

LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian



UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

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

Nomor : 230938 /01/FEB/VI/2023
Lampiran : -
Perihal : Ijin Penelitian dan Pengambilan Data

Kepada Yth:
Bapak/Ibu Pimpinan
Toko *Online Laily Store*
Jl. Kedung Rejo Barat No. 30, RT.10/Rw.2, Kec. Waru, Kab. Sidoarjo

Sesuai Kurikulum Fakultas Ekonomi dan Bisnis 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 : Ali Safii
NIM : 191500209
Prodi : Manajemen
Judul : Pengaruh Penanganan Keluhan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada toko *Online Laily Store*)

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

Surabaya, 6 Juli 2023

Tony Susanto Wibowo, SE., M.Pd., M.SM
NPP : 0709494/DY

Lampiran 2 Kartu Bimbingan Skripsi



UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus : Jl. DukuhMenanggal XII/4, Teip- Fax: 031-8281183 Surabaya 60234
Website : <http://www.unpriadiu.ac.id>

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama	: ALI SAFI'
Prodi / NIM	: Manajemen / 191500209
Judul Skripsi	: Pengaruh Perangaran Keluhan, Kualitas produk dan Harga terhadap kepuasan konsumen (studi Kasus toko Online Laily store)
Dosen Pembimbing	: I Made Bagus Dwartas, S.E.M.M
Periode Kepembimbingan	: 17 September 2022 s/d 17 Maret 2023

URAIAN KEGIATAN KEPEMBIMBINGAN :

NO	TANGGAL	MATERI BIMBINGAN	KET.	TANDA TANGAN
1	5/10/2022	Judul		lll
2	10/10/2022	ACC Judul		lll
3	12/10/2022	Bab I		lll
4	7/12/2022	Revisi Bab I, lanjut Bab II		lll
5	6/1/2023	Bab I ACC, Revisi Bab II		lll
6	23/1/2023	Revisi Bab II, Revisi Bab III		lll
7	26/1/2023	Bab II ACC, Revisi Bab III		lll
8	27/1/2023	Bab III ACC	ACC 08/22	lll

Bimbingan selesai pada tanggal :
Dosen Pembimbing,



Mahasiswa,

I Made Bagus Dwartas, S.E.M.M

Ali Safi'



UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

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

KARTU PERPANJANGAN BIMBINGAN SKRIPSI

Nama	:	ALI SAFII
Prodi / NIM	:	Manajemen / 191500209
Judul Skripsi	:	Pengaruh Perangna Keluhan, kualitas produk dan Harga Terhadap kepuasan konsumen (studi foto online (aily store)
Dosen Pembimbing	:	I Made Bagus Dwiarta, S.E., M.M
Periode Kepembimbingan	:	20 Maret 2023 s/d 20 Juni 2023

URAIAN KEGIATAN KEPEMBIMBINGAN :

NO	TANGGAL	MATERI BIMBINGAN	KET.	TANDA TANGAN
1	13-Juni-2023	Bab IV	Revisi	
2	15-Juni-2023	Bab IV	ACC	
3	16-Juni-2023	Bab V	ACC	
4	18-Juni-2023	Artikel	Revisi	
5	20-Juni-2023	Artikel	ACC	

Bimbingan selesai pada tanggal :
Dosen Pembimbing,

I Made Bagus Dwiarta, S.E., M.M



Mahasiswa,

Ali Safii

Lampiran 3 Berita Acara Ujian Proposal



UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

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

BERITA ACARA UJIAN PROPOSAL SKRIPSI

Pada hari ini Senin, 13 Maret 2023 bertempat di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya telah dilaksanakan Ujian Proposal Skripsi Semester Ganjil / Genap *) Tahun Akademik 2022-2023

Nama Mahasiswa	: Ali Safii
NIM	: 191500209
Program Studi	: Manajemen
Judul Proposal	: Pengaruh Penanganan Keluhan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Toko Online Laily Store)

Dihadiri oleh :

No.	NIM	Nama Mahasiswa	Tanda Tangan
1.	191500158	Rizal Muhammad Fadilah	1.
2.	191500091	Taufiq Sodik	2.
3.	201500178	Nabinda Nirma Nus. Saibin	3.
4.	211500170	Catur Hmiatur Rohmah	4.
5.	191500179	Wahyu Agung Widodo	5.
6.	191500168	Aditya Putra Pratama	6.
7.	191500199	FELI FERDIANTORO	7.
8.	191500152	Fachreza Yumanto H	8.
9.	191500066	Fachriyal Atet	9.
10.	191500127	Ramala dwi A.	10.
11.	191500229	Kahma Dwi Anggraini	11.
12.	191500170	Mur Awwalina Rahmawati	12.
13.	191500191	Melah Kurnia Sari	13.
14.			14.
15.			15.

Surabaya, 13 Maret 2023

Penguji : Tony Susilo Wibowo, S.E., M.Pd., M.SM. ()

Pembimbing : I Made Bagus Dwiarta, S.E., M.M. ()

Lampiran 4 Catatan Ujian Proposal Skripsi



UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

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

CATATAN UJIAN PROPOSAL SKRIPSI

1.	Nama	: Ali Safii
2.	NIM	: 191500209
3.	Program Studi	: Manajemen
4.	Judul Proposal	: Pengaruh Penanganan Keluhan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Toko Laily Store)

Bab/ Halaman	Perbaikan/Koreksi
2/19	Landasan teori grand theory di hapus
2/20-26	Tambah teori pada variabel Perencanaan Keluhan, Kualitas Produk dan Harga, dan Kepuasan Konsumen
2/27	alasan tidak diambil semua pada indikator kualitas produk
3/25	Jumlah populasi dikelompokkan atau tidak
3/35	Samplel dicet kembali
3/39	Lokasi dan waktu penelitian dihapus karena tidak ada di panduan skripsi

Surabaya, 13 Maret 2023

Penguji,

Tony Susilo Wibowo, S.E., M.Pd., M.SM.

