PDF Complete
Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA USAHA BAHAN BANGUNAN SEMBILAN LIMA DI KECAMATAN GUNUNGPATI

SKRIPSI
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
pada Universitas Negeri Semarang

Oleh :
Eko Yuwananto
NIM. 3352404031

PERPUSTAKAAN UNNES

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
2011

Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi ini telah disetujui oleh pembimbing untuk diajukan ke sidang panitia ujian skripsi pada:

Hari :

Tanggal :

Pembimbing I	Pembimbing II
Dr. Ketut Sudarma, MM	Sri Wartini, SE. MM
NIP. 195211151978031002	NIP. 197209162005012001

Mengetahui
Ketua Jurusan Manajemen

Drs. Sugiharto, M.Si
NIP. 195708201983031002

PDF Complete
Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

PENGESAHAN KELULUSAN

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan sidang Panitia Ujian Skripsi Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang, pada :

Hari :

Tanggal :

Panitia Ujian :

Penguji Skripsi

Dra. Palupiningdyah, M. Si
NIP. 195208041980032001

Pembimbing I	Pembimbing II
Dr. Ketut Sudarma, MM	Sri Wartini, SE. MM
NIP. 195211151978031002	NIP. 197209162005012001

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi

Drs. S. Martono, M. Si
NIP. 196603081989011001

PERPUSTAKAAN UNNES

PDF Complete
Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa yang tertulis di dalam skripsi ini benar-benar hasil karya saya sendiri, bukan jiplakan dari karya tulis orang lain, baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah. Apabila di kemudian hari terbukti skripsi ini adalah hasil jiplakan dari karya tulis orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Semarang, Agustus 2011

Eko Yuwananto
NIM : 3352404031

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
PERPUSTAKAAN UNNES

Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

Kebahagiaan yang sebenarnya
adalah bila kita bisa membuat orang
lain bahagia dan membutuhkan kita.

(Mario Teguh)

PERSEMBAHAN

Untuk Ibu, Ayah dan adik-adikku tersayang yang selalu memberiku dukungan, doa, dan kasih sayang kepadaku

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
PERPUSTAKAAN UNNES

PDF Complete
Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

PRAKATA

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul ñPengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Usaha Bahan Bangunan Sembilan Lima di Kecamatan Gunungpatiò.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak, skripsi ini tidak dapat tersusun. Oleh karena itu penulis sampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. H. Sudijono Sastroatmodjo, M.Si., Rektor Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan kesempatan untuk menyelesaikan studi di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.
2. Drs. S.Martono, M.Si, Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan ijin penelitian untuk penyusunan skripsi ini.
3. Drs. Sugiharto, M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan ijin untuk penelitian ini.
4. Drs. Ketut Sudarma, MM Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, saran dan masukan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Sri Wartini, SE. MM, Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran dan masukan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh staf dan dosen pengajar jurusan Manajemen yang telah memberikan banyak ilmu selama mengikuti perkuliahan.
7. Sahabat dan teman-teman yang telah memberikan dukungan.

Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung.

Semoga segala kebaikan Bapak/Ibu dan Rekan-rekan semua mendapat balasan dari Allah SWT. Harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk semua pihak.

Semarang, Agustus 2011

Penulis

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
PERPUSTAKAAN UNNES

PDF Complete
Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

SARI

Eko Yuwananto, 2011. **"Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Usaha Bahan Bangunan Sembilan Lima di Kecamatan Gunungpati"**. Skripsi. Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Semarang. Pembimbing I. Drs.Ketut Sudarma, MM. Pembimbing II. Sri Wartini, SE. MM

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan akan terbentuk jika dapat memenuhi harapan-harapan dasar pelanggan. Banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, diantaranya kualitas pelayanan dan harga. Permasalahan dalam penelitian ini adalah (1) Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan?, (2) Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan, (3) Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan harga trhadap kepuasan pelanggan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan dan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada usaha bahan bangunan Sembilan Lima di kecamatan Gunungpati.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang menikmati jasa di usaha bahan bangunan sembiln lima . Sampel ditentukan dengan teknik sampel area dengan responden sebanyak 115 orang. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner (angket) dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji instrumen (uji validitas dan uji reliabilitas), analisis regresi linier sedrhana, pengujian hipotesis, dan koefisien determinasi dengan menggunakan program SPSS 13.

