38
108	4	4	4	3	4	3	4	4	3	5	38

No Responden	Kepuasan Konsumen						Skor _Y
	Y1_1	Y1_2	Y1_3	Y1_4	Y1_5	Y1_6	
1	3	3	3	3	3	3	18
2	5	5	5	4	4	4	27
3	4	5	5	4	3	3	24
4	4	4	4	4	4	3	23
5	4	4	4	3	4	3	22
6	4	5	4	5	4	4	26
7	4	3	4	3	4	4	22
8	4	4	3	4	3	4	22
9	4	4	4	4	4	4	24
10	3	3	3	3	3	3	18
11	4	4	4	4	3	4	23
12	5	4	5	5	4	4	27
13	4	5	4	4	5	4	26
14	5	5	5	5	4	4	28
15	5	5	4	4	5	5	28
16	5	4	4	4	4	4	25
17	5	5	5	5	5	4	29
18	5	5	5	5	5	4	29
19	4	4	4	4	4	4	24
20	5	5	5	5	5	5	30
21	5	5	5	5	4	5	29
22	4	4	4	4	5	4	25
23	5	5	5	5	5	5	30
24	4	4	4	4	4	4	24
25	3	3	3	3	3	3	18
26	3	3	3	3	3	3	18
27	4	4	4	4	4	4	24

28	4	4	4	4	4	4	24
29	5	5	5	5	5	5	30
30	3	3	3	3	3	3	18
31	3	3	3	3	3	3	18
32	3	4	4	4	3	3	21
33	5	5	5	5	5	5	30
34	5	4	4	4	5	5	27
35	4	4	4	4	4	4	24
36	4	5	5	5	5	5	29
37	4	4	4	4	4	4	24
38	5	5	5	5	5	5	30
39	4	5	5	5	5	5	29
40	4	4	5	5	4	5	27
41	4	4	4	4	4	4	24
42	4	5	5	5	5	5	29
43	5	5	5	5	5	5	30
44	4	5	4	5	5	4	27
45	4	4	4	4	3	4	23
46	5	5	5	5	5	5	30
47	4	4	5	4	4	3	24
48	5	5	5	5	5	5	30
49	5	5	4	5	5	4	28
50	4	4	4	4	4	4	24
51	5	5	5	5	4	5	29
52	4	4	4	5	4	4	25
53	5	5	5	5	5	5	30
54	5	5	5	5	5	5	30
55	4	4	4	4	4	4	24
56	3	3	3	3	3	3	18

57	3	3	3	3	3	3	18
58	4	4	4	4	4	4	24
59	4	4	4	4	4	4	24
60	5	5	5	5	5	5	30
61	3	3	3	3	3	3	18
62	3	3	3	3	3	3	18
63	3	3	4	3	3	4	20
64	4	4	4	4	4	4	24
65	5	5	5	5	5	5	30
66	3	3	3	3	3	3	18
67	3	3	3	3	3	3	18
68	3	3	4	4	4	3	21
69	5	5	5	5	4	5	29
70	4	5	5	5	4	4	27
71	4	4	4	4	4	4	24
72	5	5	5	5	4	5	29
73	5	5	5	5	5	5	30
74	5	4	5	5	4	5	28
75	3	4	5	4	4	4	24
76	5	5	5	5	5	5	30
77	4	3	5	4	4	4	24
78	4	4	4	4	4	4	24
79	5	5	5	5	5	5	30
80	5	5	5	5	5	5	30
81	4	4	4	4	4	4	24
82	5	5	5	5	5	5	30
83	5	5	5	5	5	5	30
84	3	3	3	3	3	3	18
85	4	4	5	5	5	5	28

86	3	3	3	5	4	5	23
87	4	3	3	4	4	4	22
88	4	3	4	4	4	4	23
89	4	4	4	4	4	5	25
90	4	4	4	3	4	3	22
91	3	4	4	3	4	4	22
92	4	4	4	4	4	4	24
93	3	3	3	3	3	3	18
94	3	4	4	3	4	4	22
95	4	4	4	4	5	4	25
96	5	4	5	4	4	5	27
97	4	4	4	5	5	5	27
98	5	5	5	4	5	5	29
99	4	4	5	4	5	4	26
100	5	4	5	5	5	5	29
101	5	4	5	5	5	5	29
102	4	4	5	4	4	4	25
103	5	5	5	5	5	5	30
104	4	5	4	5	5	5	28
105	5	4	5	4	4	4	26
106	5	4	5	5	5	5	29
107	5	4	5	5	5	5	29
108	4	4	5	4	4	4	25

