





DAFTAR PUSTAKA

- Adam, Muhammad. 2015. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Andi Andoyo. 2020, Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Online Lazada di Universitas Muhammadiyah Palembang, jurnal Ilmu Manajemen Pemasaran, Universitas Muhammadiyah Palembang.
- Elpawati, Achmad tjachja Nugraha, Tyas Abimanyu. 2019, Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Teh Walini Di Industri Hilir Teh Pt. Perkebunan Nusantara VIII Bandung, Jurnal Agribisnis, Vol. 13, No. 7.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan penerbit Universitas di Ponegoro.
- Gloria J.M Sianipar. 2019, Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Alfamart, Jurnal Ilmiah Simantek, Vol. 3 No. 1.
- Kotler. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler dan Armstrong. 2015. *Principle Of Marketing*, 15th edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P. dan Keller. 2016. *Marketing Manajemen*. Edisi 14. Global Edision Pearson. Prentice.
- Kotler dan Keller. 2017. *A Frame Work For Marketing Manajement Sixth Edition*, England: Pearson Global Edition (Pearson Education Limited).
- Nugroho, T, D. 2015. Analisis Pengaruh Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Dalam

- Pembelian Rokok Surya. *Jurnal Riset Mahasiswa Manajemen(JRMM)* Vol. 3 No. 1.
- Nawari. 2019. Pengaruh Promosi, Kualitas Produk Dan Harga Tiket Terhadap Kepuasan Pengunjung Wisata Education Gondang Outbond (Wego) Lamongan, *J-MACC: Journal of Management and Accounting*, Vol. 2 No. 1, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Darul 'Ulum Lamongan.
- Nova Listatia Fajar dan Mohammad Yani, 2019, Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Laundry Dinda Di Sampit, *E-Jurnal Profit (Jurnal Penerapan Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan)* Vol. 4/No. 2.
- Rondonuwu, Purnomo. 2017. Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Layanan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Mobil Nissan March Pada PT. Wahana Wirawan Manado.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiono. 2018. *Metode penelitian Kuantitati, kualitatif, dan R&D*. Bandung: alfabeta.
- Venkatesh dan Penalozza. 2017. Further evolving the new dominant logic Of marketing: From services to the social construction of markets. *Marketing Theory*, 6(3), 299-316.

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama Mahasiswa : Elisabeth Ema Doreina Hekin
2. NIM : 171500234
3. Program Studi : Manajemen
4. Tanggal Mengajukan Skripsi : 21 Oktober 2020
5. Judul Skripsi : Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Produk Kacang Mete PLITA Terhadap Kepuasan Konsumen di Koperasi PLITA Kecamatan Lewolema Kabupaten Flores Timur-NTT
6. Dosen Pembimbing : Ferry Hariawan, S.E.,M.M.
7. Konsultasi :

No.	Tanggal	Paraf Pembimbing	Uraian/Kegiatan
1	23-10-2020		ACC Judul
2	26-11-2020		ACC Bab I, II
3	20-01-2021		ACC Bab III
4	11-03-2021		ACC Bav IV, V

8. Tanggal selesai menulis skripsi : 11 Maret 2021
9. Telah diuji dengan nilai :

Surabaya,

Dosen Pembimbing,



Ferry Hariawan, S.E.,M.M.

NPP: 1512763/DY

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 : Elisabeth Ema Doreina Hekin

NIM/Program Studi : 171500234 / Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Produk Kacang Mete PLITA Terhadap Kepuasan Konsumen di Koperasi PLITA Kecamatan Lewolema Kabupaten Flores Timur - NTT

Tanggal Ujian Skripsi : 9 April 2021

Penguji : 1. Dr. Noerchaidah, s.e., M.M
2. Siti Samsiyah, s.e., M.M

No	Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf Penguji
1	9 April 2021	Judul penelitian.	
2		Perbedaan yg penelitian sebelumnya	
3		fyg di jelaskan.	
4		Uji anova kesiid fny diperbaiki	
5			
6			
7			
8			

Penguji I,

Dr. Noerchaidah.

Surabaya, 15 April 2021
Penguji II,

Siti Samsiyah.