Hasil penelitian diperoleh persamaan regresi linier sederhana Y = 2,675+ 0,042 X_1 + 0,579X_2. Ada pengaruh antara kualitas pelayanan secara parsial dengan nilai t = 3,687, ada pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan secara parsial dengan nilai t = 11,831 dan ada pengaruh kualitas pelayanan dan harga secara simultan dengan nilai F = 139,327. Secara keseluruhan kualitas pelayanan dan harga mempengaruhikepuasan pelanggan sebesar 0,708, hal ini berarti 70,8% kepuasan pelanggan pada usaha bahan bangunan sembilan lima dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan dan harga, sedangkan sisanya 29,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang berada di luar variabel yang diteliti dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil penelitian di atas dapat diambil kesimpulan bahwa ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan usaha bahan bangunan Sembilan lima.

PDF Complete
Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
HALAMAN PERSETUJUAN ii
HALAMAN PENGESAHAN iii
HALAMAN PERNYATAAN iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN v
PRAKATA vi
SARI viii
DAFTAR ISI ix
DAFTAR TABEL xii
DAFTAR GAMBAR xiii
DAFTAR LAMPIRAN xiv
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1. Latar Belakang 1
1.2. Rumusan Masalah 4
1.3. Tujuan Penelitian 5
1.4. Manfaat Penelitian 5
BAB II LANDASAN TEORI 6
2.1. Pengertian Pemasaran 6
2.2. Perilaku Konsumen 6
2.3. Keputusan Pembelian Konsumen 10
2.4. Kualitas Layanan 11

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
PERPUSTAKAAN UNNES

Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

2.5. Harga 14
2.6. Kepuasan Pelanggan 17
2.7. Kerangka Berfikir 20
2.8. Hipotesis 22
BAB III METODE PENELITIAN 23
3.1. Populasi 23
3.2. Sampel 23
3.3. Variabel Penelitian 26
3.4. Metode Pengumpulan Data 28
3.5. Validitas dan Reliabilitas 28
3.5.1. Validitas 28
3.5.2. Reliabilitas 30
3.6. Metode Analisis Data 31
3.6.1 Analisis Deskriptif Persentase 31
3.7. Uji Asumsi Klasik 32
3.7.1. Multikolinieritas 32
3.7.2. Uji Normalitas 33
3.7.3. Heteroskedastisitas 33
3.7.4. Analisis Regresi Berganda 34
3.8. Uji Hipotesis 34
3.8.1. Uji Parsial (Uji t) 34
3.8.2. Uji Simultan (Uji F) 35
3.8.3. Koefisien Determinasi (R^2) 35

Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 36
4.1. Hasil Penelitian 36
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 36
4.2. Analisis Deskriptif 37
4.2.1. Deskriptif Responden 37
4.2.2. Analisis Data 39
4.2.2.1 Indikator Penelitian 39
4.2.2.2 Uji Asumsi Klasik 44
4.2.2.3 Analisis Regresi Berganda 47
4.2.2.4 Uji Hipotesis 48
4.2.2.5 Uji Koefisien Determinasi 50
4.3. Pembahasan 50
BAB V PENUTUP 54
5.1. Simpulan 54
5.2. Saran 55
DAFTAR PUSTAKA 56
LAMPIRAN 58

PERPUSTAKAAN UNNES

PDF Complete
Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Penjualan Toko Bangunan ñ95ò.....	3
Tabel 3.1	Hasil Perhitungan Validitas Instrumen.....	29
Tabel 3.2	Hasil Perhitungan Reliabilitas Instrumen	31
Tabel 4.1	Distribusi Responden Menurut Jenis Kelamin.....	37
Tabel 4.2	Distribusi Responden Menurut Umur.....	38
Tabel 4.3	Distribusi Responden Menurut Pekerjaan	39
Tabel 4.4	Hasil Analisis Diskriptif Indikator Bukti Fisik	40
Tabel 4.5	Hasil Analisis Diskriptif Indikator Keandalan.....	40
Tabel 4.6	Hasil Analisis Diskriptif Indikator Daya Tanggap.....	41
Tabel 4.7	Hasil Analisis Diskriptif Indikator Jaminan.....	42
Tabel 4.8	Hasil Analisis Diskriptif Indikator Perhatian.....	42
Tabel 4.9	Hasil Analisis Diskriptif Variabel Harga.....	43
Tabel 4.10	Hasil Analisis Diskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan	44
Tabel 4.11	Uji Multikolinieritas Data Penelitian	46
Tabel 4.12	Hasil Analisis Regresi Berganda	48
Tabel 4.13	Hasil Analisis Uji F (Secara Simultan).....	49
Tabel 4.14	Uji Koefisien Determinasi	50