Lampiran 5 Surat Bebas Plagiasi



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA

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

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini :


Nama : I Made Bagus Dwiarta, S.E., M.M.
Jabatan : Ketua Program Studi Manajemen

Menyatakan bahwa

Nama : Ali Safii
NIM : 191500209
Prodi : Manajemen

Telah melakukan uji plagiasi dengan judul arti "**Pengaruh Penanganan Keluhan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Toko Online Laily Store)**" dengan hasil Similarity Index 8% sehingga layak untuk mengikuti sidang skripsi.

Demikian surat pernyataan ini kami buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 06 Juli 2023
Ketua Program Studi Manajemen,

I Made Bagus Dwiarta, S.E., M.M.

Lampiran 6 Format Revisi Skripsi



UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI dan BISNIS

Kampus : Jl. DukuhMenanggal XII/4, Telp-Fax. 031-8281183 Surabaya 60234

Website : <http://www.unipasby.ac.id>

BERITA ACARA
BIMBINGAN REVISI SKRIPSI

Nama : Ali Safi
 NIM/Program Studi : 191500209
 Judul Skripsi : PENGARUH PENANGANAN KEUHAN, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi pada Toko Online Laily store)
 Tanggal Ujian Skripsi : 17 juli 2023
 Penguji : 1. Dr. Noerchidat, SE-MM
 2. _____

No	Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf Penguji
1		Materi belahang : permasalahan & penelitian sebelumnya.	
2		Penelitian terdahulu → (+) 2 lagi	
3		Kerangka konseptual	
4		Kerangka Regresi	
5		Pembahasan: keutuhan of distibusi freq. of mean terbuca.	
6		of mean terbuca.	
7		Saran → keutuhan of distibusi freq mean terbuca	
8			

Penguji I, _____

 Dr. Noerchidat, SE, MM

Surabaya, _____
 Penguji II, _____



UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI dan BISNIS

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

BERITA ACARA
BIMBINGAN REVISI SKRIPSI

Nama : ALI SARI
NIM/Program Studi : B1500205 / MANAJEMEN
Judul Skripsi : _____

Tanggal Ujian Skripsi : 17 Juli 2023
Penguji : 1. _____
2. ELLYS DEWI, S.E., M.M

No	Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf Penguji
1		- Cek pemilihan & pedoman	}
2		- bentuk & logika pada	
3		tabel	
4		- Cek analisis regresi	
5		- Pembahasan variabel konseptual	
6		- Cek simpulan	
7			
8			

Penguji I, _____

Surabaya, 17 Juli 2023
Penguji II, _____

(Handwritten signature)

Lampiran 7 Kuesioner Penelitian

KUISIONER PENELITIAN

Bapak/Ibu/Saudara
/i Responden yang
terhormat,

Saya Ali Safii, mahasiswa program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya yang sedang Menyusun skripsi yang berjudul “Pengaruh penanganan keluhan, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen (studi kasus Laily Store”.

Dengan ini saya meminta bantuan kepada bapak/ibu/saudara/i untuk berkenan mengisi kuisisioner yang saya ajukan guna pengumpulan data. Kuisisioner ini hanya untuk keperluan penelitian dan bersifat rahasia. Atas kesedian bapak/ibu/saudara/i untuk mengisi kuisisioner ini saya ucapkan terima kasih.

Sidoarjo, 30 Januari 2023

Ali Safii

A. Identitas Resonden

1. Nama :
2. Umur :
3. Domisili :
 - a) Sidoarjo
 - b) Luar Sidoarjo
4. Jenis Kelamin :
 - a) Laki-laki
 - b) Perempuan

Petunjuk Pengisian:

1. Bacalah pertanyaan yang telah tersedia dengan seksama
2. Pilih salah satu jawaban yang tersedia
3. Berilah tanda checklist (\surd) pada jawaban yang Anda pilih.

Keterangan:

- SS : Sangat Setuju
S : Setuju
RG : Ragu-ragu
TS : Tidak Setuju
STS : Sangat Tidak Setuju

No.	Variabel	Jawaban				
		SS	S	RG	TS	STS
Penanganan keluhan (X₁)						
<i>Empati terhadap pelanggan yang marah</i>						
1.	pemilik toko online Laily store responsif cepat terhadap pelanggan yang komplain					
2.	Pemilik toko online Laily store menanggapi denganramah pada pelanggan yang marah					
<i>epatan dalam menangani komplain</i>						
1.	Pemilik toko online Laily store menyelesaikan keluhan komplain dengan cepat dan tepat pada waktu yang telah ditentukan					
2.	Pemilik toko online Lailystore memilikikemampuan untuk menyelesaikan permasalahan keluhan yang terjadi					
<i>kewajaran atau Keadilan dalam memecahkan permasalahan atau keluhan.</i>						
1.	Pelangan mendapatkan penanganan keluhan yang adil dan wajar dalam memecahkan permasalahan komplain					
2.	Pemilik toko online Layli store menyampaikan informasi keluhan nasabah dengan baik dan jelas					

<i>kemudahan bagi pelanggan untuk menghubungi perusahaan</i>					
1.	Pemilik toko online Laily store menyampaikan informasi keluhan nasabah dengan baik dan jelas				
2.	Konsumen merasa aman dan nyaman dalam menyampaikan keluhan				

No.	Variabel	Jawaban				
		SS	S	RG	TS	STS
Kualitas Produk (X₂)						
<i>Bentuk</i>						
1.	Produk korset yang dijual laily sangat memenuhi bentuk dan ukuran korset					
2.	Laily store menjual produknya sesuai standartd yang ada					
<i>Ciri-ciri produk</i>						
1.	Produk yang dijual Laily store sesuai dengan deskripsi nya					
2.	Kesesuaian produk yang dijual oleh Laily store sesuai dengan keinginan pelanggan					
<i>Estetika</i>						
1.	Saya membeli korset di Laily store karena sudah terjamin kualitasnya dan desainnya					