SURAT IJIN 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.unipasby.ac.id>

Nomor : 210086 /01/FEB/ II /2021
Lampiran : -
Perihal : Ijin Penelitian dan Pengambilan Data

Kepada Yth:
Bapak Pimpinan
Koperasi PLITA
di -
Flores-NTT

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 : Elisabeth Ema Doreina Hekinl
NIM : 171500234
Prodi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Produk Kacang Mete PLITA Terhadap Kepuasan Konsumen di Kecamatan Lewolema Kabupaten Flores Timur-NTT.

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

Surabaya, 9 Februari 2021

Drs. H. Teguh Purwanto M.M.
NIP. 19601222.199003.1001

LAMPIRAN

Lampiran 1: Surat Keterangan Ijin 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.unipasby.ac.id>

Nomor : 210006 /01/FEB/II /2021
Lampiran : -
Perihal : Ijin Penelitian dan Pengambilan Data


Kepada Yth:
Bapak Pimpinan
Koperasi PLITA
di -
Flores-NTT

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 : Elisabeth Ema Doreina Hekini
NIM : 171500234
Prodi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Produk Kacang Mete PLITA Terhadap Kepuasan Konsumen di Kecamatan Lewolema Kabupaten Flores Timur-NTT.

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

Surabaya, 9 Februari 2021



Drs. H. Teguh Purwanto M.M
NIP. 19601222.199003.1001

Lampiran 2: Kartu Bimbingan Skripsi



UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI BISNIS
 Kampus : Jl. Dukuh Menanggal XII/4, Telp- Fax. 031-8281183 Surabaya 60234
 Website : <http://www.unipasby.ac.id>

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama	:	ELISABETH EMA DAREJANA HEKIM
Prodi / NIM	:	MANAJEMEN / 171500234
Judul Skripsi	:	Pengaruh Promosi, Harga dan kualitas Produk Kacang Mede PLITA Terhadap Kepuasan Konsumen di Kecamatan Lessolema Kabupaten Flores Timur- NTT.
Dosen Pembimbing	:	Ferry Hariawan, S.E., M.M.
Periode Kepembimbingan	:	20 Oktober 2020 s/d 25 Maret 2021

URAIAN KEGIATAN KEPEMBIMBINGAN :

NO	TANGGAL	MATERI BIMBINGAN	KET.	TANDA TANGAN
1	21-10-2020	Konsultasi Judul		<i>[Signature]</i>
2	23-10-2020	ACC Judul		<i>[Signature]</i>
3	26-10-2020	Konsultasi Perencanaan Terleluhulu		<i>[Signature]</i>
4	02-11-2020	Konsultasi Bab I		<i>[Signature]</i>
5	18-11-2020	Konsultasi Bab I dan Bab II		<i>[Signature]</i>
6	26-11-2020	ACC Bab I dan Bab II		<i>[Signature]</i>
7	12-12-2020	Konsultasi Bab III		<i>[Signature]</i>
8	20-01-2021	ACC Bab III		<i>[Signature]</i>
9	02-02-2021	Konsultasi Proposal		<i>[Signature]</i>
10	16-02-2021	Konsultasi Bab IV dan Bab V		<i>[Signature]</i>
11	11-03-2021	ACC Bab IV dan Bab V		<i>[Signature]</i>
12	23-03-2021	Konsultasi Artikel		<i>[Signature]</i>
13	25-03-2021	ACC Artikel		<i>[Signature]</i>

Bimbingan selesai pada tanggal

Dosen Pembimbing,

[Signature]
Ferry Hariawan







Mahasiswa,

[Signature]
ELISABETH EMA DAREJANA HEKIM

Lampiran 3: Berita Acara Bimbingan Skripsi

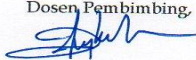
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama Mahasiswa : Elisabeth Ema Doreina Hekin
2. NIM : 171500234
3. Program Studi : Manajemen
4. Tanggal Mengajukan Skripsi : 21 Oktober 2020
5. Judul Skripsi : Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Produk Kacang Mete PLITA Terhadap Kepuasan Konsumen di Koperasi PLITA Kecamatan Lewolema Kabupaten Flores Timur-NTT
6. Dosen Pembimbing : Ferry Hariawan, S.E.,M.M.
7. Konsultasi :

