

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2013. "Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa." Bandung: Cv. Alfabeta.
- Alma, Buchari. 2016. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Aswad, Syaiful, and Realize. 2018. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Air Bersih Masyarakat Kampung Air Batam Center." *JIM UPB (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam)* 6(2):77. doi: 10.33884/jimupb.v6i2.681.
- Bagus Handoko. 2016. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Titipan Kilat Jne Medan." *Journal of Chemical Information and Modeling* 53(9):1689-99.
- Bahri, H. Syamsul, and Dg Parani. 2016. "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Membeli Tiket Pada Agn Jasa Maskapai Penerbangan PT. Garuda Indonesia Di Kota Palu." 2(3):207-18.
- Basu Swastha, Hani Handoko. 2011. "Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen." Yogyakarta: Yogyakarta BPFE.
- Buchory, Saladin Djaslim. 2010. "Manajemen Pemasaran." Bandung: Edisi pertama, Linda karya.
- Dwiarta, I. Made Bagus. 2016. "Pengaruh Kualitas Produk,

Kepercayaan Konsumen Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pt. Varia Usaha Beton Di Sidoarjo." *Majalah Ekonomi* (1411):46-60.

Fillayata, Vista Efanny, and Mukaram. 2020. "Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen ( Studi Pada Road Café Steak & Pasta Bandung )." *Prosiding The 11th Industrial Research Workshop and National Seminar* 969-76.

Fontana, Avanti. 2011. "Innovate We Can , Manajemen Inovasi Dan Penciptaan Nilai Individu, Organisasi, Masyarakat." Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.

Ghozali, Imam. 2018. "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25." Semarang: Undip.

Hermina, Tinneke. 2017. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Smartphone Sony Pada PT. Maju Jaya Cicaheum Bandung." *Jurnal Wacana Ekonomi* 16(02):1-8.

Hubeis. 2012. "Manajemen Kreativitas Dan Inovasi Dalam Bisnis." Jakarta: PT. Hecca Mitra Utama.

Husein Umar. 2020. "Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis." Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada Jakarta.

Iis Miati. 2019. "Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Handycrafts Pada Sentra Kerajinan Bambu Mangkubumi Kota Tasikmalaya." 3:1-119.

- Indrasari, Meihaina. 2019. "Pemasaran Kepuasan Konsumen." P. 3 in.
- Lupiyoadi, Rambat. 2014. "Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi." Jakarta: Salemba Empat.
- Nazir. 2014. "Metode Penelitian." Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nirwana. 2012. "Pemasaran Jasa." Jakarta: Alta Jakarta.
- Philip Kotler, Kevin Lane Keller. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Edisi 13 jilid 1 dan 2, AHLI bahasa: Bob Sabran Erlangga.
- Al rasyid, Harun, and Agus Tri Indah. 2015. "Pengaruh Inovasi Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Di Kota Tangerang Selatan." *Perspektif* 16(1):39-49. doi: 2550-1178.
- Riyanto, Andi. 2017. "Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan Pada Pdam Cabang Cibadak Kabupaten Sukabumi." (8). doi: 10.31227/osf.io/u5y94.
- Safrizal, S. 2015. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Ayam Penyet Pak Ulis Di Kota Langsa." *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam* 4(1):196969.
- Sangjadi, Etta Mamang, Sophia. 2013. "Perilaku Konsumen." in *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta.
- Setiadi Nugroho J. 2012. "Perilaku Konsumen." Jakarta: Penerbit

Kencana.

Setyo, Purnomo Edwin. 2017. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen 'Best Autoworks.'" *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis* 1:755–64.

Sugiyono. 2016. "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D." Bandung: Cv. Alfabeta Bandung.

Sulistiyana, R. 2015. "Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Museum Satwa)." *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya* 25(2):86214.

Susanti. 2012. "Teori Kepuasan Konsumen." Malang: Universitas Brawijaya.

Syofian Siregar. 2013. "Metode Penelitian Kuantitatif." Jakarta: PT Fajar Interpratama.

Tamamudin. 2012. "Analisis Pengaruh Pengenalan Merek, Presepsi Kualitas, Harapan Konsumen Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Membeli Dan Dampaknya Pada Loyalitas Konsumen (Study Kasus: Produk Batik Sutra Halus Merek Tamina)." 9:283–300.

Tjiptono Fandy. 2014. "Pemasaran Jasa." Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, Fandy. 2017. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.

Wijaya, Cynthia Violita. 2017. "Kepuasan Konsumen Depot

Madiun Masakan Khas Bu Rudy." *Agora* 5(1).

Wiratna, Sujarweni V. 2015. "Statistik Untuk Ekonomi Dan Bisnis." Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

# Lampiran 1

## SURAT IZIN PENELITIAN



Universitas PGRI  
Adi Buana Surabaya

### 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 : 200649 /01/FEB/XI /2020  
Lampiran : -  
Perihal : Ijin Penelitian dan Pengambilan Data

Kepada Yth:  
Bapak/Ibu Pimpinan  
Raisya Decoration  
Jl. Manggis 12 Taman  
di -  
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 : Atriannie Chumairoch  
NIM : 171500066  
Prodi : Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Raisya Decoration Di Sidoarjo.

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

Surabaya, 9 November 2020

Dekan

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

## Lampiran 2

### SURAT BALASAN IZIN PENELITIAN PERUSAHAAN



**RAISYA DECORATION**  
Jln. Manggis no 12 Wage Taman Sidoarjo  
Sidoarjo 61257

---

**Hal : Surat Balasan**

**Kepada Yth :**

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Bapak Drs. H. Teguh Purwanto, M.M  
Di Tempat.**

Dengan Hormat,  
Yang bertanda tangan dibawah ini :  
Nama : Sulton  
Jabatan : Pemilik Usaha Raisya Decoration

Menerangkan Bahwa,  
Nama : Atriannie Chumairoch  
NIM : 171500066  
Jurusan : Manajemen  
Universitas : Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Telah kami setuju untuk mengadakan penelitian di Raisya Decoration dengan permasalahan dan judul :

**Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan  
Konsumen Raisya Decoration Di Sidoarjo**

Demikian surat ini kami sampaikan, dan atas kerja samanya kami mengucapkan terima kasih.

Sidoarjo, 1 Desember 2020  
Hormat Kami,  
Pemilik Usaha Dekorasi Pernikahan Di Raisya Decoration

**Sulton**

## Lampiran 3

### BERITA ACARA 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	: ATRIANNIE CHUMAIROCH
Prodi / NIM	: MANAJEMEN / 171500066
Judul Skripsi	: Pengaruh <del>manajemen</del> produk, kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen Terhadap Decoration Sidoarjo
Dosen Pembimbing	: IMADE BAGUS DWIARTI, S.E., MM
Periode Kepembimbingan	: 20 Oktober 2020 s/d 25 Maret 2021

#### URAIAN KEGIATAN KEPEMBIMBINGAN :

NO	TANGGAL	MATERI BIMBINGAN	KET.	TANDA TANGAN
1.	26.10.20	Judul	Revisi	
2.	9.11.20	Judul	Acc	
3.	12.11.20	Bab I	Revisi	
4.	23.11.20	Bab I	Revisi	
5.	26.11.20	Bab I	Acc	
6.	01.12.20	Bab II	Revisi	
7.	22.12.20	Bab II	Revisi	
8.	07.01.21	Bab II	Revisi	
9.	20.01.21	Bab II	Acc	
10.	26.01.21	Bab III	Revisi	
11.	03.02.21	Bab III	Revisi	
12.	17.02.21	Bab III	Acc	
13.	19.02.21	Kesimpulan penelitian	Revisi	
14.	20.02.21	Kesimpulan penelitian	Revisi	
15.	22.02.21	Kesimpulan penelitian	Acc	