Lampiran 6

HASI PENGUJIAN DATA PENELITIAN

VARIEBL PERSEPSI HARGA

X1_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	9	8.3	8.3	8.3
	Ragu-Ragu	19	17.6	17.6	25.9
	Setuju	49	45.4	45.4	71.3
	Sangat Setuju	31	28.7	28.7	100.0
	Total	108	100.0	100.0	

X1_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	3.7	3.7	3.7
	Ragu-Ragu	15	13.9	13.9	17.6
	Setuju	51	47.2	47.2	64.8
	Sangat Setuju	38	35.2	35.2	100.0
	Total	108	100.0	100.0	

X1_3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	5	4.6	4.6	4.6
	Ragu-Ragu	14	13.0	13.0	17.6
	Setuju	51	47.2	47.2	64.8
	Sangat Setuju	38	35.2	35.2	100.0
	Total	108	100.0	100.0	

X1_4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	3.7	3.7	3.7
	Ragu-Ragu	17	15.7	15.7	19.4
	Setuju	46	42.6	42.6	62.0
	Sangat Setuju	41	38.0	38.0	100.0
	Total	108	100.0	100.0	

X1_5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	3.7	3.7	3.7
	Ragu-Ragu	16	14.8	14.8	18.5
	Setuju	52	48.1	48.1	66.7

Sangat Setuju	36	33.3	33.3	100.0
Total	108	100.0	100.0	

X1_6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	5	4.6	4.6	4.6
	Ragu-Ragu	14	13.0	13.0	17.6
	Setuju	49	45.4	45.4	63.0
	Sangat Setuju	40	37.0	37.0	100.0
	Total	108	100.0	100.0	

X1_7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	3.7	3.7	3.7
	Ragu-Ragu	18	16.7	16.7	20.4
	Setuju	45	41.7	41.7	62.0
	Sangat Setuju	41	38.0	38.0	100.0
	Total	108	100.0	100.0	

X1_8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	5	4.6	4.6	4.6
	Ragu-Ragu	23	21.3	21.3	25.9
	Setuju	53	49.1	49.1	75.0
	Sangat Setuju	27	25.0	25.0	100.0
	Total	108	100.0	100.0	

KUALITAS PELAYANAN**X2_1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	1.9	1.9	1.9
	Ragu-Ragu	17	15.7	15.7	17.6
	Setuju	55	50.9	50.9	68.5
	Sangat Setuju	34	31.5	31.5	100.0
	Total	108	100.0	100.0	

X2_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	1.9	1.9	1.9
	Ragu-Ragu	15	13.9	13.9	15.7
	Setuju	57	52.8	52.8	68.5
	Sangat Setuju	34	31.5	31.5	100.0

Total	108	100.0	100.0
-------	-----	-------	-------

X2_3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	1.9	1.9	1.9
	Ragu-Ragu	21	19.4	19.4	21.3
	Setuju	54	50.0	50.0	71.3
	Sangat Setuju	31	28.7	28.7	100.0
	Total	108	100.0	100.0	

X2_4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	2.8	2.8	2.8
	Ragu-Ragu	25	23.1	23.1	25.9
	Setuju	51	47.2	47.2	73.1
	Sangat Setuju	29	26.9	26.9	100.0
	Total	108	100.0	100.0	

X2_5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	1.9	1.9	1.9
	Ragu-Ragu	17	15.7	15.7	17.6
	Setuju	55	50.9	50.9	68.5
	Sangat Setuju	34	31.5	31.5	100.0

Total	108	100.0	100.0
-------	-----	-------	-------

X2_6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	1.9	1.9	1.9
	Ragu-Ragu	18	16.7	16.7	18.5
	Setuju	54	50.0	50.0	68.5
	Sangat Setuju	34	31.5	31.5	100.0
	Total	108	100.0	100.0	

X2_7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	1.9	1.9	1.9
	Ragu-Ragu	16	14.8	14.8	16.7
	Setuju	56	51.9	51.9	68.5
	Sangat Setuju	34	31.5	31.5	100.0
	Total	108	100.0	100.0	

X2_8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	1.9	1.9	1.9
	Ragu-Ragu	17	15.7	15.7	17.6
	Setuju	58	53.7	53.7	71.3

Sangat Setuju	31	28.7	28.7	100.0
Total	108	100.0	100.0	

X2_9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	1.9	1.9	1.9
	Ragu-Ragu	22	20.4	20.4	22.2
	Setuju	54	50.0	50.0	72.2
	Sangat Setuju	30	27.8	27.8	100.0
	Total	108	100.0	100.0	