2.	Produk pada Laily store telah banyak peminatnya karena kualitasnya sangat bagus					
<i>Ketepatan atau kesesuaian</i>						
1.	Karakteristik korset yang di jual oleh Laily store sesuai dengan keinginan konsumen					
2.	Pengiriman korset yang dijual oleh Laily Store sesuai dengan kecepatan dan kesesuaian					
<i>Daya tahan</i>						
1.	Menurut saya korset di Laily store sudah terbukti bagus dan awet					
2.	Produk korset yang dijual Laily store lebih tidak mudah rusak					
<i>Keandalan</i>						
1.	Saya membeli korset di Laily store sudah terjamin kualitasnya					
2.	Produk pada Laily store telah banyak peminatnya karena kualitasnya sangat bagus					

No.	Variabel	Jawaban				
		SS	S	RG	TS	STS
Harga (X₃)						
<i>Keterjangkauan Harga Produk</i>						
1.	Menurut saya produk Laily store memiliki harga yang terjangkau					

2.	Produk korset yang dijual Laily store memiliki harga yang relatif murah					
<i>Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk</i>						
1.	Menurut saya kualitas produknya bagus dan sesuai dengan harganya					
2.	Harga nya sangat terjangkau tetapi kualitas produknya bagus					

<i>Daya Saing Harga Produk</i>						
1.	Menurut saya produk korset di Laily store memiliki harga yang lebih terjangkau dari merek yang lain					
2.	Harga korset di Laily store yang lebih rendah dari pesaing membuat saya akan terus membelinya					
<i>Kesesuaian Harga Dengan Manfaat Produk</i>						
1.	Menurut saya korset di Laily store sangat berkualitas					
2.	Menurut saya korset di Laily store sesuai dengan manfaat yang diberikan					

No.	Variabel	Jawaban				
		SS	S	RG	TS	STS
Kepuasan konsumen (Y)						
Kesesuaian harapan						
1.	Pelanggan toko online Laily store merasa puas					

2.	Pelanggan toko online Laily store merasa puas terhadap layanan penjual					
Minat berkunjung kembali						
1.	Pelanggan dapat kembali membeli produk yang dijual pada toko online Laily store					
2	Pelanggan akan menjadi pelanggan tetap setelah membeli produk pada toko online Laily store					
Kesediaan merekomendasikan						
1.	Pelanggan pada toko online Laily store bersedia untuk merekomendasikan produk kepada orang lain					
2	Pelanggan pada toko online Laily store bersedia untuk merekomendasikan dalam membeli dengan jumlah besar atau grosir karena harga terjangkau					

Lampiran 8 Rekapitulasi Tabel Skor Jawaban Responden

Penanganan Keluhan (X1)									
Responden	X1.1_1	X1.1_2	X1.2_1	X1.2_2	X1.3_1	X1.3_2	X1.4_1	X1.4_2	TOTAL
1	5	4	5	5	4	4	5	5	37
2	3	4	4	5	2	3	2	5	28
3	4	5	3	3	5	5	3	3	31
4	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	4	5	5	5	5	3	5	4	36
6	5	4	3	5	4	5	4	4	34
7	5	4	5	5	5	5	4	3	36
8	5	5	5	5	4	3	4	4	35
9	5	3	4	2	4	5	2	4	29
10	5	3	4	4	5	4	4	5	34
11	5	5	5	4	5	5	3	5	37
12	5	4	4	4	5	5	5	5	37
13	5	5	5	5	4	5	4	5	38
14	5	5	4	4	4	3	5	4	34
15	5	5	3	5	5	4	5	5	37
16	5	5	4	4	5	3	5	5	36
17	5	5	5	5	5	5	5	5	40
18	5	4	5	4	4	4	4	5	35
19	5	4	4	4	4	4	3	3	31
20	5	4	4	5	5	3	4	5	35
21	5	5	4	4	4	5	4	5	36
22	5	4	5	5	5	5	5	5	39
23	5	5	5	4	5	5	5	5	39
24	5	5	5	4	4	5	5	5	38
25	5	4	5		3	5	5	4	35

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

54	5	5	5	5	5	5	5	5	40
55	5	5	5	5	5	5	5	5	40
56	5	5	5	4	5	5	5	5	39
57	5	5	5	5	4	5	5	5	39
58	5	5	5	4	5	5	5	5	39
59	5	5	5	5	5	5	5	5	40
60	5	5	5	5	5	5	5	5	40
61	5	5	5	5	5	5	5	4	39
62	1	5	5	4	4	5	4	5	33
63	2	5	4	5	4	4	5	5	34
64	3	2	5	5	4	5	5	5	34
65	4	1	4	3	5	5	5	5	32
66	2	3	4	4	5	5	5	5	33
67	1	2	5	3	1	5	1	5	23
68	3	4	4	5	5	5	4	1	31
69	4	4	5	5	5	4	5	4	36
70	3	3	5	5	5	4	4	5	34
71	3	3	4	1	4	5	5	5	30
72	3	4	5	5	3	5	4	5	34
73	3	5	4	4	4	5	5	4	34
74	4	3	1	4	5	5	5	3	30
75	2	3	3	2	2	2	1	3	18
76	4	5	4	5	5	5	4	5	37
77	2	4	5	5	5	5	5	5	36
78	1	3	2	5	5	5	5	5	31
79	3	2	5	1	3	4	1	1	20
80	3	5	4		5	4	5	5	35
81	4	4	3	5	3	5	3	4	31

82	4	5	5	3	4	5	5	4	35
83	1	3	5	5	5	4	5	5	33
84	1	2	5	3	4	5	5	5	30
85	3	5	5	4	3	5	5	5	35
86	3	4	5	5	5	5	5	4	36
87	2	4	5	5	5	4	5	4	34
88	1	3	5	5	5	4	5	5	33
89	5	4	5	3	5	5	5	5	37
90	3	5	4	4	5	5	5	4	35