Bimbingan selesai pada tanggal

Dosen Pembimbing,



Mahasiswa,

Atrianne Chumairoch



## BERITA ACARA BIMBINGAN 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.unipasby.ac.id>

### KARTU PERPANJANGAN BIMBINGAN SKRIPSI

Nama	: Atriannic Chumaroeh
Prodi / NIM	: Manajemen / 171500066
Judul Skripsi	: Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian
Dosen Pembimbing	: I Made Bagus Dwarta, S.E., M.M.
Periode Kepembimbingan	: 26 Maret s.d 27 Juni 2021

#### URAIAN KEGIATAN KEPEMBIMBINGAN :

NO	TANGGAL	MATERI BIMBINGAN	KET.	TANDA TANGAN
1.	12/4/21	Bab IV - V	Revisi	
2.	15/4/21	Bab IV - V	Revisi	
3.	28/4/21	Bab IV - V	Revisi	
4.	6/5/21	Artikel	Revisi	
5.	28/5/21	Artikel	Revisi	

Bimbingan selesai pada tanggal 18/5-21.  
 Dosen Pembimbing

---



Mahasiswa

ATRIANNIC CHUMAROEH

# Lampiran 4

## BERITA ACARA BIMBINGAN 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 : ATRIANNIE CHUMMIFOCH  
NIM/Program Studi : 171100066 / Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh inovasi produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen di Fasyah Decoration di Sidoarjo  
Tanggal Ujian Skripsi : 28-05-2021  
Penguji : 1. KEMAHURAHAN  
2. \_\_\_\_\_

No	Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf Penguji
1	<u>28/5-21</u>	<u>Bab II, 1, Draft awal</u>	<u>[Signature]</u>
2	<u>3/6</u>	<u>2, dan cac</u>	<u>[Signature]</u>
3			
4			
5			
6			
7			
8			

Penguji I,  
[Signature]

Surabaya, 02-06-2021  
Penguji II,

## BERITA ACARA BIMBINGAN 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 : Atmanic Chumaroch  
NIM/Program Studi : 1750066 / Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Inovasi produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga terhadap keputusan konsumen pada Perawatan Nisidaarjo  
Tanggal Ujian Skripsi : 28 Mei 2021  
Penguji : 1. Ikhet Surabagiarta, Drs., S.E; M.M  
2. Euita Purnaningrum, S.Si, M.Si

No	Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf Penguji
1	<u>28/5</u>	<u>Bab II</u>	
2		<u>Bab III</u>	
3		<u>Bab IV</u>	
4		<u>Daftar Pustaka</u>	
5			
6			
7			
8			

Penguji I,

Surabaya, 03-06-2021  
Penguji II,

## Lampiran 5

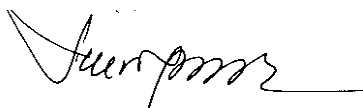
### BERITA ACARA BIMBINGAN REVISI SKRIPSI

Nama : Atriannie Chumairoch  
Nim : 171500066  
Program Studi : Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Raisya *Decoration* di Sidoarjo  
Tanggal Ujian Skripsi : 28 Mei 2021  
Dosen Penguji : 1. Drs. I Ketut Surabagiarta, S.E., M.  
2. Evita Purnaningrum, S.Si., M.Si

No	Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf Penguji	
1.	03 Juni 2021	Bab II		
2.	03 Juni 2021	Bab III		
3.	03 Juni 2021	Bab IV		
4	03 Juni 2021	Bab V		
5	03 Juni 2021	Daftar Pustaka		

Penguji I

Penguji II



Drs. I Ketut Surabagiarta, S.E., M.M  
NPP : 1701834/DY



Evita Purnaningrum, S.Si., M.Si  
NPP : 1504722/DY

## Lampiran 6

### LEMBAR OBSERVASI

Lembar observasi terhadap inovasi produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen di Raisya *Decoration* di Sidoarjo, disini peneliti melakukan observasi dalam tanggapan para konsumen yang telah menyewa jasa dekorasi pernikahan di Raisya *Decoration* di Sidoarjo.

#### A. PELAKSANAAN KEGIATAN

Hari/Tanggal : Jumat, Sabtu Dan Minggu, 16 Oktober 2020  
Sampai 18 Oktober 2020

Waktu : Pukul 12.00 – 20.00

Tempat : Nirwana *Ballroom* Lt. 2 *Aston Sidoarjo*  
*Cityhotel & Conference Center*

Cara pengisian :

1. Berilah simbol checklist (  $\checkmark$  ) pada kolom yang tersedia sesuai dengan kejadian di lapangan.
2. Tulislah keterangan yang dirasa perlu pada kolom yang tersedia

No	Aspek Tentang Yang Diamati	Ya	Tidak
Inovasi produk			
1.	Menurut anda apakah inovasi produk di Raisya <i>Decoration</i> di Sidoarjo lebih unggul dari pesaing dekorasi pernikahan lainnya?  Keterangan : Ya, karena saya merasa senang dengan banyaknya jenis-jenis inovasi produk Raisya <i>Decoration</i> , dari banyaknya inovasi produk tema	$\checkmark$	

	konsep pernikahan di Raisya <i>Decoration</i> membuat saya merasa puas menyewa jasa dekorasi pernikahan di Raisya <i>Decoration</i> .		
Kualitas Pelayanan			
1.	Menurut anda apakah kualitas pelayanan sangat baik atau tidak dalam pelayanan saat pembayaran dan pemasangan dekorasi dan saat menanyakan harga dekorasi melalui offline atau melalui balasan di media sosial ?  Keterangan : Ya, Pelayanan Raisya <i>Decoration</i> kepada konsumen sangat baik karena beliau langsung turun kelapangan untuk bekerja sama dengan timnya untuk pemasangan dekorasi pernikahan dan respon Raisya <i>Decoration</i> terhadap konsumen sangat cepat, beliau langsung mengirimkan contoh foto dekorasi pernikahan melalui sosial media dan kepada konsumen. Dan pemilik usaha Raisya <i>Decoration</i> mempunyai sifat yang ramah dan mampu berkomunikasi dengan baik terhadap konsumennya.	√	
Harga			
1.	Menurut anda apakah harga produk dekorasi pernikahan di Raisya <i>Decoration</i> sudah membuat anda puas	√	

	<p>sesuai keinginan anda?</p> <p>Keterangan: Ya, Saya sudah menyewa jasa dekorasi pernikahan di Raisya Decoration terhadap harga produk Raisya <i>Decoration</i> dan saya pernah bandingkan harga dengan perusahaan yang lain, ada beberapa produk yang sama dalam model dan bentuk tetapi harganya lebih terjangkau di Raisya <i>Decoration</i>.</p> <p>Dan saya juga senang karena didalam paketnya sudah mencakup semua peralatan dan persiapan yang dibutuhkan untuk pesta pernikahan, jadi saya tidak perlu mencari jasa lainnya dalam sewa dekorasi pernikahan.</p> <p>Paket pernikahan yang sudah ditentukan oleh pemilik usaha Raisya <i>Decoration</i> sudah sesuai dengan kemampuan konsumennya.</p>		
--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

## Lampiran 7

### LEMBAR WAWANCARA

Lembar wawancara dalam inovasi produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen di Raisya *Decoration* di Sidoarjo, disini peneliti melakukan wawancara dalam tanggapan para konsumen yang telah menyewa jasa dekorasi pernikahan di Raisya *Decoration* di Sidoarjo dan wawancara yang peneliti lakukan kepada pemilik usaha.