No.	Tanggal	Paraf Pembimbing	Uraian/Kegiatan
1	23-10-2020		ACC Judul
2	26-11-2020		ACC Bab I, II
3	20-01-2021		ACC Bab III
4	11-03-2021		ACC Bav IV, V

8. Tanggal selesai menulis skripsi : 11 Maret 2021
9. Telah diuji dengan nilai :

Surabaya,
Dosen Pembimbing,



Ferry Hariawan, S.E.,M.M.
NPP: 1512763/DY

Lampiran 4. Berita Acara Ujian Skripsi

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

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

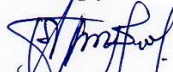
Pada Hari : Jumad
Tanggal : 09 April
Tahun : 2021

Penguji I



Dr. Noerchoidah, S.E., M.M
NIDN : 0710046903

Penguji II



Siti Samsiyah, S.E., M.M
NPP : 1511749/DY

Lampiran 5. Kuesioner Penelitian

Judu Skripsi: Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Produk Kacang Mete Plita Terhadap Kepuasan Konsumen Di Koperasi PLITA Kecamatan Lewolema Kabupaten Flores Timur-NTT.

1. Identitas Responden

Nama	
Umur	(...) Tahun
Jenis Kelamin	1. Laki-Laki 2. Perempuan
Pekerjaan	Pegawai Negeri 2. Wiraswast 3. Ibu Rumah Tangga 4. Petani
Alamat	Desa (.....)

2. Petunjuk

Saya menginginkan pendapat saudara sebagai konsumen tentang Promosi, Harga dan Kualitas Produk Kacang Mete yang diproduksi oleh Koperasi PLITA di Desa Ilepadung.

3. Cara Pengisian

Berikan tanda centang (√) pada jawaban yang saudara pilih.

4. Kriteria Penilaian

No.	Pernyataan	Bobot
01.	Sangat Setuju (SS)	5
02.	Setuju (S)	4
03.	Ragu-Ragu (RR)	3
04.	Tidak Setuju (TS)	2
05.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

KUESIONER

Variabel Promosi (X1)

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
A.	Media Promosi					
1.	Promosi produk kacang mete PLITA melalui media cetak lebih menarik perhatian.					
2.	Promosi produk kacang mete PLITA melalui media elektronik/sosial media lebih menarik perhatian					
B.	Kreatifitas Promosi					
3.	Merasa puas dengan cara Koperasi PLITA mempromosikan produk kacang mete dalam iven pameran yang digelar di beberapa tempat.					
4.	Promosi produk kacang mete PLITA sesuai dengan kenyataan					
C.	Diferensiasi Promosi					
5.	Desain label terbaru pada kemasan produk kacang mete PLITA lebih					

	menarik dari yang sebelumnya.					
6.	Penggunaan Media Sosial seperti Facebook, WhatsApp lebih menarik digunakan untuk iklan produk kacang mete PLITA.					
D.	Kualitas Tenaga Pemasar					
7.	Lebih yakin dengan orang yang menyampaikan langsung informasi tentang produk kacang mete dari pada melalui media promosi lainya.					
8.	Promosi yang disampaikan oleh anggota Koperasi PLITA mampu memberikan keyakinan terhadap kualitas produk kacang mete.					

Variabel Harga (X2)

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
A.	Keterjangkauan Harga					
1.	Harga kacang mete yang ditetapkan koperasi PLITA terjangkau dengan daya beli					
2.	Harga yang ditetapkan koperasi PLITA wajar.					
B.	Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk					
3.	Merasa puas dengan harga sebanding dengan kualitas produk kacang mete PLITA.					
4.	Porsi pada setiap kemasan kacang mete sebanding dengan harga yang dibayarkan					
C.	Daya Saing Harga					
5.	Harga yang ditetapkan oleh koperasi PLITA lebih murah dibandingkan dengan tempat lain yang sejenis.					
6	Harga yang ditetapkan oleh koperasi PLITA sesuai kualitas produk dari pada tempat lain yang menjual produk sejenis.					