Kualitas Produk (X2)													
Resp onde n	X2. 1_ 1	X2. 1_ 2	X2. 2_ 1	X2. 2_ 2	X2. 3_ 1	X2. 3_ 2	X2. 4_ 1	X2. 4_ 2	X2. 5_ 1	X2. 5_ 2	X2. 6_ 1	X2. 6_ 2	TO TA L
1	5	5	5	4	3	3	4	5	5	5	4	4	52
2	3	3	3	3	5	3	3	4	3	3	5	3	41
3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	43
4	5	5	5	4	5	5	3	5	5	4	5	5	56
5	3	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	51
6	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	43
7	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	54
8	3	3	2	4	4	4	4	5	4	4	3	3	43
9	3	2	2	5	5	3	2	3	3	2	5	5	40
10	2	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	52
11	5	5	5	3	5	5	5	4	4	5	5	5	56
12	5	5	5	4	5	5	3	5	5	5	4	4	55
13	5	4	4	4	5	5	5	3	3	4	4	4	50
14	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	55

15	4	4	3	3	4	3	3	5	3	4	5	5	46
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
17	4	5	5	5	3	3	5	5	5	4	5	5	54
18	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	56
19	5	5	5	5	4	4	5	4	4	3	3	3	50
20	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	52
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
22	4	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	57
23	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	56
24	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	55
25	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	56
26	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	56
27	4	5	5	4	4	4	4	3	3	5	4	4	49
28	4	5	5	3	5	5	4	5	5	4	5	5	55
29	4	4	4	3	4	5	3	4	4	4	3	3	45
30	3	4	4	3	4	5	4	3	3	4	5	5	47
31	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	53
32	4	3	3	4	5	5	5	4	5	4	4	4	50
33	4	5	5	3	5	5	4	5	5	4	3	3	51
34	4	5	5	4	4	4	3	5	5	3	4	4	50
35	3	4	4	3	4	4	5	5	5	4	5	5	51
36	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	54
37	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	54
38	3	5	5	4	5	5	4	3	3	5	5	5	52
39	5	5	5	5	4	5	5	3	5	5	5	5	57
40	4	4	5	5	5		5	4	5	5	5	5	57
41	4	4	4	2	5	4	5	5	4	4	5	5	51
42	5	5	5	2	5	5	5	4	5	5	5	5	56

43	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	55
44	3	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	56
45	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	58
46	5	2	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	56
47	2	5	2	2	4	3	2	3	2	4	2	3	34
48	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	4	5	57
49	5	3	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	56
50	3	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	57
51	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	57
52	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	57
53	5	4	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	57
54	5	5	5	3	5	5	5	4	5	5	5	5	57
55	5	5	5	4	5	5	3	5	5	5	5	5	57
56	5	5	5	4	5	5	3	5	5	5	5	5	57
57	5	3	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	57
58	5	5	5	3	5	5	5	4	5	5	5	5	57
59	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	3	5	56
60	5	5	5	5	4	5	5	5	5	3	5	5	57
61	4	3	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	56
62	2	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	53
63	3	2	1	4	4	4	5	4	4	5	4	4	44
64	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	55
65	2	5	5	5	2	3	5	5	5	4	5	4	50
66	2	5	4	5	5	5	2	5	5	4	4	5	51
67	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	56
68	3	5	5	4	5	5	5	3	3	5	5	4	52
69	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	3	3	52
70	3	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	56

71	4	5	5	5	5	5	2	4	5	3	5	5	53
72	3	4	5	3	4	3	5	2	2	4	5	5	45
73	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	55
74	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	54
75	4	4	4	4	3	3	5	4	4	3	5	5	48
76	4	5	2	3	2	2	4	5	3	2	4	3	39
77	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	55
78	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	56
79	3	3	3	3	5	5	5	4	4	5	4	4	48
80	5	3	3	4	5	5	5	5	3	4	3	3	48
81	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	56
82	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	56
83	4	5	4	2	5	5	5	5	5	5	5	4	54
84	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	55
85	3	4	4	3	5	5	3	5	5	5	3	3	48
86	4	5	5	3	5	5	4	5	5	5	5	5	56
87	3	5	5	4	5	5	4	5	5	3	4	4	52
88	5	5	5	3	4	4	5	5	4	5	5	5	55
89	3	4	3	5	5	4	3	5	5	5	3	3	48
90	3	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	52

Responden	H _i				X ₃)				TOTAL
	X3.1_1	X3.1_2	X3.2_1	X3.2_2	X3.3_1	X3.3_2	X3.4_1	X3.4_2	
1	5	5	5	4	4	4	5	5	37
2	3	5	3	5	4	3	3	4	30
3	4	4	3	4	5	3	4	4	31

4	4	4	4	5	4	4	4	4	33
5	5	4	4	4	4	4	5	5	35
6	5	5	3	4	3	3	5	3	31
7	4	4	4	5	5	5	5	4	36
8	4	5	3	4	4	4	4	4	32
9	5	4	2	5	4	1	5	3	29
10	5	5	5	4	5	4	4	3	35
11	3	4	4	4	4	4	5	5	33
12	5	5	5	5	4	4	4	4	36
13	5	3	3	4	5	4	4	4	32
14	4	4	4	4	5	5	4	4	34
15	4	3	3	4	4	4	4	3	29
16	3	4	3	5	4	3	5	4	31
17	5	5	5	5	4	4	3	3	34
18	3	4	4	5	4	4	4	3	31
19	5	4	3	5	3	3	5	4	32
20	4	4	4	5	5	5	4	4	35
21	4	4	4	5	4	4	4	4	33
22	5	5	5	5	5	5	3	3	36
23	4	5	5	5	4	4	4	5	36
24	3	4	4	5	5	4	5	4	34
25	5	4	4	4	5	5	3	5	35
26	4	5	5	4	5	5	4	3	35
27	3	4	4	5	5	5	5	4	35
28	4	5	5	4	5	5	4	3	35
29	3	4	4	4	5	5	4	5	34
30	5	4	4	5	4	4	4	3	33
31	4	5	5	4	4	5	5	5	37
32	4	5	5	4	5	5	5	5	38