PERPUSTAKAAN UNNES

Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir 21

Gambar 4.1 Normal P Plot 45

Gambar 4.2 Grafik Statterplot 47

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
PERPUSTAKAAN
UNNES

Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian	.....
Lampiran 2	Rekapitulasi Instrumen	.....
Lampiran 3	Tabel r	.....
Lampiran 4	Hasil Perhitungan Uji Validitas Dengan SPSS	.....
Lampiran 5	Hasil Perhitungan Uji Reliabilitas Dengan SPSS	.....
Lampiran 6	Tabulasi Hasil Penelitian	.....
Lampiran 7	Analisis Deskriptif Persentase	.....
Lampiran 8	Uji Asusi Klasik	.....
Lampiran 9	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	.....
Lampiran 10	Surat Ijin Penelitian	.....
Lampiran 11	Dokumentasi	.....

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
PERPUSTAKAAN UNNES

Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dewasa ini persaingan dunia bisnis semakin ketat dengan adanya kemajuan teknologi dan informasi sehingga konsumen mempunyai informasi yang lengkap mengenai alternatif pilihan produk yang tersedia di pasar. Para produsen atau penjual berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan serta memberikan kepuasan secara maksimal kepada konsumen. Oleh sebab itu konsumen merupakan hal yang utama yang harus di perhatikan disamping produk yang di sajikan.

Kualitas merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono, 2004:13). kualitas pelayanan yang dirasakan sangat penting bagi keberhasilan organisasi karena hubungan langsung dengan kepuasan pelanggan dan niat perilaku. Organisasi ini menyediakan layanan yang unggul juga mengalami tingkat tinggi kepuasan pelanggan dan kata mulut-menguntungkan. Perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Hal ini tercermin dari semakin banyaknya perusahaan yang menyertakan komitmennya terhadap kepuasan pelanggan dalam pernyataan misinya dan iklannya. Kunci utama perusahaan untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa yang berkualitas dengan harga yang bersaing.

Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk. Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai evaluasi pasca konsumsi bahwa suatu alternatif yang dipilih setidaknya memenuhi atau melebihi harapan pelanggan (Tjiptono, 2004:125). Apabila sebuah perusahaan memberikan produk atau jasanya yang berkualitas baik, maka diharapkan mampu memenuhi harapan pelanggan dan akhirnya mampu memberikan nilai yang maksimal serta menciptakan kepuasan bagi pelanggan di banding kompetitor-kompetitor yang ada.

Salah satu bisnis usaha yang juga merasakan ketatnya persaingan saat ini adalah bisnis bahan bangunan Sembilan Lima. Persaiang tersebut ditandai dengan berdirinya bisnis bahan bangunan yang dirikan untuk memenuhi kebuuhan konsumen. Pelayanan dan harga yang ditawarkan pun berbeda-beda, dengan begitu akan menjadi ciri dan keunggulan tersendiri bagi setiap bisnis bahan bangunan. Hal tersebut menuntut pihak pemilik atau pengelola Sembilan Lima untuk menciptakan strategi agar mampu bersaing dan unggul dibanding kompetitor lainnya. Demikian juga halnya pada Sembilan Lima, dimana sebagai salah satu bisnis bahan bangunan yang ada di jalan Dewi Sartika ini, juga memiliki strategi dan keunggulan yang berbeda dibanding pesaing yang ada.

Dengan semakin meningkatnya persaingan yang ada, perusahaan harus mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggannya agar dapat melakukan perbaikan dan inovasi yang diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan setelah melakukan transaksi di toko bahan bangunan Sembilan Lima di

PDF Complete
Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

Semarang. Adapun data penjualan selama tiga tahun terakhir di Bisnis Bahan Bangunan Sembilan Lima dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1.1 Data Penjualan Toko Bangunan ñ95ò Tahun 2007-2009

Bulan	2007	2008	2009
Januari	Rp. 50.465.000	Rp. 55.996.500	Rp. 40.350.000
Februari	Rp. 68.750.000	Rp. 78.816.900	Rp. 61.005.750
Maret	Rp. 58.352.000	Rp. 35.393.100	Rp. 52.873.500
April	Rp. 47.851.500	Rp. 72.928.550	Rp. 73.769.000
Mei	Rp. 60.995.450	Rp. 76.806.450	Rp. 64.355.000
juni	Rp. 63.253.300	Rp. 38.299.050	Rp. 59.505.000
juli	Rp. 70.797.650	Rp. 57.992.750	Rp. 47.462.100
Agustus	Rp. 61.150.700	Rp. 45.473.200	Rp. 36.198.000
September	Rp. 56.005.450	Rp. 53.304.150	Rp. 40.287.500
Oktober	Rp. 57.675.900	Rp. 39.869.400	Rp. 45.613.900
November	Rp. 66.906.050	Rp. 50.591.700	Rp. 32.050.000
Desember	Rp. 52.847.500	Rp. 43.571.000	Rp. 31.456.500
Jumlah	**Rp. 715.050.500**	**Rp. 649.042.750**	**Rp. 584.926.250**