#### A. PELAKSANAAN KEGIATAN

Hari/Tanggal : Jumat, Sabtu Dan Minggu, 16 Oktober 2020  
Sampai 18 Oktober 2020

Waktu : Pukul 12.00 – 20.00

Tempat : Nirwana *Ballroom* Lt. 2 *Aston Sidoarjo City*  
*Hotel&ConferenceCenter*

1. Pertanyaan wawancara kepada pemilik usaha tentang tanggapan para konsumennya terhadap usahanya.
  - a. Apakah tanggapan bapak tentang tanggapan konsumen bapak yang telah menyewa jasa dekorasi pernikahan bapak tentang inovasi produk di Raisya *Decoration* di Sidoarjo ?
  - b. Apakah tanggapan bapak tentang tanggapan konsumen bapak yang telah menyewa jasa dekorasi pernikahan bapak tentang kualitas pelayanan di Raisya *Decoration* di Sidoarjo ?
  - c. Apakah tanggapan bapak tentang tanggapan konsumen bapak yang telah menyewa jasa dekorasi pernikahan bapak tentang harga di Raisya *Decoration* di Sidoarjo ?



2. Pertanyaan wawancara kepada pemilik usaha tentang usahanya.
  - a. Bagaimana sejarah dan perkembangan usaha jasa dekorasi pernikahan di Raisya *Decoration* di Sidoarjo ?
  - b. Apa visi dan misi dan tujuan usaha jasa dekorasi pernikahan di Raisya *Decoration* di Sidoarjo ?
  - c. Bagaimana struktur usaha jasa dekorasi pernikahan di Raisya *Decoration* di Sidoarjo ?
  - d. Bagaimana keadaan sarana dan prasarana usaha jasa dekorasi pernikahan di Raisya *Decoration* di Sidoarjo ?

## Lampiran 8

### KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Raisya *Decoration* di Sidoarjo

Assalamualaikum Wr. Wb.

Perkenalkan nama saya Atriannie Chumairoch. Saya adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya. Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk tugas akhir / skripsi saya yang berjudul "Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Raisya *Decoration* di Sidoarjo". Dalam penelitian ini akan diteliti apakah terdapat pengaruh inovasi produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen.

Untuk itu, besar harapan saya agar kuesioner tersebut bisa diisi dengan benar sesuai dengan kenyataan yang selama ini anda alami. Karena dengan penelitian ini diharapkan dapat diketahui segala permasalahan mengenai pengaruh inovasi produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen.

Demikian surat permohonan ini, atas kerja sama dan bantuan yang diberikan saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

A handwritten signature in black ink, consisting of a stylized 'A' with a horizontal line through it, followed by 's' and 'KR'.

Atriannie Chumairoch

## I. IDENTITAS RESPONDEN

(Berilah tanda checklist (√) pada jawaban yang Anda pilih).

Nama : .....

Jenis Kelamin :  Laki-laki   
Perempuan

Usia : .....

Pekerjaan :

Pegawai Negeri  Pegawai Swasta  
 Wirausaha  Lain-lain

Pendapatan

Rp. 2.000.000,-s/d Rp. 2.500.000,-  
 Rp. 3.000.000,- s/d Rp. 3.500.000,-  
 Rp. 4.000.000,- s/d Rp. 5.000.000,-  
 Rp. > Rp. 6.000.000,-

Alamat ( Kecamatan ) :

Tarik  Krembung  Taman  
 Prambon  Waru  Jawaban lainnya

## II. PETUNJUK PENGISIAN

1. Isilah data diri anda sesuai dengan keadaan yang sebenarnya sesuai pada identitas responden.
2. Jawablah pertanyaan yang disediakan dengan cara memberikan tanda centang (√) pada kolom score yang menurut anda paling sesuai, dimana :

Sangat Setuju (SS) : 5  
Setuju (S) : 4  
Ragu-Ragu (RR) : 3  
Tidak Setuju (TS) : 2  
Sangat Tidak Setuju (STS) : 1

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

Berikut ini adalah beberapa pernyataan dalam kuesioner penelitian ini dimana responden diwajibkan untuk menjawab salah satu dari pilihan jawaban yang sesuai dengan pengalaman responden selama menggunakan jasa dekorasi pernikahan di Raisya *Decoration* di Sidoarjo.

Terimakasih atas partisipasi anda menjadi salah satu responden untuk mengisi kuesioner ini. kami menghargai kejujuran anda dalam mengisi kuesioner dan kami menjamin kerahasiaan terkait dengan kuesioner ini. hasil survei ini digunakan untuk penelitian skripsi.

No	Pertanyaan	SS	S	RR	TS	STS
Pertanyaan untuk variabel inovasi produk (X1)						
Keunggulan Relatif ( <i>Relative Advantage</i> )						
1	Raisya <i>Decoration</i> memberikan banyak informasi melalui media sosial (seperti Instagram, Facebook).					
2	Menu tema dekorasi pernikahan di Raisya <i>Decoration</i> belum ada di tempat dekorasi pernikahan lainnya.					
Keseserasian/ Kesesuaian ( <i>Compatibility</i> )						
1	Tema dekorasi di Raisya <i>Decoration</i> sesuai dengan keinginan saya.					
2	Tema dekorasi pernikahan Raisya					

	<i>Decoration</i> membuat saya sangat puas karena sesuai dengan gaya hidup saya.					
<i>Kerumitan (Complexity)</i>						
1	Tema dekorasi pernikahan Raisya <i>Decoration</i> rumit digunakan.					
2	Sulit bagi saya memahami informasi dan arti makna Tema dekorasi pernikahan Raisya <i>Decoration</i> .					
<i>Ketercobaan (Trialability)</i>						
1	Saya tidak kehilangan waktu dan tenaga untuk pemilihan tema dekorasi pernikahan Raisya <i>Decoration</i> .					
2	Saya senang dengan dekorasi pernikahan Raisya <i>Decoration</i> karena menjadikan saya lebih sangat indah.					
<i>Keterlibatan (Observability)</i>						
1	Tampilan layanan pada Raisya <i>Decoration</i> sangat menarik.					
2	Informasi yang ditampilkan setiap furnitur Raisya <i>Decoration</i> sangat lengkap.					
No	Pertanyaan	SS	S	RR	TS	STS

Pertanyaan untuk variabel kualitas pelayanan (X2)						
Bukti Fisik						
1	Raisya <i>Decoration</i> memiliki peralatan yang modern.					
2	Sarana Raisya <i>Decoration</i> yang terkait dengan pelayanan (seperti dekorasi, furniture tampak menarik.					
Keandalan						
1	Kemampuan Karyawan dalam menjawab pertanyaan konsumen dan penguasaan datar menu tema dekorasi pernikahan.					
2	Raisya <i>Decoration</i> emberikan pelayanan sangat baik kepada konsumen.					
Daya Tanggap						
1	Respon yang cepat saat menerima keluhan dari konsumen.					
2	Karyawan segera meminta maaf jika terjadi kesalahan.					
Jaminan						
1	Karyawan mampu menanamkan kepercayaan kepada pelanggan.					