X2_10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	5	4.6	4.6	4.6
	Ragu-Ragu	25	23.1	23.1	27.8
	Setuju	59	54.6	54.6	82.4
	Sangat Setuju	19	17.6	17.6	100.0
	Total	108	100.0	100.0	

KEPUASAN KONSUMEN

Y1_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-Ragu	21	19.4	19.4	19.4
	Setuju	47	43.5	43.5	63.0
	Sangat Setuju	40	37.0	37.0	100.0
	Total	108	100.0	100.0	

Y1_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-Ragu	21	19.4	19.4	19.4
	Setuju	48	44.4	44.4	63.9
	Sangat Setuju	39	36.1	36.1	100.0
	Total	108	100.0	100.0	

Y1_3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-Ragu	17	15.7	15.7	15.7
	Setuju	42	38.9	38.9	54.6
	Sangat Setuju	49	45.4	45.4	100.0
	Total	108	100.0	100.0	

Y1_4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-Ragu	20	18.5	18.5	18.5
	Setuju	43	39.8	39.8	58.3
	Sangat Setuju	45	41.7	41.7	100.0
	Total	108	100.0	100.0	

Y1_5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-Ragu	20	18.5	18.5	18.5
	Setuju	48	44.4	44.4	63.0
	Sangat Setuju	40	37.0	37.0	100.0
	Total	108	100.0	100.0	

Y1_6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-Ragu	21	19.4	19.4	19.4
	Setuju	46	42.6	42.6	62.0
	Sangat Setuju	41	38.0	38.0	100.0
	Total	108	100.0	100.0	

DESKRIPTIVE VARIABEL
PERSEPSI HARGA

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1_1	108	2	5	3.94	.895
X1_2	108	2	5	4.14	.791
X1_3	108	2	5	4.13	.810
X1_4	108	2	5	4.15	.818
X1_5	108	2	5	4.11	.789
X1_6	108	2	5	4.15	.818
X1_7	108	2	5	4.14	.826
X1_8	108	2	5	3.94	.807
Valid N (listwise)	108				

KUALITAS PELAYANAN

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X2_1	108	2	5	4.12	.733
X2_2	108	2	5	4.14	.716
X2_3	108	2	5	4.06	.747
X2_4	108	2	5	3.98	.785
X2_5	108	2	5	4.12	.733
X2_6	108	2	5	4.11	.740
X2_7	108	2	5	4.13	.725
X2_8	108	2	5	4.09	.717
X2_9	108	2	5	4.04	.748
X2_10	108	2	5	3.85	.759
Valid N (listwise)	108				

KEPUASAN KONSUMEN

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y1_1	108	3	5	4.18	.734
Y1_2	108	3	5	4.17	.730
Y1_3	108	3	5	4.30	.727
Y1_4	108	3	5	4.23	.744
Y1_5	108	3	5	4.19	.725
Y1_6	108	3	5	4.19	.738
Valid N (listwise)	108				

VALIDITAS VARIABEL PERSEPSI HARGA

Correlations

		X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	X1_6	X1_7	X1_8	Persepsi Harga
X1_1	Pearson Correlation	1	.381**	.307**	.407**	.287**	.318**	.352**	.462**	.540**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000	.003	.001	.000	.000	.000
	N	108	108	108	108	108	108	108	108	108
X1_2	Pearson Correlation	.381**	1	.847**	.820**	.828**	.849**	.886**	.610**	.920**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	108	108	108	108	108	108	108	108	108
X1_3	Pearson Correlation	.307**	.847**	1	.817**	.825**	.746**	.839**	.526**	.887**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	108	108	108	108	108	108	108	108	108
X1_4	Pearson Correlation	.407**	.820**	.817**	1	.843**	.832**	.827**	.480**	.906**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	108	108	108	108	108	108	108	108	108
X1_5	Pearson Correlation	.287**	.828**	.825**	.843**	1	.843**	.837**	.567**	.904**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	108	108	108	108	108	108	108	108	108
X1_6	Pearson Correlation	.318**	.849**	.746**	.832**	.843**	1	.827**	.480**	.885**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	108	108	108	108	108	108	108	108	108
X1_7	Pearson Correlation	.352**	.886**	.839**	.827**	.837**	.827**	1	.517**	.914**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	108	108	108	108	108	108	108	108	108
X1_8	Pearson Correlation	.462**	.610**	.526**	.480**	.567**	.480**	.517**	1	.685**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	108	108	108	108	108	108	108	108	108
Persepsi Harga	Pearson Correlation	.540**	.920**	.887**	.906**	.904**	.885**	.914**	.685**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	108	108	108	108	108	108	108	108	108