D.	Kesesuaian harga dengan manfaat					
7.	Harga yang dibayarkan, seimbang dengan mafaat produk.					
8.	Harga yang dibayarkan, layak karena produk berupa kacang mete PLITA aman dan yaman dikonsumsi					

Variabel Kualitas Produk (X3)

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
A.	Bentuk (form)					
1.	Bentuk kemasan produk kacang mete PLITA menarik					
2.	Kemasan produk kacang mete PLITA dapat menjamin kenyamanan produk disimpan lama					
B.	Fitur (feature)					
3	Produk kacang mete PLITA rasanya lebih renyah dan gurih dibandingkan dengan produk sejenis lainnya.					
4.	Produk kacang mete PLITA nyaman dikonsumsi dan dijamin sehat/higienis.					
C.	Kualitas Kinerja (performance quality)					
5.	Dengan mengkonsumsi kacang mete PLITA dapat memberikan manfaat dalam pemenuhan kebutuhan gizi dan kesehatan.					
6.	Produk kacang mete PLITA selain disajikan					

	sebagai makanan ringan dapat dibuat berbagai bentuk olahan makananlainya.					
D.	Kesan kualitas (perceived quality)					
7.	Kualitas produk kacang mete PLITA lebih baik dari produk sejenis lainya karena rasanya lebih renyah dan gurih.					
8.	Bobot produk kacang mete PLITA sesuai bobot yang tercantum pada kemasan.					
E.	Ketahanan (durability)					
9.	Produk kacang mete PLITA bisa bertahan lama disimpan karena diolah memenuhi standar mutu sesuai permintaan.					
10	Produk kacang mete PLITA dijamin aman dan tidak mudah rusak karena dikemas menggunakan kemasan hampa udara (di vacuum).					
F.	Keandalan (reability)					
11.	Penampakan produk kacang mete PLITA lebih					

	bersih dan mengkilat dibandingkan produk sejenis lainnya.					
12.	Produk kacang mete PLITA dikemas dalam beberapa variasi ukuran dan harga sesuai dengan permintaan.					
G.	Kemudahan Perbaikan (repairability)					
13	Persediaan Produk kacang mete PLITA sudah sesuai permintaan.					
14.	Ketepatan waktu penyaluran produk kacang mete PLITA sudah sesuai harapan.					
H.	Gaya (style)					
15.	Bentuk kemasan dan label sudah baik sesuai keinginan.					
16.	Kualitas produk kacang mete PLITA tetap dipertahankan bahkan bisa ditingkatkan.					
I	Desain (design)					
17.	Desian bentuk kemasan dan label Produk kacang mete PLITA sesuai					

	kualitas dan keunikan produknya.					
18.	Desian bentuk kemasan dan lebel Produk kacang mete PLITA unik dan berbeda dengan produk sejenis lainnya.					

Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
A.	Expectations (harapan)					
1.	Porsi/Ukuran kacang mete PLITA dalam satu kemasan sesuai dengan harga					
2.	Rasa dari produk kacang mete PLITA sangat renyah dan gurih sesuai dengan harapan					
B.	Performance (kinerja)					
1.	Mengkonsumsi Produk kacang mete PLITA terasa aman, sehat dan bergizi.					
2.	Mengkonsumsi Produk kacang mete PLITA menggugah selera makan					
C.	Comparison (perbandingan)					
1.	Mengkonsumsi produk kacang mete PLITA terasa lebih gurih dari produk lain yang sejenis					
2.	Porsi/Ukuran kacang mete PLITA dalam satu kemasan lebih pas dari pada produk lain yang sejenis.					
D.	Confirmation/disconfirmati on					

1.	Ada kepuasan membeli produk kacang mete PLITA karena penetapan harga sebandingi dengan tingkat kualitas produknya.					
2.	Ada kepuasan dan terasa nyaman setelah mengkonsumsi produk kacang mete PLITA.					
E.	Discrepancy (perbedaan)					
1.	Komitmen untuk tetap membeli produk kacang mete PLITA karena memiliki keunikan dibanding produk lain yang sejenis.					
2.	Dapat membantu mempromosikan kepada sahabat kenalan yang belum mengenal produk kacang mete PLITA.					