2	Pelanggan merasa aman saat akan melakukan transaksi pembayaran.					
Kepedulian						
1	karyawan yang menerima pelanggan dengan sapa, senyum dan ramah.					
2	Kesungguhan karyawan mengutamakan kepentingan pelanggan.					
No	Pertanyaan	SS	S	RR	TS	STS
Pertanyaan untuk variabel harga (X3)						
Keterjangkauan Harga						
1	Harga Raisya <i>Decoration</i> mempengaruhi saya melakukan untuk menyewa jasa dekorasi pernikahan lagi.					
2	Harga Raisya <i>Decoration</i> sesuai dengan kualitas yang saya inginkan.					
Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk						
1	Saya menyewa dekorasi pernikahan Raisya <i>Decoration</i> karena tema dekorasi pernikahan banyak model dan temanya.					
2	Saya menyewa dekorasi					

	pernikahan Raisyia <i>Decoration</i> karena tema dekorasi pernikahan selalu terkini atau baru.					
Daya Saing Harga						
1	Saya menyewa dekorasi pernikahan di Raisyia <i>Decoration</i> harganya cukup bersaing dengan dekorasi pernikahan lainnya.					
2	Harga di setiap menu tema dekorasi pernikahan di Raisyia <i>Decoration</i> sangat sesuai fitur yang dibutuhkan kepada konsumen.					
Kesesuaian Harga Dan Manfaat						
1	Harga yang ditawarkan di Raisyia <i>Decoration</i> sesuai dengan manfaat yang saya dapatkan.					
2	Harga dekorasi yang ada di Raisyia <i>Decoration</i> wajar dengan hasil yang didapatkan oleh konsumen					
Harga Dapat Mempengaruhi Konsumen Dalam Mengambil Keputusan						
1	Raisyia <i>Decoration</i> menyediakan produk-produk dekorasi pernikahan					



	dengan kualitas baik tapi harga murah.					
2	Harga yang ditawarkan Raisya <i>Decoration</i> bervariasi sesuai dengan tema dari produk dekorasi pernikahan.					
No	Pertanyaan	SS	S	RR	TS	STS
Pertanyaan untuk variabel kepuasan konsumen (Y)						
Kepuasan Pelanggan Keseluruhan						
1	Saya merasapuas dengan macam-macam produk yang ditawarkan di Raisya <i>Decoration</i> dengan harapan dan kebutuhan.					
2	Harga yang ditawarkan di produk dekorasi pernikahan Raisya <i>Decoration</i> cenderung sangat rendah.					
PenilaianPelanggan						
1	Saya merasa puas terhadap pelayanan di Raisya <i>Decoration</i> yang professional dalam memberikan pelayanan.					
2	Saya merasa puas terhadap hasil layanan di Raisya <i>Decoration</i> yang ditimbulkan dari layanan yang diberikan oleh Raisya <i>Decoration</i> .					

Konfirmasi Harapan						
1	Varian produk dan model dekorasi pernikahan di Raisyia <i>Decoration</i> tersedia di Raisyia <i>Decoration</i> sesuai dengan harapan konsumen.					
2	Kualitas produk yang tersedia di Raisyia <i>Decoration</i> lebih bagus daripada dekorasi usaha lainnya.					
Minat Pembelian Ulang						
1	Semua produk dekorasi pernikahan di Raisyia <i>Decoration</i> yang dibutuhkan konsumen tersedia di Raisyia <i>Decoration</i> .					
2	Raisyia <i>Decoration</i> memiliki kualitas produk yang baik sesuai dengan yang dijanjikan.					
Kesediaan Untuk Merekomendasi						
1	Pelayanan dan harga di Raisyia <i>Decoration</i> sangat baik untuk dilakukan penyewa dekorasi lagi.					
2	Semua produk Raisyia <i>Decoration</i> sudah terjamin tidak adanya kerusakan.					
Ketidakpuasan Pelanggan						
1	Pelayanan yang					

	diberikan Raisya <i>Decoration</i> kurang baik					
2	Harga Raisya <i>Decoration</i> sangat mahal.					



Resp_15	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	42
Resp_16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Resp_17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
Resp_18	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	28
Resp_19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Resp_20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Resp_21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
Resp_22	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
Resp_23	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
Resp_24	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	34
Resp_25	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	36
Resp_26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Resp_27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
Resp_28	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	36
Resp_29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Resp_30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Resp_31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Resp_32	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
Resp_33	4	2	4	4	4	4	2	4	2	4	34

Resp_34	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	35
Resp_35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Resp_36	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	46
Resp_37	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	48
Resp_38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Resp_39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
Resp_40	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	34
Resp_41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Resp_42	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	37
Resp_43	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
Resp_44	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
Resp_45	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
Resp_46	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	34
Resp_47	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	32
Resp_48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Resp_49	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	33
Resp_50	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3	34
Resp_51	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
Resp_52	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49



Resp_72	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
Resp_73	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
Resp_74	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
Resp_75	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
Resp_76	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
Resp_77	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Resp_78	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	47
Resp_79	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
Resp_80	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	42
Resp_81	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Resp_82	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
Resp_83	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
Resp_84	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Resp_85	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Resp_86	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
Resp_87	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
Resp_88	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
Resp_89	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	34
Resp_90	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	36



Resp_91	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Resp_92	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
Resp_93	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	36
Resp_94	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Resp_95	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Resp_96	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
Resp_97	2	4	2	2	2	3	4	2	4	4	29
Resp_98	4	2	4	4	4	4	2	4	2	4	34
Resp_99	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	35
Resp_100	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Resp_101	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	46
Resp_102	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
Resp_103	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
Resp_104	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	44
Resp_105	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	46
Resp_106	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
Resp_107	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Resp_108	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
Resp_109	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49

Resp_110	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	48
Resp_111	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Resp_112	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
Resp_113	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	43
Resp_114	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	42
Resp_115	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	38
Resp_116	3	3	4	3	3	3	3	2	3	4	31
Resp_117	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	36
Resp_118	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Resp_119	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	48
Resp_120	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	45
Resp_121	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	48
Resp_122	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Resp_123	4	4	3	4	5	3	4	5	5	5	42
Resp_124	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
Resp_125	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
Resp_126	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
Resp_127	4	4	3	4	4	4	5	5	5	5	43
Resp_128	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	42

Resp_129	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
Resp_130	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	37
Resp_131	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	36
Resp_132	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	38
Resp_133	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
Resp_134	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
Resp_135	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42
Resp_136	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	37
Resp_137	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	43
Resp_138	5	4	4	4	3	3	4	4	4	4	39
Resp_139	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	43
Resp_140	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
Resp_141	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
Resp_142	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39

---

## Kualitas Pelayanan

Responden	x2_1	x2_2	x2_3	x2_4	x2_5	x2_6	x2_7	x2_8	x2_9	x2_10	X2
Resp_1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
Resp_2	4	4	2	2	2	4	4	2	4	4	32
Resp_3	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	46
Resp_4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
Resp_5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
Resp_6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
Resp_7	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
Resp_8	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	48
Resp_9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Resp_10	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
Resp_11	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	43
Resp_12	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	42
Resp_13	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	38
Resp_14	3	3	4	3	3	3	3	2	3	4	31
Resp_15	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	36
Resp_16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Resp_17	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	48

Resp_18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
Resp_19	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	48
Resp_20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Resp_21	4	4	3	4	5	3	4	5	5	5	42
Resp_22	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
Resp_23	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
Resp_24	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
Resp_25	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
Resp_26	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	42
Resp_27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
Resp_28	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	37
Resp_29	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	36
Resp_30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
Resp_31	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
Resp_32	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
Resp_33	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42
Resp_34	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	37
Resp_35	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	43
Resp_36	5	4	4	4	3	3	4	4	4	4	39