62	5	1	1	5	4	4	4	5	29
63	4	4	4	5	2	2	5	5	31
64	1	5	5	4	3	3	5	5	31
65	4	1	2	3	4	3	1	2	20
66	3	3	3	5	4	4	5	5	32
67	3	4	4	5	4	5	4	4	33
68	3	5	4	4	5	5	5	5	36
69	4	4	4	5	4	5	3	4	33
70	4	4	5	5	5	5	4	5	37
71	3	4	4	5	5	5	5	4	35
72	4	4	4	5	4	5	4	5	35
73	2	3	2	4	4	4	4	5	28
74	3	3	3	4	5	5	4	4	31
75	4	4	4	3	5	5	5	4	34
76	2	4	3	4	5	5	2	3	28
77	2	4	1	4	5	2	2	4	24
78	4	3	3	2	4	5	5	4	30
79	5	4	4	5	4	4	4	5	35
80	4	3	3	5	5	5	4	3	32
81	2	4	3	2	3	2	3	2	21
82	4	4	4	3	5	5	5	4	34
83	4	5	5	3	5	5	4	5	36
84	4	5	5	4	5	5	3	5	36
85	4	3	3	5	5	4	3	4	31
86	4	5	5	4	5	5	4	5	37
87	3	5	5	4	5	5	5	5	37
88	4	4	4	5	4	5	5	5	36
89	3	5	5	4	5	5	4	5	36
90	3	5	5	4	4	5	4	5	35

Kepuasan Konsumen (Y)							
Responden	Y.1_1	Y.1_2	Y.2_1	Y.2_2	Y.3_1	Y.3_2	TOTAL
1	5	5	5	5	5	5	30
2	5	4	3	3	4	3	22
3	4	3	3	4	4	4	22
4	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	5	30
6	4	3	3	4	4	4	22
7	4	5	5	5	4	4	27
8	4	4	4	4	3	3	22
9	3	4	4	4	4	4	23
10	5	4	4	4	5	5	27
11	5	5	5	5	5	5	30
12	4	4	4	5	5	5	27
13	4	4	4	5	4	4	25
14	5	4	4	4	5	5	27
15	5	4	3	4	3	3	22
16	4	4	4	4	4	4	24
17	5	5	5	5	5	5	30
18	5	5	5	4	4	4	27
19	4	4	4	5	4	4	25
20	5	4	4	5	4	4	26
21	5	4		4	4	4	25
22	5	5	5	5	5	5	30
23	5	5	5	5	5	5	30
24	5	5	5	5	5	5	30
25	5	5	5	5	5	5	30
26	3	5	4	4	4	3	23

27	4	4	4	4	4	3	23
28	5	4	4	5	4	4	26
29	3	4	4	5	4	4	24
30	3	4	4	4	4	4	23
31	3	4	4	5	4	4	24
32	3	5	5	4	4	4	25
33	5	5	5	4	5	5	29
34	5	4	4	5	4	4	26
35	3	4	4	4	5	5	25
36	5	4	4	4	5	5	27
37	4	5	5	4	5	5	28
38	4	5	5	4	5	5	28
39	5	5	5	5	5	5	30
40	5	5	5	5	5	5	30
41	5	4	4	5	4	4	26
42	5	5	5	5	5	5	30
43	4	3	3	4	5	5	24
44	5	5	5	5	5	5	30
45	5	5	5	5	5	5	30
46	5	5	5	5	5	5	30
47	5	4	4	5	3	3	24
48	5	5	5	5	5	5	30
49	5	5	5	5	5	5	30
50	5	5	5	5	5	5	30
51	5	5	5	5	5	5	30
52	5	5	5	5	5	5	30
53	5	5	5	5	5	5	30
54	5	5	5	5	5	5	30
55	5	5	5	5	5	5	30

56	5	5	5	5	5	5	30
57	5	5	5	5	5	5	30
58	5	5	5	5	5	5	30
59	5	5	5	5	5	5	30
60	5	5	5	5	5	5	30
61	5	5	5	5	5	5	30
62	4	5	5	5	5	5	29
63	4	4	4	5	5	5	27
64	5	5	5	5	5	5	30
65	4	4	4	3	5	5	25
66	4	4	5	4	4	5	26
67	5	5	5	5	5	5	30
68	3	4	4	5	5	5	26
69	5	5	5	4	4	4	27
70	4	5	5	5	4	4	27
71	4	4	4	5	5	5	27
72	5	5	5	5	5	5	30
73	4	4	4	4	4	4	24
74	3	4	4	4	4	3	22
75	3	4	3	3	4	4	21
76	4	4	4	4	4	4	24
77	5	5	5	5	5	5	30
78	4	4		4	4	2	20
79	5	5	5	5	5	5	30
80	3	4	4	5	5	5	26
81	5	3	3	4	5	5	25
82	4	5	5	5	4	4	27
83	4	5	5	5	4	4	27
84	4	5	5	5	5	5	29

85	5	5	5	4	5	5	29
86	4	5	5	4	5	5	28
87	4	5	5	5	4	4	27
88	5	5	5	5	5	5	30
89	4	5	5	4	5	5	28
90	5	4	4	5	4	4	26

Lampiran 9 Hasil Output SPSS

Frekuensi Variabel Penanganan Keluhan (X1)

X1.1_1

		Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	6	6.7	6.7	6.7
	2.00	5	5.6	5.6	12.2
	3.00	13	14.4	14.4	26.7
	4.00	20	22.2	22.2	48.9
	5.00	46	51.1	51.1	100.0
	Total		90	100.0	100.0

X1.1_2

		Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	1.1	1.1	1.1
	2.00	4	4.4	4.4	5.6
	3.00	10	11.1	11.1	16.7
	4.00	24	26.7	26.7	43.3
	5.00	51	56.7	56.7	100.0
	Total		90	100.0	100.0

X1.2_1

		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulati ve Percent
Valid	1.00	1	1.1	1.1	1.1
	2.00	1	1.1	1.1	2.2
	3.00	5	5.6	5.6	7.8
	4.00	29	32.2	32.2	40.0
	5.00	54	60.0	60.0	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

X1.2_2

		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulati ve Percent
Valid	1.00	2	2.2	2.2	2.2
	2.00	3	3.3	3.3	5.6
	3.00	9	10.0	10.0	15.6
	4.00	31	34.4	34.4	50.0
	5.00	45	50.0	50.0	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