Sumber: Toko Sembilan Lima 2011

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa penjualan di Sembilan Lima selalu mengalami penurunan dari tahun ke tahun. Penjualan pada tahun 2008 mengalami penurunan sebesar Rp. 66.007.750,- dari tahun 2007. Dan pada tahun 2009, penurunan penjualan kembali terjadi sebesar Rp. 64.116.500,- dari tahun 2008. Toko bangunan ñ95ò pada tahun 2007 mempunyai jumlah pegawai sebanyak 5 orang dan pada tahun 2008 sebanyak 7 orang dan 2009 sebanyak 9 orang. Harga yang ditentukan oleh toko bangunan ñ95ò sudah sesuai dengan kualitas

PDF Complete
Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

barangnya, pada pengiriman barang toko bangunan ñ95ò tidak meminta biaya tambahan. Namun dengan hal tersebut ternyata setiap tahun pendapatan toko bangunan ñ95ò mengalami penurunan. Salah satu faktor yang mempengaruhi adalah tingkat kepuasan konsumen. Hal ini harus diperhatikan oleh toko bangunan ñ95ò.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang terjadi di atas maka dapat di ajukan sebuah penelitian dengan judul ñ**Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Usaha Bahan Bangunan Sembilan Lima di Kecamatan Gunungpati"**

1.2 Rumusan Masalah

Menurunnya penjualan dari tahun ke tahun merupakan permasalahan yang dihadapi Usaha Bahan Bangunan Sembilan Lima. Perusahaan harus menganalisis faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan seperti kualitas pelayanan dan harga agar mampu meningkatkan penjualan perusahaan kembali.

Dari rumusan masalah diatas akan menimbulkan pertanyaan-pertanyaan penelitian sebagai berikut :

a. Adakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan?
b. Adakah pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan?
c. Adakah pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan?

PERPUSTAKAAN UNNES

PDF Complete
Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan Permasalahan di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

a. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Usaha Bahan Bangunan Sembilan Lima.
b. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan Usaha Bahan Bangunan Sembilan Lima.
c. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan Usaha Bahan Bangunan Sembilan Lima.

1.4 Manfaat Penelitian

Setiap penelitian diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya maupun yang terkait secara langsung didalamnya.

Adapun kegunaan penelitian ini adalah:

a. Sebagai masukan bagi pihak toko bangunan ñ95ò, mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggannya, sehingga dapat dijadikan pertimbangan dalam pengembangan strategi di masa yang akan datang.
b. Penelitian ini juga berguna bagi para perusahaan-perusahaan lain sebagai masukan dalam mengembangkan kepuasan pelanggannya
c. Sebagai bahan masukan atau tambahan pengetahuan bagi rekan-rekan mahasiswa serta masyarakat umum mengenai kepuasan pelanggan
d. Bagi penuilis, penelitian ini bermanfaat untuk sarana pengembangan ilmu pengetahuan.

PDF Complete
Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian pemasaran

Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan, baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial (Sumarni, 2000:261).

Manajemen pemasaran adalah analisis, perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian atas program yang dirancang untuk menciptakan, membentuk dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran (target buyer) dengan maksud untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi. Jadi, manajemen pemasaran berusaha untuk mempengaruhi tingkat pemilihan waktu dan sifat permintaan sedemikian rupa sehingga membantu organisasi dalam usaha mencapai tujuan (Sumarni, 2000:261).

2.2 Perilaku konsumen

Faktor-faktor yang mempengaruhi perilku konsumen menurut Rangkuti (2006:60), adalah :

a. Faktor budaya

Faktor budaya yang memiliki pengaruh luas dan mendalam terhadap perilaku budaya ini terdiri dari beberapa komponen :

PERPUSTAKAAN UNNES

Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

1. Budaya

Budaya adalah penentu keinginan dan perilaku paling mendasar. Jika makhluk yang lebih rendah perilakunya sebagian besar diatur oleh naluri, maka perilaku manusia sebagian besar muncul dari pembelajaran.

2. Subbudaya

Setiap budaya terdiri dari subbudaya yang lebih kecil yang memberikan lebih banyak ciri-ciri dan sosialisasi khusus anggota-anggotanya. Subbudaya terdiri dari bangsa, agama, kelompok, ras dan daerah geografis. Banyak subbudaya yang membentuk segmen pasar penting dan pemasar sering merancang produk dan program pemasaran yang disesuaikan dengan kebutuhan mereka.