Resp_37	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	43
Resp_38	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
Resp_39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
Resp_40	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
Resp_41	5	4	4	4	4	3	4	5	5	5	43
Resp_42	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	42
Resp_43	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	40
Resp_44	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	38
Resp_45	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	46
Resp_46	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	40
Resp_47	4	4	5	4	4	3	3	4	4	4	39
Resp_48	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	48
Resp_49	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Resp_50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Resp_51	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
Resp_52	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
Resp_53	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
Resp_54	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Resp_55	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	38



















Resp_62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Resp_63	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	36
Resp_64	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	38
Resp_65	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	37
Resp_66	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
Resp_67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Resp_68	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Resp_69	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42
Resp_70	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	42
Resp_71	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
Resp_72	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	36
Resp_73	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	31
Resp_74	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	32
Resp_75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Resp_76	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	44
Resp_77	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	34
Resp_78	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Resp_79	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	38
Resp_80	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	35

Resp_81	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Resp_82	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	43
Resp_83	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	32
Resp_84	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	36
Resp_85	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	38
Resp_86	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	42
Resp_87	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	36
Resp_88	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	38
Resp_89	4	4	5	5	5	4	3	4	3	3	40
Resp_90	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	44
Resp_91	5	5	5	5	5	5	3	3	3	4	43
Resp_92	4	4	4	4	4	5	3	4	3	4	39
Resp_93	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	45
Resp_94	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	45
Resp_95	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	37
Resp_96	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
Resp_97	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	48
Resp_98	4	5	5	4	3	4	4	3	4	4	40
Resp_99	3	3	3	3	3	5	5	5	5	5	40





Resp_119	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	34
Resp_120	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	31
Resp_121	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Resp_122	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	35
Resp_123	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	35
Resp_124	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
Resp_125	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
Resp_126	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
Resp_127	5	3	5	5	5	5	5	5	4	5	47
Resp_128	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39
Resp_129	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	38
Resp_130	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	37
Resp_131	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
Resp_132	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
Resp_133	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
Resp_134	4	4	5	5	5	5	5	4	3	4	44
Resp_135	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
Resp_136	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
Resp_137	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	36







Resp_36	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	55
Resp_37	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	58
Resp_38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
Resp_39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
Resp_40	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	41
Resp_41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
Resp_42	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	44
Resp_43	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
Resp_44	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
Resp_45	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	59
Resp_46	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	41
Resp_47	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	39
Resp_48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
Resp_49	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	39
Resp_50	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	41
Resp_51	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	59
Resp_52	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	59
Resp_53	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
Resp_54	5	3	5	5	5	5	4	5	3	5	5	3	53











Resp_118	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
Resp_119	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
Resp_120	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
Resp_121	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
Resp_122	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
Resp_123	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
Resp_124	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	40
Resp_125	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	43
Resp_126	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
Resp_127	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
Resp_128	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	43
Resp_129	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
Resp_130	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
Resp_131	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
Resp_132	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
Resp_133	4	2	4	2	4	4	2	4	2	4	4	4	40
Resp_134	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	41
Resp_135	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
Resp_136	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	55

Resp_137	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	58
Resp_138	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
Resp_139	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
Resp_140	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	41
Resp_141	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
Resp_142	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	44

---

## Karakteristik Responden

### Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	47	33.1	33.1	33.1
	Perempuan	95	66.9	66.9	100.0
	Total	142	100.0	100.0	

### Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pegawai Negeri	22	15.5	15.5	15.5
	Wirausaha	42	29.6	29.6	45.1
	Pegawai Swasta	78	54.9	54.9	100.0
	Total	142	100.0	100.0	

### Pendapatan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rp. 2.000.000 s.d Rp. 4.000.000	88	62.0	62.0	62.0
	> Rp. 4.000.000	54	38.0	38.0	100.0
	Total	142	100.0	100.0	

## Uji Frekuensi $X_1$

		x1.1_1			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	2.1	2.1	2.1
	Ragu-ragu	24	16.9	16.9	19.0
	Setuju	62	43.7	43.7	62.7
	Sangat Setuju	53	37.3	37.3	100.0
	Total	142	100.0	100.0	

		x1.1_2			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	1.4	1.4	1.4
	Ragu-ragu	28	19.7	19.7	21.1
	Setuju	55	38.7	38.7	59.9

Sangat Setuju	57	40.1	40.1	100.0
Total	142	100.0	100.0	

**x1.2\_1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	5	3.5	3.5	3.5
	Ragu-ragu	19	13.4	13.4	16.9
	Setuju	64	45.1	45.1	62.0
	Sangat Setuju	54	38.0	38.0	100.0
	Total	142	100.0	100.0	

**x1.2\_2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	1.4	1.4	1.4
	Ragu-ragu	19	13.4	13.4	14.8

Setuju	70	49.3	49.3	64.1
Sangat Setuju	51	35.9	35.9	100.0
Total	142	100.0	100.0	

**x1.3\_1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	2.8	2.8	2.8
	Ragu-ragu	21	14.8	14.8	17.6
	Setuju	68	47.9	47.9	65.5
	Sangat Setuju	49	34.5	34.5	100.0
	Total	142	100.0	100.0	

**x1.3\_2**



		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	2.1	2.1	2.1
	Ragu-ragu	33	23.2	23.2	25.4
	Setuju	62	43.7	43.7	69.0
	Sangat Setuju	44	31.0	31.0	100.0
	Total	142	100.0	100.0	

**x1.4\_1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	5	3.5	3.5	3.5
	Ragu-ragu	26	18.3	18.3	21.8
	Setuju	63	44.4	44.4	66.2
	Sangat Setuju	48	33.8	33.8	100.0
	Total	142	100.0	100.0	

**x1.4\_2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	2.1	2.1	2.1
	Ragu-ragu	24	16.9	16.9	19.0
	Setuju	64	45.1	45.1	64.1
	Sangat Setuju	51	35.9	35.9	100.0
	Total	142	100.0	100.0	

**x1.5\_1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	5	3.5	3.5	3.5
	Ragu-ragu	27	19.0	19.0	22.5
	Setuju	57	40.1	40.1	62.7
	Sangat Setuju	53	37.3	37.3	100.0
	Total	142	100.0	100.0	

**x1.5\_2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-ragu	19	13.4	13.4	13.4
	Setuju	66	46.5	46.5	59.9
	Sangat Setuju	57	40.1	40.1	100.0
	Total	142	100.0	100.0	

## Uji Frekuensi $\chi^2$

**x2.1\_1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	5	3.5	3.5	3.5
	Ragu-ragu	12	8.5	8.5	12.0
	Setuju	53	37.3	37.3	49.3
	Sangat Setuju	72	50.7	50.7	100.0
	Total	142	100.0	100.0	

**x2.1\_2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	2.8	2.8	2.8
	Ragu-ragu	10	7.0	7.0	9.9
	Setuju	59	41.5	41.5	51.4
	Sangat Setuju	69	48.6	48.6	100.0
	Total	142	100.0	100.0	

**x2.2\_1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	5	3.5	3.5	3.5
	Ragu-ragu	12	8.5	8.5	12.0
	Setuju	62	43.7	43.7	55.6
	Sangat Setuju	63	44.4	44.4	100.0
	Total	142	100.0	100.0	

**x2.2\_2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	5	3.5	3.5	3.5
	Ragu-ragu	14	9.9	9.9	13.4
	Setuju	64	45.1	45.1	58.5
	Sangat Setuju	59	41.5	41.5	100.0
	Total	142	100.0	100.0	