Lampiran 6. Tabulasi Data

Variabel Promosi (X1)

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

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

Variabel Harga (X2)

Resp	X2.1 _1	X2.1 _2	X2.2 _1	X2.2 _2	X2.3 _1	X2.3 _2	X2.4 _1	X2. 4 2	Total
Resp_1	3	4	4	3	4	3	3	4	28
Resp_2	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Resp_3	4	5	5	4	5	4	4	5	36
Resp_4	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Resp_5	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_6	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Resp_7	4	5	5	5	5	5	4	5	38
Resp_8	5	5	5	4	5	4	5	5	38
Resp_9	4	4	4	5	4	5	4	4	34
Resp_10	5	5	5	4	5	4	5	5	38
Resp_11	4	5	5	5	5	5	4	5	38
Resp_12	3	3	3	4	3	4	3	3	26
Resp_13	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Resp_14	3	3	3	4	3	4	3	3	26
Resp_15	5	4	4	4	4	4	5	4	34
Resp_16	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Resp_17	4	4	4	5	4	5	4	4	34
Resp_18	3	3	3	4	3	4	3	3	26
Resp_19	3	4	4	4	4	4	3	4	30
Resp_20	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Resp_21	4	3	3	4	3	4	4	3	28
Resp_22	4	4	4	5	4	5	4	4	34
Resp_23	4	5	5	5	5	5	4	5	38
Resp_24	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Resp_25	3	5	5	5	5	5	3	5	36

Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Resp	Y.1 _1	Y.1 _2	Y.2 _1	Y.2 _2	Y.3 _1	Y.3 _2	Y.4 _1	Y.4 _2	Y.5 _1	Y.5 _2	Total
Resp 1	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	34
Resp 2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	31
Resp 3	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	45
Resp 4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
Resp 5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Resp 6	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	31
Resp 7	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	47
Resp 8	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	46
Resp 9	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	43
Resp 10	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	46
Resp 11	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	47
Resp 12	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	33
Resp 13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
Resp 14	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	34
Resp 15	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	43
Resp 16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
Resp 17	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	44
Resp 18	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	34
Resp 19	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	37
Resp 20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
Resp 21	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	35
Resp 22	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	44
Resp 23	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	47
Resp 24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
Resp 25	5	5	3	5	5	5	5	4	3	5	45
Resp 26	4	4	5	4	4	4	4	3	5	4	41
Resp 27	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49

Lampiran 7. Tabel Persiapan Analisis

No.Resp	(X1)	(X2)	(X3)	(Y)
Resp 1	30	28	61	34
Resp 2	30	24	56	31
Resp 3	34	36	81	45
Resp 4	38	40	90	50
Resp 5	35	32	72	40
Resp 6	34	24	56	31
Resp 7	30	38	83	47
Resp 8	32	38	84	46
Resp 9	35	34	76	43
Resp 10	30	38	84	46
Resp 11	36	38	83	47
Resp 12	33	26	58	33
Resp 13	35	40	90	50
Resp 14	37	26	60	34
Resp 15	35	34	79	43
Resp 16	36	40	90	50
Resp 17	34	34	78	44
Resp 18	34	26	60	34
Resp 19	33	30	65	37
Resp 20	37	40	90	50
Resp 21	33	28	63	35
Resp 22	35	34	78	44
Resp 23	30	38	83	47
Resp 24	36	40	90	50
Resp 25	37	36	78	45
Resp 26	31	34	75	41

Resp 27	30	40	88	49
Resp 28	37	38	85	48
Resp 29	34	38	83	47
Resp 30	33	32	74	41
Resp 31	32	38	83	47
Resp 32	31	32	70	39
Resp 33	34	34	79	43
Resp 34	33	34	77	42
Resp 35	32	32	70	39
Resp 36	27	26	61	33
Resp 37	35	32	74	41
Resp 38	39	40	90	50
Resp 39	34	30	67	38
Resp 40	32	26	61	33
Resp 41	31	26	61	33
Resp 42	25	32	70	39
Resp 43	37	38	83	47
Resp 44	33	32	74	41
Resp 45	36	34	79	43
Resp 46	38	40	88	49
Resp 47	36	34	79	43
Resp 48	31	34	77	42
Resp 49	32	40	90	50
Resp 50	38	32	72	40