X1.3_1

		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulati ve Percent
Valid	1.00	1	1.1	1.1	1.1
	2.00	2	2.2	2.2	3.3
	3.00	6	6.7	6.7	10.0
	4.00	26	28.9	28.9	38.9
	5.00	55	61.1	61.1	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

X1.3_2

		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulati ve Percent
Valid	2.00	1	1.1	1.1	1.1
	3.00	7	7.8	7.8	8.9
	4.00	16	17.8	17.8	26.7
	5.00	66	73.3	73.3	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

X1.4_1

		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulati ve Percent
Valid	1.00	3	3.3	3.3	3.3
	2.00	2	2.2	2.2	5.6
	3.00	7	7.8	7.8	13.3
	4.00	18	20.0	20.0	33.3
	5.00	60	66.7	66.7	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

X1.4_2

		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulati ve Percent
Valid	1.00	2	2.2	2.2	2.2
	3.00	10	11.1	11.1	13.3
	4.00	16	17.8	17.8	31.1
	5.00	62	68.9	68.9	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

Frekuensi Variabel Kualitas Produk (X2)

X2.1_1

		Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulatif Percent
Valid	2.00	5	5.6	5.6	5.6
	3.00	20	22.2	22.2	27.8
	4.00	35	38.9	38.9	66.7
	5.00	30	33.3	33.3	100.0
Total		90	100.0	100.0	

X2.1_2

		Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulatif Percent
Valid	2.00	3	3.3	3.3	3.3
	3.00	8	8.9	8.9	12.2
	4.00	29	32.2	32.2	44.4
	5.00	50	55.6	55.6	100.0
Total		90	100.0	100.0	

X2.2_1

		Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulatif Percent
Valid	1.00	1	1.1	1.1	1.1
	2.00	4	4.4	4.4	5.6
	3.00	7	7.8	7.8	13.3
	4.00	23	25.6	25.6	38.9
	5.00	55	61.1	61.1	100.0
Total		90	100.0	100.0	

X2.2_2

		Freque nc y	Percent	Valid Percent	Cumulati ve Percent
Valid	2.00	4	4.4	4.4	4.4
	3.00	16	17.8	17.8	22.2
	4.00	40	44.4	44.4	66.7
	5.00	30	33.3	33.3	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

X2.3_1

		Freque nc y	Percent	Valid Percent	Cumulati ve Percent
Valid	2.00	2	2.2	2.2	2.2
	3.00	6	6.7	6.7	8.9
	4.00	28	31.1	31.1	40.0
	5.00	54	60.0	60.0	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

X2.3_2

		Freque nc y	Percent	Valid Percent	Cumulati ve Percent
Valid	2.00	1	1.1	1.1	1.1
	3.00	11	12.2	12.2	13.3
	4.00	21	23.3	23.3	36.7
	5.00	57	63.3	63.3	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

X2.4_1

		Freque ncy	Percent	Valid Percent	Cumulati ve Percent
Valid	2.00	4	4.4	4.4	4.4
	3.00	13	14.4	14.4	18.9
	4.00	21	23.3	23.3	42.2
	5.00	52	57.8	57.8	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

X2.4_2

		Freque ncy	Percent	Valid Percent	Cumulati ve Percent
Valid	2.00	1		1.1	1.1
	3.00	10	11.1	11.1	12.2
	4.00	27	30.0	30.0	42.2
	5.00	52	57.8	57.8	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

X2.5_1

		Freque ncy	Percent	Valid Percent	Cumulati ve Percent
Valid	2.00	2	2.2	2.2	2.2
	3.00	12	13.3	13.3	15.6
	4.00	21	23.3	23.3	38.9
	5.00	55	61.1	61.1	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

X2.5_2

		Freque ncy	Percent	Valid Percent	Cumulati ve Percent
Valid	2.00	2	2.2	2.2	2.2
	3.00	7	7.8	7.8	10.0
	4.00	36	40.0	40.0	50.0
	5.00	45	50.0	50.0	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

X2.6_1

		Freque ncy	Percent	Valid Percent	Cumulati ve Percent
Valid	2.00	1	1.1	1.1	1.1
	3.00	9	10.0	10.0	11.1
	4.00	29	32.2	32.2	43.3
	5.00	51	56.7	56.7	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

X2.6_2

		Freque ncy	Percent	Valid Percent	Cumulati ve Percent
Valid	3.00	11	12.2	12.2	12.2
	4.00	26	28.9	28.9	41.1
	5.00	53	58.9	58.9	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

Frekuensi Variabel Harga (X3)

X3.1_1

		Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulatif Percent
Valid	1.00	1	1.1	1.1	1.1
	2.00	5	5.6	5.6	6.7
	3.00	16	17.8	17.8	24.4
	4.00	33	36.7	36.7	61.1
	5.00	35	38.9	38.9	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

X3.1_2

		Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulatif Percent
Valid	1.00	2	2.2	2.2	2.2
	3.00	11	12.2	12.2	14.4
	4.00	32	35.6	35.6	50.0
	5.00	45	50.0	50.0	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

X3.2_1

		Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulatif Percent
Valid	1.00	2	2.2	2.2	2.2
	2.00	4	4.4	4.4	6.7
	3.00	17	18.9	18.9	25.6
	4.00	25	27.8	27.8	53.3
	5.00	42	46.7	46.7	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

X3.2_2

		Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulatif Percent
Valid	2.00	3	3.3	3.3	3.3
	3.00	5	5.6	5.6	8.9
	4.00	34	37.8	37.8	46.7
	5.00	48	53.3	53.3	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

X3.3_1

		Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulatif Percent
Valid	2.00	1	1.1	1.1	1.1
	3.00	4	4.4	4.4	5.6
	4.00	31	34.4	34.4	40.0
	5.00	54	60.0	60.0	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

X3.3_2

		Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulatif Percent
Valid	1.00	1	1.1	1.1	1.1
	2.00	3	3.3	3.3	4.4
	3.00	10	11.1	11.1	15.6
	4.00	22	24.4	24.4	40.0
	5.00	54	60.0	60.0	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