**x2.3\_1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	2.8	2.8	2.8
	Ragu-ragu	17	12.0	12.0	14.8
	Setuju	67	47.2	47.2	62.0
	Sangat Setuju	54	38.0	38.0	100.0
	Total	142	100.0	100.0	

**x2.3\_2**

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

Valid	Tidak Setuju	5	3.5	3.5	3.5
	Ragu-ragu	24	16.9	16.9	20.4
	Setuju	66	46.5	46.5	66.9
	Sangat Setuju	47	33.1	33.1	100.0
	Total	142	100.0	100.0	

#### x2.4\_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	2.8	2.8	2.8
	Ragu-ragu	16	11.3	11.3	14.1
	Setuju	77	54.2	54.2	68.3
	Sangat Setuju	45	31.7	31.7	100.0
	Total	142	100.0	100.0	

#### x2.4\_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	6	4.2	4.2	4.2
	Ragu-ragu	13	9.2	9.2	13.4
	Setuju	70	49.3	49.3	62.7
	Sangat Setuju	53	37.3	37.3	100.0
	Total	142	100.0	100.0	

**x2.5\_1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	2.8	2.8	2.8
	Ragu-ragu	17	12.0	12.0	14.8
	Setuju	74	52.1	52.1	66.9
	Sangat Setuju	47	33.1	33.1	100.0
	Total	142	100.0	100.0	



**x2.5\_2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	2.1	2.1	2.1
	Ragu-ragu	21	14.8	14.8	16.9
	Setuju	70	49.3	49.3	66.2
	Sangat Setuju	48	33.8	33.8	100.0
	Total	142	100.0	100.0	

### Uji Frekuensi $X_3$

**x3.1\_1**

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

Valid	Tidak Setuju	5	3.5	3.5	3.5
	Ragu-ragu	20	14.1	14.1	17.6
	Setuju	61	43.0	43.0	60.6
	Sangat Setuju	56	39.4	39.4	100.0
	Total	142	100.0	100.0	

### x3.1\_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	5	3.5	3.5	3.5
	Ragu-ragu	20	14.1	14.1	17.6
	Setuju	63	44.4	44.4	62.0
	Sangat Setuju	54	38.0	38.0	100.0
	Total	142	100.0	100.0	

### x3.2\_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	2.8	2.8	2.8
	Ragu-ragu	19	13.4	13.4	16.2
	Setuju	58	40.8	40.8	57.0
	Sangat Setuju	61	43.0	43.0	100.0
	Total	142	100.0	100.0	

**x3.2\_2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	2.8	2.8	2.8
	Ragu-ragu	20	14.1	14.1	16.9
	Setuju	61	43.0	43.0	59.9
	Sangat Setuju	57	40.1	40.1	100.0
	Total	142	100.0	100.0	

**x3.3\_1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	2.8	2.8	2.8
	Ragu-ragu	19	13.4	13.4	16.2
	Setuju	72	50.7	50.7	66.9
	Sangat Setuju	47	33.1	33.1	100.0
	Total	142	100.0	100.0	

**x3.3\_2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	5	3.5	3.5	3.5
	Ragu-ragu	18	12.7	12.7	16.2

Setuju	73	51.4	51.4	67.6
Sangat Setuju	46	32.4	32.4	100.0
Total	142	100.0	100.0	

**x3.4\_1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	5	3.5	3.5	3.5
	Ragu-ragu	31	21.8	21.8	25.4
	Setuju	72	50.7	50.7	76.1
	Sangat Setuju	34	23.9	23.9	100.0
	Total	142	100.0	100.0	

**x3.4\_2**

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

Valid	Tidak Setuju	6	4.2	4.2	4.2
	Ragu-ragu	32	22.5	22.5	26.8
	Setuju	71	50.0	50.0	76.8
	Sangat Setuju	33	23.2	23.2	100.0
	Total	142	100.0	100.0	

**x3.5\_1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	6	4.2	4.2	4.2
	Ragu-ragu	46	32.4	32.4	36.6
	Setuju	62	43.7	43.7	80.3
	Sangat Setuju	28	19.7	19.7	100.0
	Total	142	100.0	100.0	

**x3.5\_2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	5	3.5	3.5	3.5
	Ragu-ragu	44	31.0	31.0	34.5
	Setuju	61	43.0	43.0	77.5
	Sangat Setuju	32	22.5	22.5	100.0
	Total	142	100.0	100.0	

### Uji Frekuensi Y

		y.1_1			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent

Valid	Tidak Setuju	1	.7	.7	.7
	Ragu-ragu	25	17.6	17.6	18.3
	Setuju	62	43.7	43.7	62.0
	Sangat Setuju	54	38.0	38.0	100.0
	Total	142	100.0	100.0	

y.1\_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	2.1	2.1	2.1
	Ragu-ragu	29	20.4	20.4	22.5
	Setuju	51	35.9	35.9	58.5
	Sangat Setuju	59	41.5	41.5	100.0
	Total	142	100.0	100.0	

y.2\_1



		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-ragu	21	14.8	14.8	14.8
	Setuju	61	43.0	43.0	57.7
	Sangat Setuju	60	42.3	42.3	100.0
	Total	142	100.0	100.0	

**y.2\_2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	1.4	1.4	1.4
	Ragu-ragu	20	14.1	14.1	15.5
	Setuju	61	43.0	43.0	58.5
	Sangat Setuju	59	41.5	41.5	100.0
	Total	142	100.0	100.0	

**y.3\_1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-ragu	17	12.0	12.0	12.0
	Setuju	70	49.3	49.3	61.3
	Sangat Setuju	55	38.7	38.7	100.0
	Total	142	100.0	100.0	

**y.3\_2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	.7	.7	.7
	Ragu-ragu	24	16.9	16.9	17.6
	Setuju	64	45.1	45.1	62.7
	Sangat Setuju	53	37.3	37.3	100.0
	Total	142	100.0	100.0	

**y.4\_1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	2.1	2.1	2.1
	Ragu-ragu	31	21.8	21.8	23.9
	Setuju	55	38.7	38.7	62.7
	Sangat Setuju	53	37.3	37.3	100.0
	Total	142	100.0	100.0	

**y.4\_2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-ragu	26	18.3	18.3	18.3
	Setuju	61	43.0	43.0	61.3

Sangat Setuju	55	38.7	38.7	100.0
Total	142	100.0	100.0	

y.5\_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	2.1	2.1	2.1
	Ragu-ragu	30	21.1	21.1	23.2
	Setuju	50	35.2	35.2	58.5
	Sangat Setuju	59	41.5	41.5	100.0
	Total	142	100.0	100.0	

y.5\_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	.7	.7	.7

Ragu-ragu	18	12.7	12.7	13.4
Setuju	62	43.7	43.7	57.0
Sangat Setuju	61	43.0	43.0	100.0
Total	142	100.0	100.0	

**y.6\_1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	.7	.7	.7
	Ragu-ragu	24	16.9	16.9	17.6
	Setuju	61	43.0	43.0	60.6
	Sangat Setuju	56	39.4	39.4	100.0
	Total	142	100.0	100.0	

**y.6\_2**

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

Valid	Tidak Setuju	2	1.4	1.4	1.4
	Ragu-ragu	26	18.3	18.3	19.7
	Setuju	59	41.5	41.5	61.3
	Sangat Setuju	55	38.7	38.7	100.0
	Total	142	100.0	100.0	