Lampiran 8. Uji validitas

Variabel Promosi (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	PROMOSI
X1_1_1	Pearson Correlation	1	.356	.154	.058	.136	.269	-.139	.082	.451**
	Sig. (2-tailed)		.011	.286	.688	.347	.059	.337	.571	.001
X1_1_2	Pearson Correlation	.356*	1	.237	.076	-.070	.195	.140	.177	.506**
	Sig. (2-tailed)			.097	.599	.627	.175	.334	.218	.000
X1_2_1	Pearson Correlation	.154	.237	1	.109	-.032	.077	.343*	.576**	.587**
	Sig. (2-tailed)				.452	.828	.593	.015	.000	.000
X1_2_2	Pearson Correlation	.058	.076	.109	1	.127	.096	.127	.202	.427**
	Sig. (2-tailed)					.380	.508	.381	.159	.002
X1_3_1	Pearson Correlation	.136	-.070	-.032	.127	1	.576**	.005	.101	.442**
	Sig. (2-tailed)		.627	.828	.380		.000	.971	.485	.001
X1_3_2	Pearson Correlation	.269	.195	.077	.096	.576**	1	.087	.050	.576**
	Sig. (2-tailed)		.593	.508	.508	.000		.547	.731	.000
X1_4_1	Pearson Correlation	-.139	.140	.343*	.127	.005	.087	1	.527**	.510**
	Sig. (2-tailed)		.337	.334	.381	.971	.547		.000	.000
X1_4_2	Pearson Correlation	.082	.177	.576**	.202	.101	.050	.527**	1	.659**
	Sig. (2-tailed)		.571	.000	.159	.485	.731	.000		.000
PROMOSI	Pearson Correlation	.451**	.506**	.587**	.427**	.442**	.576**	.510**	.659**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.002	.001	.000	.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50

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

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

Variabel Harga (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	HARGA	
X2.1_1	Pearson Correlation	1	.501**	.501**	.358*	.501**	.358*	1,000**	.501**		.688**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.011	.000	.011	.000	.000		.000
X2.1_2	Pearson Correlation	.501**	1	1,000**	.781**	1,000**	.781**	.501**	1,000**	.955**	
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
X2.2_1	Pearson Correlation	.501**	1,000**	1	.781**	1,000**	.781**	.501**	1,000**	.955**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
X2.2_2	Pearson Correlation	.358*	.781**	.781**	1	.781**	1,000**	.358*	.781**	.843**	
	Sig. (2-tailed)	.011	.000	.000	.000	.000	.000	.011	.000	.000	.000
X2.3_1	Pearson Correlation	.501**	1,000**	1,000**	.781**	1	.781**	.501**	1,000**	.955**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
X2.3_2	Pearson Correlation	.358*	.781**	.781**	1,000**	.781**	1	.358*	.781**	.843**	
	Sig. (2-tailed)	.011	.000	.000	.000	.000	.000	.011	.000	.000	.000
X2.4_1	Pearson Correlation	1,000**	.501**	.501**	.358*	.501**	.358*	1	.501**	.688**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.011	.000	.011	.000	.000	.000	.000
X2.4_2	Pearson Correlation	.501**	1,000**	1,000**	.781**	1,000**	.781**	.501**	1	.955**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
HARGA	Pearson Correlation	.688**	.955**	.955**	.843**	.955**	.843**	.688**	.955**	1	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
		50	50	50	50	50	50	50	50	50	50