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

KUALITAS PELAYANAN

Correlations

		X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	X2_5	X2_6	X2_7	X2_8	X2_9	X2_10	Kualitas Pelayanan
X2_1	Pearson Correlation	1	.929**	.773**	.751**	.600**	.406**	.410**	.512**	.469**	.251**	.788**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.009	.000
	N	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108
X2_2	Pearson Correlation	.929**	1	.772**	.786**	.591**	.411**	.415**	.520**	.461**	.244*	.792**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.011	.000
	N	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108
X2_3	Pearson Correlation	.773**	.772**	1	.799**	.637**	.513**	.539**	.496**	.482**	.328**	.820**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000
	N	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108
X2_4	Pearson Correlation	.751**	.786**	.799**	1	.540**	.454**	.448**	.468**	.495**	.215*	.772**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.025	.000
	N	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108
X2_5	Pearson Correlation	.600**	.591**	.637**	.540**	1	.716**	.727**	.672**	.657**	.402**	.844**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108
X2_6	Pearson Correlation	.406**	.411**	.513**	.454**	.716**	1	.913**	.772**	.769**	.279**	.803**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.003	.000
	N	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108
X2_7	Pearson Correlation	.410**	.415**	.539**	.448**	.727**	.913**	1	.768**	.784**	.358**	.820**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108
X2_8	Pearson Correlation	.512**	.520**	.496**	.468**	.672**	.772**	.768**	1	.812**	.300**	.814**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.002	.000
	N	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108
X2_9	Pearson Correlation	.469**	.461**	.482**	.495**	.657**	.769**	.784**	.812**	1	.339**	.809**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108
X2_10	Pearson Correlation	.251**	.244*	.328**	.215*	.402**	.279**	.358**	.300**	.339**	1	.482**
	Sig. (2-tailed)	.009	.011	.001	.025	.000	.003	.000	.002	.000		.000
	N	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	.788**	.792**	.820**	.772**	.844**	.803**	.820**	.814**	.809**	.482**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108

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

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

KEPUASAN KONSUMEN

Correlations

		Y1_1	Y1_2	Y1_3	Y1_4	Y1_5	Y1_6	Kepuasan Konsumen
Y1_1	Pearson Correlation	1	.765**	.777**	.763**	.728**	.750**	.898**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	108	108	108	108	108	108	108
Y1_2	Pearson Correlation	.765**	1	.752**	.772**	.718**	.671**	.878**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	108	108	108	108	108	108	108
Y1_3	Pearson Correlation	.777**	.752**	1	.754**	.693**	.698**	.877**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	108	108	108	108	108	108	108
Y1_4	Pearson Correlation	.763**	.772**	.754**	1	.751**	.806**	.911**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	108	108	108	108	108	108	108
Y1_5	Pearson Correlation	.728**	.718**	.693**	.751**	1	.773**	.875**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	108	108	108	108	108	108	108
Y1_6	Pearson Correlation	.750**	.671**	.698**	.806**	.773**	1	.883**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	108	108	108	108	108	108	108
Kepuasan Konsumen	Pearson Correlation	.898**	.878**	.877**	.911**	.875**	.883**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	108	108	108	108	108	108	108

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

UJI RELIABILITAS

PERSEPSI HARGA

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.933	8

KUALITAS PELAYANAN

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.925	10

KEPUASAN KONSUMEN

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.946	6

UJI NORMALITAS

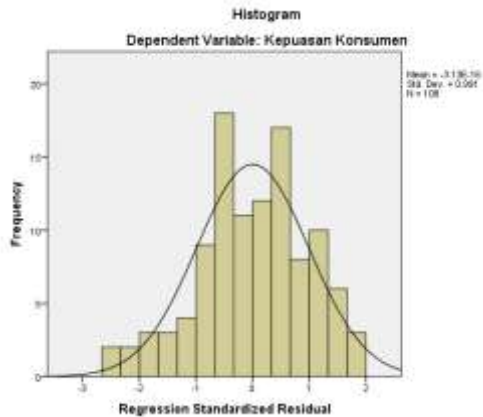
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