X3.4_1

		Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulatif Percent
Valid	1.00	1	1.1	1.1	1.1
	2.00	3	3.3	3.3	4.4
	3.00	9	10.0	10.0	14.4
	4.00	34	37.8	37.8	52.2
	5.00	43	47.8	47.8	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

X3.4_2

		Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulatif Percent
Valid	2.00	2	2.2	2.2	2.2
	3.00	15	16.7	16.7	18.9
	4.00	26	28.9	28.9	47.8
	5.00	47	52.2	52.2	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

Frekuensi Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Y.1_1

		Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulatif Percent
Valid	3.00	11	12.2	12.2	12.2
	4.00	27	30.0	30.0	42.2
	5.00	52	57.8	57.8	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

Y.1_2

		Freque ncy	Percent	Valid Percent	Cumulati ve Percent
Valid	3.00	4	4.4	4.4	4.4
	4.00	34	37.8	37.8	42.2
	5.00	52	57.8	57.8	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

Y.2_1

		Freque ncy	Percent	Valid Percent	Cumulati ve Percent
Valid	2.00	1	1.1	1.1	1.1
	3.00	7	7.8	7.8	8.9
	4.00	30	33.3	33.3	42.2
	5.00	52	57.8	57.8	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

Y.2_2

		Freque ncy	Percent	Valid Percent	Cumulati ve Percent
Valid	3.00	3	3.3	3.3	3.3
	4.00	30	33.3	33.3	36.7
	5.00	57	63.3	63.3	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

Y.3_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	3	3.3	3.3	3.3
	4.00	32	35.6	35.6	38.9
	5.00	55	61.1	61.1	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

Y.3_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	1.1	1.1	1.1
	3.00	7	7.8	7.8	8.9
	4.00	26	28.9	28.9	37.8
	5.00	56	62.2	62.2	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

Uji Reliabilitas

Penanganan Keluhan (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.708	8

Kualitas Produk (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.751	12

Harga (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.812	8

Kepuasan Pelanggan (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.847	6

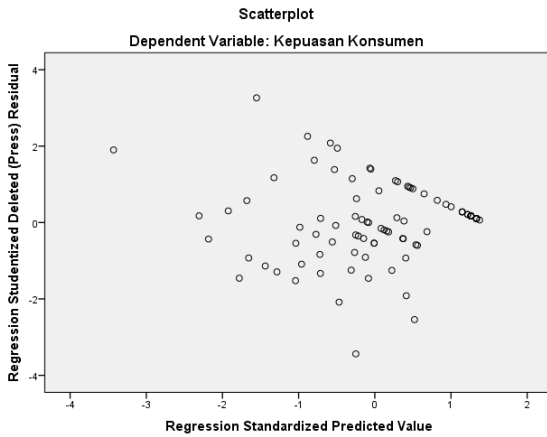
Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Penanganan Keluhan	,768	1,302
	Kualitas Produk	,671	1,491
	Harga	,660	1,514

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Uji Heteroskedasitas



Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,904	2,622		1,870	,065
	Penanganan Keluhan	,142	,062	,206	2,299	,024
	Kualitas Produk	,224	,056	,385	4,010	,000
	Harga	,160	,062	,252	2,602	,011

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	342.164	3	114.055	25.258	.000 ^b
	Residual	388.336	86	4.516		
	Total	730.500	89			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Harga, Penanganan Keluhan, Kualitas Produk

Uji Validitas Penanganan Keluhan (X1)

Correlations

		X1.1_1	X1.1_2	X1.2_1	X1.2_2	X1.3_1	X1.3_2	X1.4_1	X1.4_2	TOTAL
X1.1_1	Pearson Correlation	1	.481**	.153	.194	.292**	.106	.187	.058	.601**
	Sig. (2-tailed)		.000	.149	.067	.005	.319	.077	.587	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X1.1_2	Pearson Correlation	.481**	1	.199	.352**	.270*	.072	.321**	.164	.651**
	Sig. (2-tailed)	.000		.060	.001	.010	.502	.002	.122	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X1.2_1	Pearson Correlation	.153	.199	1	.244*	.082	.135	.206	.250*	.463**
	Sig. (2-tailed)	.149	.060		.021	.441	.205	.051	.017	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X1.2_2	Pearson Correlation	.194	.352**	.244*	1	.324**	.032	.449**	.275**	.634**
	Sig. (2-tailed)	.067	.001	.021		.002	.765	.000	.009	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X1.3_1	Pearson Correlation	.292**	.270*	.082	.324**	1	.213*	.589**	.137	.628**
	Sig. (2-tailed)	.005	.010	.441	.002		.044	.000	.198	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X1.3_2	Pearson Correlation	.106	.072	.135	.032	.213*	1	.233*	.113	.361**
	Sig. (2-tailed)	.319	.502	.205	.765	.044		.027	.291	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X1.4_1	Pearson Correlation	.187	.321**	.206	.449**	.589**	.233*	1	.355**	.724**
	Sig. (2-tailed)	.077	.002	.051	.000	.000	.027		.001	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X1.4_2	Pearson Correlation	.058	.164	.250*	.275**	.137	.113	.355**	1	.496**
	Sig. (2-tailed)	.587	.122	.017	.009	.198	.291	.001		.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
TOTAL	Pearson Correlation	.601**	.651**	.463**	.634**	.628**	.361**	.724**	.496**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90

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

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

Uji Validitas Kualitas Produk (X2)