## Hasil Uji Rata-rata

### Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean
x1.1_1	142	2.00	5.00	4.1620
x1.1_2	142	2.00	5.00	4.1761
x1.2_1	142	2.00	5.00	4.1761
x1.2_2	142	2.00	5.00	4.1972
x1.3_1	142	2.00	5.00	4.1408
x1.3_2	142	2.00	5.00	4.0352
x1.4_1	142	2.00	5.00	4.0845
x1.4_2	142	2.00	5.00	4.1479
x1.5_1	142	2.00	5.00	4.1127
x1.5_2	142	3.00	5.00	4.2676
Inovasi Produk	142	26.00	50.00	41.5000
x2.1_1	142	2.00	5.00	4.3521
x2.1_2	142	2.00	5.00	4.3592
x2.2_1	142	2.00	5.00	4.2887
x2.2_2	142	2.00	5.00	4.2465
x2.3_1	142	2.00	5.00	4.2042
x2.3_2	142	2.00	5.00	4.0915
x2.4_1	142	2.00	5.00	4.1479
x2.4_2	142	2.00	5.00	4.1972
x2.5_1	142	2.00	5.00	4.1549
x2.5_2	142	2.00	5.00	4.1479

Kualitas Pelayanan	142	20.00	50.00	42.1901
x3.1_1	142	2.00	5.00	4.1831
x3.1_2	142	2.00	5.00	4.1690
x3.2_1	142	2.00	5.00	4.2394
x3.2_2	142	2.00	5.00	4.2042
x3.3_1	142	2.00	5.00	4.1408
x3.3_2	142	2.00	5.00	4.1268
x3.4_1	142	2.00	5.00	3.9507
x3.4_2	142	2.00	5.00	3.9225
x3.5_1	142	2.00	5.00	3.7887
x3.5_2	142	2.00	5.00	3.8451
Harga	142	20.00	50.00	40.5704
y.1_1	142	2.00	5.00	4.1901
y.1_2	142	2.00	5.00	4.1690
y.2_1	142	3.00	5.00	4.2746
y.2_2	142	2.00	5.00	4.2465
y.3_1	142	3.00	5.00	4.2676
y.3_2	142	2.00	5.00	4.1901
y.4_1	142	2.00	5.00	4.1127
y.4_2	142	3.00	5.00	4.2042
y.5_1	142	2.00	5.00	4.1620
y.5_2	142	2.00	5.00	4.2887
y.6_1	142	2.00	5.00	4.2113
y.6_2	142	2.00	5.00	4.1761



Kepuasan Konsumen	142	32.00	60.00	50.4930
Valid N (listwise)	142			

# UJI VALIDITAS X<sub>1</sub>

## 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	x1.5_1	x1.5_2	Inovasi Produk
x1.1_1	Pearson Correlation	1	.713**	.839**	.795**	.828**	.726**	.753**	.827**	.726**	.772**	.907**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142
x1.1_2	Pearson Correlation	.713**	1	.684**	.700**	.658**	.723**	.803**	.699**	.881**	.750**	.864**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142
x1.2_1	Pearson Correlation	.839**	.684**	1	.837**	.879**	.757**	.693**	.746**	.710**	.816**	.899**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142
x1.2_2	Pearson Correlation	.795**	.700**	.837**	1	.838**	.723**	.714**	.806**	.721**	.833**	.898**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142
x1.3_1	Pearson Correlation	.828**	.658**	.879**	.838**	1	.771**	.686**	.791**	.705**	.806**	.899**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142
x1.3_2	Pearson Correlation	.726**	.723**	.757**	.723**	.771**	1	.656**	.698**	.690**	.754**	.848**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142
x1.4_1	Pearson Correlation	.753**	.803**	.693**	.714**	.686**	.656**	1	.693**	.854**	.713**	.859**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142
x1.4_2	Pearson Correlation	.870**	.699**	.746**	.806**	.791**	.698**	.693**	1	.690**	.826**	.882**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142
x1.5_1	Pearson Correlation	.726**	.881**	.710**	.721**	.705**	.690**	.854**	.690**	1	.755**	.878**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142
x1.5_2	Pearson Correlation	.772**	.750**	.816**	.833**	.806**	.754**	.713**	.826**	.755**	1	.904**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142
Inovasi Produk	Pearson Correlation	.907**	.864**	.899**	.898**	.899**	.848**	.859**	.882**	.878**	.904**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142

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



## UJI VALIDITAS X<sub>2</sub>

### 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	Kualitas Pelayanan
x2.1_1	Pearson Correlation	1	.848**	.762**	.793**	.667**	.663**	.658**	.645**	.667**	.593**	.845**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142
x2.1_2	Pearson Correlation	.848**	1	.880**	.726**	.819**	.787**	.777**	.695**	.745**	.679**	.920**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142
x2.2_1	Pearson Correlation	.762**	.880**	1	.727**	.811**	.709**	.701**	.655**	.685**	.620**	.873**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142
x2.2_2	Pearson Correlation	.793**	.726**	.727**	1	.675**	.652**	.631**	.736**	.579**	.627**	.828**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142
x2.3_1	Pearson Correlation	.667**	.819**	.811**	.675**	1	.789**	.784**	.728**	.730**	.663**	.886**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142
x2.3_2	Pearson Correlation	.663**	.787**	.709**	.652**	.789**	1	.799**	.682**	.675**	.623**	.854**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142
x2.4_1	Pearson Correlation	.658**	.777**	.701**	.631**	.784**	.799**	1	.745**	.847**	.750**	.887**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142
x2.4_2	Pearson Correlation	.645**	.695**	.655**	.736**	.728**	.682**	.745**	1	.791**	.787**	.863**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142
x2.5_1	Pearson Correlation	.667**	.745**	.685**	.579**	.730**	.675**	.847**	.791**	1	.838**	.871**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142
x2.5_2	Pearson Correlation	.593**	.679**	.620**	.627**	.663**	.623**	.750**	.787**	.838**	1	.828**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	.845**	.920**	.873**	.828**	.886**	.854**	.887**	.863**	.871**	.828**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142

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

## UJI VALIDITAS X<sub>3</sub>

		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	x3.5_1	x3.5_2	Harga
x3.1_1	Pearson Correlation	1	.813**	.880**	.827**	.792**	.715**	.640**	.625**	.563**	.686**	.873**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142
x3.1_2	Pearson Correlation	.813**	1	.779**	.803**	.659**	.676**	.529**	.504**	.540**	.534**	.792**
	Sig. (2-tailed)			.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142
x3.2_1	Pearson Correlation	.880**	.779**	1	.915**	.866**	.787**	.692**	.666**	.604**	.679**	.910**
	Sig. (2-tailed)		.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142
x3.2_2	Pearson Correlation	.827**	.803**	.915**	1	.890**	.834**	.692**	.665**	.583**	.640**	.907**
	Sig. (2-tailed)					.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142
x3.3_1	Pearson Correlation	.792**	.659**	.866**	.890**	1	.826**	.720**	.713**	.543**	.643**	.883**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142
x3.3_2	Pearson Correlation	.715**	.676**	.787**	.834**	.826**	1	.804**	.735**	.668**	.722**	.897**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142
x3.4_1	Pearson Correlation	.640**	.529**	.692**	.692**	.720**	.804**	1	.885**	.789**	.824**	.876**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142
x3.4_2	Pearson Correlation	.625**	.504**	.666**	.665**	.713**	.735**	.885**	1	.742**	.845**	.854**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142
x3.5_1	Pearson Correlation	.563**	.540**	.604**	.583**	.543**	.668**	.789**	.742**	1	.818**	.794**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142
x3.5_2	Pearson Correlation	.686**	.534**	.679**	.640**	.643**	.722**	.824**	.845**	.818**	1	.857**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142
Harga	Pearson Correlation	.873**	.792**	.910**	.907**	.883**	.897**	.876**	.854**	.794**	.857**	1
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142