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

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

Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

		Correlations										KEPUASANKONSUMEN
		Y1_1	Y1_2	Y2_1	Y2_2	Y3_1	Y3_2	Y4_1	Y4_2	Y5_1	Y5_2	
Y1_1	Pearson Correlation	1										
	Sig. (2-tailed)		.781**	.501**	1.000**	1.000**	.781**	.781**	.348*	.501**	1.000**	.937**
Y1_2	Pearson Correlation	.781**	1									
	Sig. (2-tailed)	.000		.368**	.781**	.781**	1.000**	1.000**	.356*	.368**	.781**	.868**
Y2_1	Pearson Correlation	.501**	.368**	1								
	Sig. (2-tailed)	.000	.011	.501**	.000	.000	.011	.011	.001	.000	.000	.676**
Y2_2	Pearson Correlation	.000	.011	.501**	1							
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.013	.501**	1.000**	.937**
Y3_1	Pearson Correlation	1.000**	.781**	.501**	1.000**	1						
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.013	.000	.000	.937**
Y3_2	Pearson Correlation	.781**	1.000**	.368**	.781**	.781**	1					
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.011	.000	.000	.000	.000	.011	.011	.000	.868**
Y4_1	Pearson Correlation	.000	.000	.011	.000	.000	.000	1				
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.011	.000	.000	.000	.000	.011	.011	.000	.868**
Y4_2	Pearson Correlation	.348*	.356*	.454*	.348*	.348*	.356*	.356*	1			
	Sig. (2-tailed)	.013	.011	.001	.013	.013	.011	.011	.011	.001	.013	.000
Y5_1	Pearson Correlation	.501**	.356**	1.000**	.501**	.501**	.356**	.454**	.454**	1		
	Sig. (2-tailed)	.000	.011	.000	.000	.000	.011	.011	.001	.000	.000	.676**
Y5_2	Pearson Correlation	1.000**	.781**	.501**	1.000**	1.000**	.781**	.781**	.348*	.501**	1	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.013	.000	.000	.937**
KEPUASANKONSUMEN	Pearson Correlation	.937**	.868**	.676**	.937**	.937**	.868**	.868**	.529**	.676**	.937**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000

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

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

Lampiran 9. Uji Reliabilitas

Variabel Promosi (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.617	8

Variabel Harga (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.950	8

Variabel Kualitas Produk (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.969	18

Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.947	10

Lampiran 10. Asumsi Klasik

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.44983430
Most Extreme Differences	Absolute	.087
	Positive	.087
	Negative	-.070
Test Statistic		.087
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

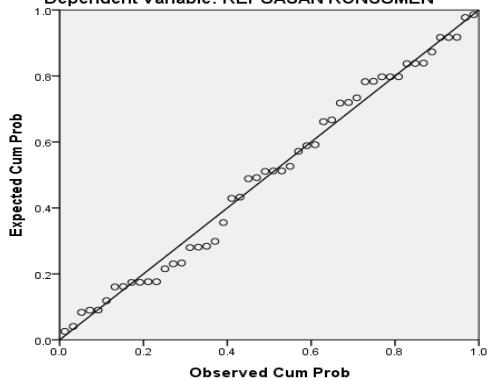
b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN



Uji Multikolinearitas

Promosi (X1)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	16.240	8.919		1.821	.075		
	PROMOSI	.775	.264	.390	2.930	.005	1.000	1.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Harga (X2)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.513	.717		3.504	.001		
	HARGA	1.177	.021	.992	56.039	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Kualitas Produk (X3)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.211	.685		-.307	.760		
	Kualitas Produk	.559	.009	.994	62.580	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)		.622	.438	1.420	.162
	PROMOSI	-.009	.014	-.102	-.621	.537
	HARGA	.004	.050	.072	.072	.943
	KUALITAS PRODUK	-.001	.024	-.046	-.045	.964

a. Dependent Variable: RES2

Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.997 ^a	.994	.994	.46427	1.976

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PRODUK, PROMOSI, HARGA

b. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Lampiran 11. Analisis Menggunakan Regresi Linear Berganda, Uji t dan Uji F

Analisis Menggunakan Regresi Linear Berganda dan Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.485	.791		-1.877	.067
	PROMOSI	.093	.025	.047	3.703	.001
	HARGA	.606	.091	.511	6.644	.000
	KUALITAS PRODUK	.265	.044	.472	6.031	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1668.165	3	556.055	2579.730	.000 ^b
	Residual	9.915	46	.216		
	Total	1678.080	49			

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

b. Predictors: (Constant), KUALITAS PRODUK, PROMOSI, HARGA

Lampiran 12. Tabel r

Bora Alviolesa, S.E., M.Si. | Tabel r

Tabel r df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
Tingkat signifikansi untuk uji dua arah					
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287

23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432