Correlations

		X2.1_1	X2.1_2	X2.2_1	X2.2_2	X2.3_1	X2.3_2	X2.4_1	X2.4_2	X2.5_1	X2.5_2	X2.6_1	X2.6_2	TOTAL
X2.1_1	Pearson Correlation	1	.016	.310**	.107	.070	.185	.200	.069	.157	.157	.229*	.269*	.464**
	Sig. (2-tailed)		.881	.003	.317	.511	.081	.059	.519	.140	.140	.030	.010	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X2.1_2	Pearson Correlation	.016	1	.589**	-.092	-.051	.102	.010	.174	.218*	.066	.079	.145	.370**
	Sig. (2-tailed)	.881		.000	.387	.632	.339	.928	.101	.039	.534	.460	.173	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X2.2_1	Pearson Correlation	.310**	.589**	1	.219*	.172	.397**	.271**	.162	.479**	.310**	.374**	.456**	.775**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000		.039	.106	.000	.010	.126	.000	.003	.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X2.2_2	Pearson Correlation	.107	-.092	.219*	1	-.055	.145	.075	.098	.308**	.069	.062	.195	.354**
	Sig. (2-tailed)	.317	.387	.039		.608	.174	.483	.359	.003	.517	.559	.065	.001
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X2.3_1	Pearson Correlation	.070	-.051	.172	-.055	1	.691**	-.073	.115	.268*	.264*	.117	.164	.408**
	Sig. (2-tailed)	.511	.632	.106	.608		.000	.496	.280	.011	.012	.270	.122	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X2.3_2	Pearson Correlation	.185	.102	.397**	.145	.691**	1	.148	.212*	.479**	.459**	.113	.263*	.661**
	Sig. (2-tailed)	.081	.339	.000	.174	.000		.163	.045	.000	.000	.290	.012	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X2.4_1	Pearson Correlation	.200	.010	.271**	.075	-.073	.148	1	.021	.150	.283**	.179	.189	.416**
	Sig. (2-tailed)	.059	.928	.010	.483	.496	.163		.844	.159	.007	.091	.075	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X2.4_2	Pearson Correlation	.069	.174	.162	.098	.115	.212*	.021	1	.693**	.040	.047	.072	.427**
	Sig. (2-tailed)	.519	.101	.126	.359	.280	.045	.844		.000	.711	.660	.500	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X2.5_1	Pearson Correlation	.157	.218*	.479**	.308**	.268*	.479**	.150	.693**	1	.273**	.187	.291**	.721**
	Sig. (2-tailed)	.140	.039	.000	.003	.011	.000	.159	.000		.009	.078	.005	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X2.5_2	Pearson Correlation	.157	.066	.310**	.069	.264*	.459**	.283**	.040	.273**	1	-.002	.156	.489**
	Sig. (2-tailed)	.140	.534	.003	.517	.012	.000	.007	.711	.009		.982	.142	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X2.6_1	Pearson Correlation	.229*	.079	.374**	.062	.117	.113	.179	.047	.187	-.002	1	.802**	.499**
	Sig. (2-tailed)	.030	.460	.000	.559	.270	.290	.091	.660	.078	.982		.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X2.6_2	Pearson Correlation	.269*	.145	.456**	.195	.164	.263*	.189	.072	.291**	.156	.802**	1	.630**
	Sig. (2-tailed)	.010	.173	.000	.065	.122	.012	.075	.500	.005	.142	.000		.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
TOTAL	Pearson Correlation	.464**	.370**	.775**	.354**	.408**	.661**	.416**	.427**	.721**	.489**	.499**	.630**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90

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

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

Uji Validitas Harga (X3)

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	TOTAL
X3.1_1	Pearson Correlation	1	.252*	.378**	.406**	.238*	.261*	.322**	.202	.595**
	Sig. (2-tailed)		.017	.000	.000	.024	.013	.002	.056	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X3.1_2	Pearson Correlation	.252*	1	.809**	.219*	.248*	.324**	.399**	.384**	.709**
	Sig. (2-tailed)	.017		.000	.038	.019	.002	.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X3.2_1	Pearson Correlation	.378**	.809**	1	.259*	.349**	.602**	.436**	.461**	.839**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.014	.001	.000	.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X3.2_2	Pearson Correlation	.406**	.219*	.259*	1	.100	.161	.344**	.298**	.518**
	Sig. (2-tailed)	.000	.038	.014		.347	.129	.001	.004	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X3.3_1	Pearson Correlation	.238*	.248*	.349**	.100	1	.654**	.075	.234*	.522**
	Sig. (2-tailed)	.024	.019	.001	.347		.000	.484	.026	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X3.3_2	Pearson Correlation	.261*	.324**	.602**	.161	.654**	1	.266*	.470**	.708**
	Sig. (2-tailed)	.013	.002	.000	.129	.000		.011	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X3.4_1	Pearson Correlation	.322**	.399**	.436**	.344**	.075	.266*	1	.522**	.650**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000	.001	.484	.011		.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X3.4_2	Pearson Correlation	.202	.384**	.461**	.298**	.234*	.470**	.522**	1	.680**
	Sig. (2-tailed)	.056	.000	.000	.004	.026	.000	.000		.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
TOTAL	Pearson Correlation	.595**	.709**	.839**	.518**	.522**	.708**	.650**	.680**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90

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

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

Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)

Correlations

		Y.1_1	Y.1_2	Y.2_1	Y.2_2	Y.3_1	Y.3_2	TOTAL
Y.1_1	Pearson Correlation	1	.385**	.378**	.355**	.350**	.359**	.640**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.001	.001	.001	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90
Y.1_2	Pearson Correlation	.385**	1	.893**	.456**	.455**	.416**	.792**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90
Y.2_1	Pearson Correlation	.378**	.893**	1	.532**	.498**	.602**	.862**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90
Y.2_2	Pearson Correlation	.355**	.456**	.532**	1	.317**	.374**	.655**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000		.002	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90
Y.3_1	Pearson Correlation	.350**	.455**	.498**	.317**	1	.895**	.772**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.002		.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90
Y.3_2	Pearson Correlation	.359**	.416**	.602**	.374**	.895**	1	.807**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000		.000
	N	90	90	90	90	90	90	90
TOTAL	Pearson Correlation	.640**	.792**	.862**	.655**	.772**	.807**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	90	90	90	90	90	90	90

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

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandarized Predicted Value
N		90
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	27.16667
	Std. Deviation	1.960751
Most Extreme Differences	Absolute	.085
	Positive	.084
	Negative	-.085
Test Statistic		.085
Asymp. Sig. (2-tailed)		.110 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