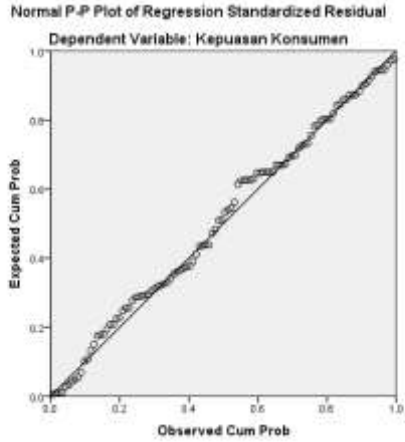
Unstandardized

Residual

		Residual
N		108
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.38864557
Most Extreme Differences	Absolute	.079
	Positive	.031
	Negative	-.079
Test Statistic		.079
Asymp. Sig. (2-tailed)		.094 ^c

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

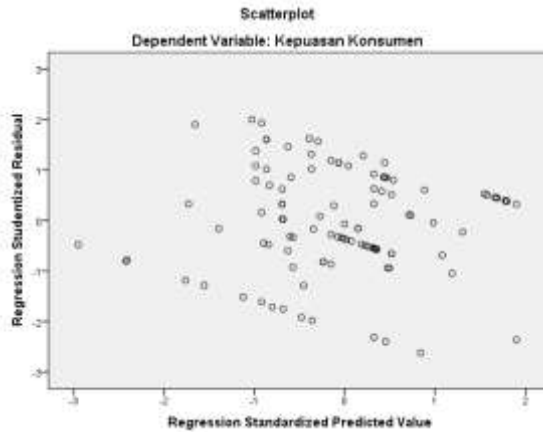




UJI MULTIKOLINEARITAS

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Persepsi Harga	.939	1.065
	Kualitas Pelayanan	.939	1.065

UJI HETEROKEDASTISITAS



UJI AUOTOKORELASI

Model	Durbin-Watson
1	1.701

UJI REGRESI LINEAR BERGANDA

Model	Unstandardized Coefficients		
	B	Std. Error	
1	(Constant)	9.061	2.786
	Persepsi Harga	.209	.063
	Kualitas Pelayanan	.230	.060

UJI t

Model		t	Sig.
1	(Constant)	3.253	.002
	Persepsi Harga	3.316	.001
	Kualitas Pelayanan	3.859	.000

Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	401.068	2	200.534	17.137	.000 ^b
	Residual	1228.672	105	11.702		
	Total	1629.741	107			

Uji R

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.496 ^a	.246	.232	3.421











a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan , Persepsi Harga

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Lampiran 7

BERITA ACARA BIMBINGAN REVISI

Nama : Ayu Rozalia Anggraini
NIM : 161500127
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Klinik Annabel Beauty Driyorejo
Tanggal Ujian Skripsi : 28 Juli 2020
Dosen Penguji : 1. Drs. H. Teguh Purwanto, M.M.
2. Aristha Purwanthari S, SE, M.A

No	Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf Penguji	
			Penguji 1	Penguji 2
1	11-8-2020	Simpulan		
2	11-8-2020	Daftar Pustaka		
3	11-8-2020	Teknik Analisis Data		
4	11-8-2020	Pembahasan		
5	11-8-2020	Hipotesis		
6	11-8-2020	Daftar Pustaka dan Sumber		

Mengetahui,

Dosen Penguji I



Drs. H. Teguh Purwanto, M.M.
NIP: 196012221990031001

Dosen Penguji II



Aristha Purwanthari S, SE, M.A
NPP: 1507729/DY

Lampiran 7

	UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA FAKULTAS EKONOMI Kampus : B, Dikuli Menggal, M04, Telp. Fax. 031-8281143 Surabaya 60234 Website : http://www.uapgsu.ac.id
Nomor	: 01/05/01/FEK/2019
Lampiran	: -
Perihal	: Ijin Penelitian dan Pengambilan Data

Kepada Yth:
Rapsok/ibu Pimpinan
Klinik Anzabel Beauty Deyorejo
Jl. Raya Bantengmari Selatan PGM Banteng, Bako City 9 A7,
Deyorejo, Kabupaten Gresik
di -
Gresik.

Sehubungan dengan Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya, maka mahasiswa wajib memiliki Skripsi/Tugas Akhir dalam bentuk Laporan Penelitian dan Artikel Ilmiah. Berkaitan dengan hal tersebut mohon perhatian Bapak/Ibu untuk memberikan ijin penelitian kepada mahasiswa kami yang tertera dibawah ini :

Nama	: Aya Ruzita Anggrini
NIM	: 161500127
Prodi	: Manajemen
Judul Skripsi	: Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Klinik Anzabel Beauty Deyorejo

Demikian surat permohonan serta kebijaksanaan Rapsok/ibu kami sampaikan terima kasih.


10 Oktober 2019
Siti Indahwati, M.Si
NIP. 196710191992012003