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

# UJI VALIDITAS Y

		Correlations												Kepuasan Konsumen
		y1_1	y1_2	y2_1	y2_2	y3_1	y3_2	y4_1	y4_2	y5_1	y5_2	y6_1	y6_2	
y1_1	Pearson Correlation	1	.746**	.859**	.836**	.861**	.818**	.747**	.948**	.754**	.876**	.930**	.767**	.921**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142
y1_2	Pearson Correlation	.746**	1	.772**	.808**	.722**	.790**	.866**	.743**	.985**	.763**	.752**	.919**	.905**
	Sig. (2-tailed)			.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142
y2_1	Pearson Correlation	.859**	.772**	1	.868**	.904**	.871**	.708**	.909**	.770**	.958**	.890**	.767**	.932**
	Sig. (2-tailed)		.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142
y2_2	Pearson Correlation	.836**	.808**	.868**	1	.871**	.757**	.780**	.806**	.828**	.882**	.854**	.747**	.913**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142
y3_1	Pearson Correlation	.861**	.722**	.904**	.871**	1	.858**	.691**	.869**	.733**	.935**	.923**	.765**	.917**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142
y3_2	Pearson Correlation	.818**	.790**	.871**	.757**	.858**	1	.733**	.841**	.799**	.860**	.851**	.802**	.907**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142
y4_1	Pearson Correlation	.747**	.866**	.708**	.780**	.691**	.733**	1	.734**	.882**	.713**	.744**	.820**	.864**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142
y4_2	Pearson Correlation	.948**	.743**	.909**	.806**	.869**	.841**	.734**	1	.741**	.870**	.928**	.764**	.921**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142
y5_1	Pearson Correlation	.754**	.985**	.770**	.828**	.733**	.799**	.882**	.741**	1	.774**	.772**	.925**	.914**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142
y5_2	Pearson Correlation	.876**	.763**	.958**	.882**	.935**	.860**	.713**	.870**	.774**	1	.933**	.793**	.938**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142
y6_1	Pearson Correlation	.930**	.752**	.890**	.854**	.923**	.851**	.744**	.928**	.772**	.933**	1	.798**	.941**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142
y6_2	Pearson Correlation	.767**	.919**	.767**	.747**	.765**	.802**	.820**	.764**	.925**	.783**	.798**	1	.902**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142
Kepuasan Konsumen	Pearson Correlation	.921**	.905**	.932**	.913**	.917**	.907**	.864**	.921**	.914**	.938**	.941**	.902**	1
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142

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



**UJI RELIABILITAS X<sub>1</sub>**  
**RELIABILITY STATISTIC**

<b>Cronbach;S Alpha</b>	<b>N Of Items</b>
<b>.968</b>	<b>10</b>

**UJI RELIABILITAS X<sub>2</sub>**

<b>Cronbach;S Alpha</b>	<b>N Of Items</b>
<b>.962</b>	<b>10</b>

**UJI RELIABILITAS X<sub>3</sub>**

<b>Cronbach;S Alpha</b>	<b>N Of Items</b>
<b>.962</b>	<b>10</b>

**UJI RELIABILITAS Y**

<b>Cronbach;S Alpha</b>	<b>N Of Items</b>
<b>.982</b>	<b>12</b>



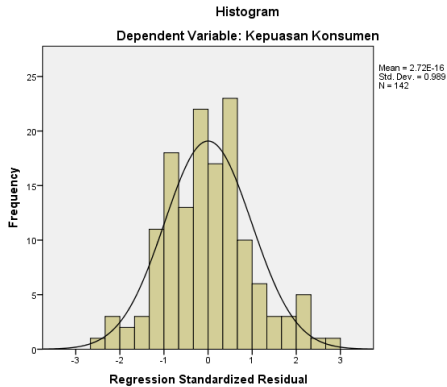
## UJI NORMALITAS KS

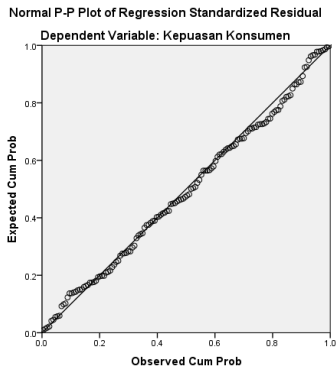
### One - Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		142
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	6.73767526
MOST Extreme Differences	Absolute	.048
	Positive	.048
	Negative	-.043
Test Statistic		.048
Asymp.Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

- Test distribution is normal
- Calculated from data
- Lilliefors significance correction.
- This is a lower bound of the true significance

## UJI NORMALITAS PLOT





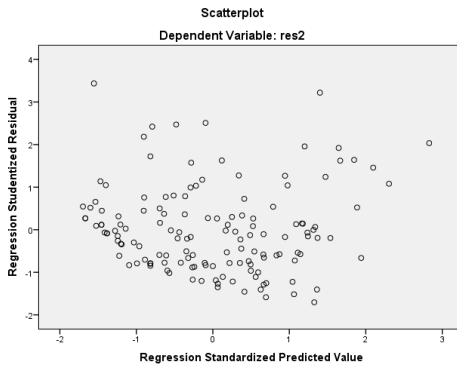
## UJI HETEROKEDASTISITAS GLEJSER

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Sig.
1	(Constant)	.000
	Inovasi Produk	.057
	Kualitas Pelayanan	.078
	Harga	.058

a. Dependent Variable: res2

## UJI HETEROKEDASTISITAS PLOT



## UJI MULTIKOLINIERITAS

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Inovasi Produk	.936	1.069
	Kualitas Pelayanan	.925	1.082
	Harga	.959	1.043

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

## UJI AUTOKORELASI

### Model Summary<sup>b</sup>

Durbin-Watson

Model	
1	1.833
a. Predictors: (Constant), Harga, Inovasi Produk, Kualitas Pelayanan	
b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen	

## UJI R

### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square
1	.576 <sup>a</sup>	.432
a. Predictors: (Constant), Harga, Inovasi Produk, Kualitas Pelayanan		
b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen		



## ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA

Model	Coefficients <sup>a</sup>			t	Sig.	
	Unstandardized		Standardized			
	B	Std. Error	Coefficients Beta			
1	(Constant)	10.049	5.262		1.910	.058
	Inovasi Produk	.538	.087	.447	6.209	.000
	Kualitas Pelayanan	.190	.091	.151	2.093	.038
	Harga	.249	.086	.205	2.889	.004

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

## UJI T

Model	Coefficients <sup>a</sup>					
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	10.049	5.262		1.910	.058
	Inovasi Produk	.538	.087	.447	6.209	.000
	Kualitas Pelayanan	.190	.091	.151	2.093	.038
	Harga	.249	.086	.205	2.889	.004

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

## UJI F

		ANOVA <sup>a</sup>				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3184.619	3	1061.540	22.886	.000 <sup>b</sup>
	Residual	6400.874	138	46.383		
	Total	9585.493	141			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Inovasi Produk, Kualitas Pelayanan, Harga





## Lampiran 10

### Dokumentasi Foto Dokumentasi Foto Observasi Dan Wawancara



**Dokumentasi Foto Tempat Usaha Dekorasi Pernikahan Raisya**  
**Decoration Di Sidoarjo**



Dokumentasi Foto Produk Dekorasi Pernikahan Dan Pelayanan  
Yang Diberikan Di Raisya Decoration Di Sidoarjo