3. Kelas sosial

Kelas sosial adalah sebuah kelompok yang relatif lebih homogen dan bertahan lama dalam sebuah masyarakat, yang tersusun dalam sebuah urutan hierarki. Para anggota dalam setiap jenjang tersebut memiliki nilai, minat dan tingkah laku yang sama.

b. Faktor sosial

Perilaku seseorang konsumen juga dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial, seperti kelompok acuan, keluarga, serta peran dan status.

1. Kelompok acuan

Kelompok acuan seseorang terdiri dari semua kelompok yang memiliki pengaruh langsung (melalui tatap muka) atau tidak langsung terhadap sikap atau prilaku orang tersebut.

PERPUSTAKAAN UNNES

PDF Complete
Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

2. Keluarga

Keluarga adalah organisasi (kelompok kecil pembeli) yang paling penting dalam masyarakat. Anggota keluarga merupakan kelompok acuan primer yang paling berpengaruh.

3. Peran dan status

Peran meliputi kegiatan yang diharapkanakan dilakukan oleh seseorang. Setiap peran memiliki status.

c. Faktor pribadi

Keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi yang meliputi :

1. Usia dan tahap siklus hidup

Orang membeli barang dan jasa yang berbeda sepanjang hidupnya. Konsumsi ini juga dibentuk oleh siklus keluarga.

2. Pekerjaan

Pekerjaan seseorang mempengaruhi juga konsumsiya. Sebuah perusahaan bahkan dapat mengkhususkan produknya untuk kelompok pekerjaan tertentu.

3. Keadaan ekonomi

Pilihan produk sangat dipengaruhi oleh keadaan ekonomi seseorang.

4. Gaya hidup

Gaya hidup seseorang adalah pola hidup seseorang yang di ekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup menggambarkan ñkeseluruhan diri seseorangò yang berinteraksi dengan lingkungannya.

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
PERPUSTAKAAN UNNES

Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

d. Faktor psikologis

Pilihan seseorang untuk membeli dipengaruhi oleh empat faktor psikologis utama, yaitu motivasi, persepsi, pengetahuan, serta keyakinan dan pendirian.

1. Motivasi

   Motivasi merupakan alasan yang mendasari seseorang untuk melakukan suatu tindakan.

2. Persepsi

   Persepsi adalah proses bagaimana individu memilih, mengorganisasikan, dan menginterpretasikan masukan serta informasi untuk menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti. Seseorang yang termotivasi siap untuk bertindak akan dipengaruhi oleh persepsinya atas situasi tertentu. Persepsi ini tidak hanya tergantung pada rangsangan fisik, tetapi juga rangsangan yang berhubungan dengan lingkungan sekitar dan keadaan individu yang bersangkutan.

3. Pengetahuan

   Pada saat seseorang bertindak, mereka belajar. Belajar menggambarkan perubahan perilaku seseorang individu perubahan yang bersumber dari pengalaman.

4. Keyakinan dan sikap

   Keyakinan adalah pemikiran deskriptif tentang suatu hal yang dianut oleh seseorang. Sedangkan sikap adalah evaluasi, perasaan emosional, dan kecenderungan tindakan atas beberapa obyek atau gagasan.

Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

2.3 Keputusan Pembelian Konsumen

a. Pengertian Keputusan Pembelian Konsumen

Menurut Kottler (1996:165) Keputusan membeli konsumen adalah membeli merek yang paling disukai, tetapi dua faktor dapat muncul antara niat untuk membeli dan keputusan untuk membeli.

Menurut Rangkuti (2006:63) yaitu keputusan konsumen sebagai tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, menghabiskan produk dan jasa termasuk proses keputusan yang mendahului tindakan ini. Dengan memahami berbagai tingkah laku konsumen, perusahaan akan dapat memasarkan produk, memantapkan harga, pendistribusian promosi dapat dilakukan secara efektif.

Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan keputusan pembelian konsumen merupakan suatu tindakan yang ditujukan oleh orang-orang dalam hal merencanakan, membeli dan menggunakan barang dan jasa.

b. Jenis-jenis Keputusan Pembelian

1. Keputusan Pembelian dengan Keterlibatan yang Tinggi

   Pembelian produk dengan keterlibatan yang tinggi secara psikologis penting bagi konsumen karena dapat memenuhi kebutuhan sosial atau pribadinya. Produk-produk ini terkait dengan kebutuhan pribadi dan sosial serta dapat menunjukkan citra diri konsumen itu sendiri. Akan tetapi, frekuensi pembelian produk tertentu, memungkinkan konsumen menilai merek mana yang terbaik dan selanjutnya membeli merek tersebut dengan sedikit pertimbangan di antara alternatif yang ada, sehingga dalam

Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

keputusan pembelian dengan keterlibatan yang tinggi membuat konsumen terlibat dalam proses pengambilan keputusan yang kompleks. Mereka mencari informasi secara luas dari berbagai sumber untuk mengevaluasi produk atau merek sebelum membeli.

2. Keputusan Pembelian dengan Keterlibatan yang Rendah

   Pembelian produk dengan keterlibatan yang rendah tidak terlalu penting bagi konsumen, pencarian informasi untuk mengevaluasi merek-merek alternatif biasanya sedikit. Ketika suatu produk tidak terlalu penting dan mempunyai sedikit perbedaan yang mendasar antar merek, konsumen akan tetap membeli merek apa yang dia kenal.

   Ada dua jenis keputusan pembelian, yaitu keputusan pembelian dengan keterlibatan tinggi dan keputusan pembelian dengan keterlibatan rendah. Keputusan pembelian tinggi membuat konsumen terlibat dalam keputusan pembelian yang kompleks. Keputusan pembelian dengan keterlibatan rendah terjadi ketika konsumen membeli produk yang tidak terlalu penting bagi konsumen.

2.4 Kualitas layanan

Kualitas merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono, 2004:22). Sehingga definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketetapan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen.

PERPUSTAKAAN UNNES

Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

Tjiptono (2004:24) menyatakan bahwa terdapat 4 karakteristik pokok pada jasa yang membedakannya dengan barang. Keempat karakteristik tersebut meliputi:

a. Tidak tampak (*intangibility*)

Jasa bersifat *intangibility*, artinya tidak dapat dilihat, dirasa, diraba atau didengar sebelum dibeli. Konsep *intangibility* ini sendiri meliputi dua pengertian. Kedua pengertian tersebut adalah

1. Sesuatu yang tidak dapat disentuh dan tidak dapat dirasa.
2. Sesuatu yang tidak mudah didefinisikan, diformulasikan atau dipahami secara rohaniah.

b. Tidak terpisahkan

Suatu jasa tidak dapat dipisahkan dari sumber pmberinya. Pemberian jasa membuthkan kehadiran pemberi jasa, baik berupa alat atau manusia. Jadi produksi dan konsumsi terjadi bersama-sama dengan pemberian jasa.

c. Bervariasi

Jasa bersifat sangat variabel karena merupakan non standardized output, artinya banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis bergantung pada siapa, kapan dan dimana jasa tersebut dihasilkan.

d. Tidak tahan lama

Jasa merupakan komoditas yang yang tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan. Ketidaktahanlamaan jasa tersebut tidak akan menjadi masalah jika permintaannya konstan. Tetapi kenyataanya, permintaan konsumen akan jasa sangat bervariasi dan dipengaruhi oleh faktor musiman.

Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

Dari keempat karakteristik utama jasa diatas, dapat disimpulkan sebagai berikut:

a. Kualitas pelayanan lebih sulit dievaluasi dibandingkan dengan kualitas produk, sehingga kriteria yang digunakan untuk mengevaluasi kualitas pelayanan menjadi lebih kompleks.
b. Konsumen tidak hanya semata-mata mengevaluasi kualitas pelayanan berdasarkan hasil akhir, melainkan juga mempertimbangkan proses pelayanannya.
c. Persepsi kualitas pelayanan timbul dari seberapa jauh pemberi jasa memberi pelayanan seperti yang diharapkan konsumen.

Kualitas pelayanan dapat diukur dengan menggunakan lima dimensi. Kelima dimensi tersebut menurut Zeithaml, Berry, dan Parasuraman dalam Tjiptono (2004:14) adalah

a. Bukti langsung, meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.
b. Keandalan yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
c. Daya tanggap yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
d. Jaminan, mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.
e. Empati, meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang

Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

Kualitas pelayanan yang baik sering dikatakan sebagai salah satu faktor penting dalam keberhasilan suatu bisnis. Penelitian yang dilakukan oleh Dabholkar, et. al. (2000) dalam Tjiptono (2003:112) menyatakan bahwa kualitas jasa mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Maka, suatu perusahaan dituntut untuk memaksimalkan kualitas pelayanannya agar mampu menciptakan kepuasan para pelanggannya.

2.5 Harga

Harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya (Sumarni, 2000:281). Perusahaan harus menetapkan harga secara tepat agar dapat sukses dalam memasarkan barang atau jasa. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, sedangkan ketiga unsur lain (produk, distribusi dan promosi) menyebabkan timbulnya biaya.

Harga sering dikaitkan dengan permintaan dimana muncul hukum permintaan yang berbunyi makin rendah harga suatu barang maka makin banyak permintaan terhadap harga tersebut. Sebaliknya, makin tinggi harga suatu barang maka makin sedikit permintaan terhadap barang tersebut (Sukirno, 2006:76).

Dalam penetapan harga perlu dipertimbangkan beberapa faktor yang turut berpengaruh, yaitu :

Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

a. Harga dari jenis atau produk pengganti dari para pesaing

Apabila perbedaan harga di antara produk pengganti atau produk sejenis cukup berarti, maka konsumen akan beralih ke harga yang lebih murah.

b. Kemampuan membeli dari masyarakat

Meskipun harga telah ditetapkan tidak terlalu mahal, tetapi apabila konsumen tidak mempu menjangkaunya karena terbatasnya penghasilan konsumen tersebut, maka produk itu juga tidak akan dapat terjual. Apalagi jika produk tersebut tidak termasuk kebutuhan primer.

c. Jangka waktu perputaran dana

Jika modal perusahaan terbatas, maka tentu saja berusaha agar jangka waktu perputaran dana dapat dipercepat. Oleh karena itu perusahaan harus berusaha menetapkan harga yang tidak terlalu tinggi, meskipun untuk itu keuntungan yang didapatkan perusahaan juga rendah.

d. Peraturan pemerintah

Untuk produk tertentu seperti minyak tanah, beras, gula, maka ada peraturan dalam menetapkan harganya yang harus ditaati oleh penjual. Dalam hal ini penjual tidak dapat menetapkan besarnya keuntungan seperti jika menjual produk yang lain.

Harga memiliki dua peranan utama dalam pengambilan keputusan para pembeli (Lupiyoadi, 2006:98), yaitu:

a. Peranan alokasi harga, yaitu fungsi harga dalam membantu para pembeli untuk memutuskan cara memperolehnya manfaat atau utilitas tertinggi yang diharapkan berdasarkan daya belinya. Dengan demikian adanya harga dapat

Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

membantu para pembeli untuk memutuskan cara mengalokasikan daya belinya pada berbagai jenis barang dan jasa. Pembeli membandingkan harga dari berbagai alternatif yang tersedia, kemudian memutuskan alokasi dana yang dikehendaki.

b. Peranan informasi dari dana, yaitu fungsi harga dalam memberitahu konsumen mengenai faktor-faktor produk, seperti kualitas. Hal ini terutama bermanfaat dalam situasi dimana pembeli mengalami kesulitan dalam menilai faktor produk atau manfaatnya secara objektif. Perspektif yang sering berlaku adalah bahwa harga yang tinggi mencerminkan kualitas yang baik.

Menurut Lupiyoadi (2006:98), faktor-faktor yang mempengaruhi harga, yaitu

a Harga jual

Harga jual adalah harga akhir yang diterapkan produsen akan suatu produk setelah adanya perhitungan semua biaya produksi.

b Kesesuaian Harga

Tinggi rendahnya harga yang ditetapkan perusahaan harus sesuai dengan kualitas produk tersebut sehingga konsumen akan mendapatkan manfaat yang seimbang dengan jumlah uang yang dikeluarkan.

c Perbandingan Harga

Perbandingan mengenai harga yang ditetapkan perusahaan dengan perusahaan lain, dengan produk yang sejenis atau subsitusi sehingga konsumen akan dapat menetapkan pilihannya terhadap beberapa alteernatif produk.

PDF Complete
Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

2.6 Kepuasan Pelanggan

Kotler (1997) dalam Lupioadi (2006:192) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang sebagai hasil dari perbandingan antara prestasi atau produk yang dirasakan dan yang diharapkan.

Menurut Rangkuti (2006:30) kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian

Dari teori di atas dapat disimpulkan bahwa kepuasan adalah tingkat perasaan di mana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk (jasa) yang diterima dan yang diharapkan. Jika kinerja di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan sangat puas. Tingkat kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa.

Menurut Tjiptono (2004:134) ada 2 model kepuasan pelanggan yaitu:

a. Model kognitif

Penilaian pelanggan berdasarkan pada perbedaan antara suatu kumpulan dari kombinasi atribut yang dipandang ideal untuk individu dan persepsinya tentang kombinasi dari atribut yang sebenarnya. Dengan kata lain penilaian berdasarkan perbedaan yang ideal dengan yang actual.

Apabila yang ideal sama dengan persepsinya maka pelanggan akan puas, sebaliknya apabila perbedaan antara yang ideal dan yang aktual semakin besar makakonsumen semakin tidak puas. Berdasarkan model ini maka kepuasan pelanggan dapat dicapai dengan 2 cara yang utama, yaitu:

Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

1. Mengubah penawaran perusahaan sehingga sesuai dengan yang ideal.
2. Meyakinkan pelanggan bahwa yang ideal tidak sesuai dengan kenyataan yang sebenarnya.

b. Model afektif

Model Afektif mengatakan bahwa penilaian pelanggan individual terhadap suatu produk tidak semata-mata berdasarkan perhitungan regional saja tetapi juga berdasarkan pada tingkat aspirasi, perilaku belajar (learning behavior), emosi perasaan spesifik (kepuasan, keengganan), suasana hati (mood) dan lain-lain.

Kepuasan pelanggan dapat diukur dengan berbagai macam metode dan teknik. Menurut Kotler, et. al. (1996) ada 4 metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu :

1. Sistem Keluhan dan Saran

   Suatu perusahaan yang berorientasi pada pelanggan akan memberikan kesempatan yang luas pada para pelanggannya untuk menyampaikan saran dan keluhan, misalnya dengan menyediakan kotak saran, kartu komentar dan lain-lain. Informasi dari para pelanggan ini akan memberikan masukan dan ide-ide bagi perusahaan agar bereaksi dengan tanggap dan cepat dalam menghadapi masalah-masalah yang timbul. Sehingga perusahaan akan tahu apa yang dikeluhkan oleh para pelanggan-nya dan segera memperbaikinya. Metode ini berfokus pada identifikasi masalah dan juga pengumpulan saran-saran dari pelanggannya langsung.

2. Ghost Shopping

   Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan

PDF Complete
Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang (Ghost Shopper) untuk berperan atau bersikap sebagai pembeli potensial terhadap produk dari perusahaan dan juga dari produk pesaing. Kemudian mereka akan melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan dari produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Selain itu para ghost shopper juga bisa mengamati cara penanganan terhadap setiap keluhan yang ada, baik oleh perusahaan yang bersangkutan maupun dari pesaingnya.

3. Lost Customer Analysis

Perusahaan akan menghubungi para pelanggannya atau setidaknya mencari tahu pelanggannya yang telah berhenti membeli produk atau yang telah pindah pemasok, agar diketahui penyebab mengapa pelanggan tersebut kabur. Dengan adanya peningkatan customer lost rate maka menunjukkan adanya kegagalan dari pihak perusahaan untuk dapat memuaskan pelanggannya.

4. Survei Kepuasan Pelanggan

Pada umumnya penelitian mengenai kepuasan pelanggan dilakukan dengan mengadakan survei melalui berbagai media baik melalui telepon, pos, ataupun dengan wawancara secara langsung. Dengan dilakukannya survei kepada pelanggan oleh pihak perusahaan, maka perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik (feedback) secara langsung dari palanggan dan juga akan memberikan tanda bahwa perusahaan menaruh perhatian yang besar terhadap para pelanggannya.

PDF Complete
Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

Indikator dalam pengukuran kepuasan pelanggan menurut Boulding et al. (1993); Keillor et al. (2004) dalam Qin (2010) :

1. *Recommendation* adalah merekomendasikan produk yang sudah di beli kepada konsumen lainnya.
2. *Intention* adalah Niat untuk pembelian ulang.
3. *Say good things* adalah Mengatakan hal yang baik setelah membeli.

2.7 Kerangka Berpikir

Pelayanan yang baik akan menghasilkan kepuasan pelanggan dan bahwa kepuasan pelanggan merupakan faktor penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Secara umum terdapat tiga kemungkinan tingkat kepuasan atas kualitas layanan, yaitu jika pelayanan yang diberikan dibawah harapan, maka konsumen tidak puas. Jika pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan konsumen, maka konsumen akan merasa puas. Jika pelayanan melebihi harapan, maka konsumen sangat puas (Lupioadi, 2006:194).

Konsumen yang merasa puas dan atau sangat puas terhadap kualitas pelayanan, maka dia akan menunjukkan besarnya kemungkinan untuk menjadi konsumen yang loyal terhadap perusahaan. Tetapi apabila konsumen tidak puas, dia dapat melakukan berbagai tindakan yang dapat merugikan perusahaan dan merusak citra perusahaan.

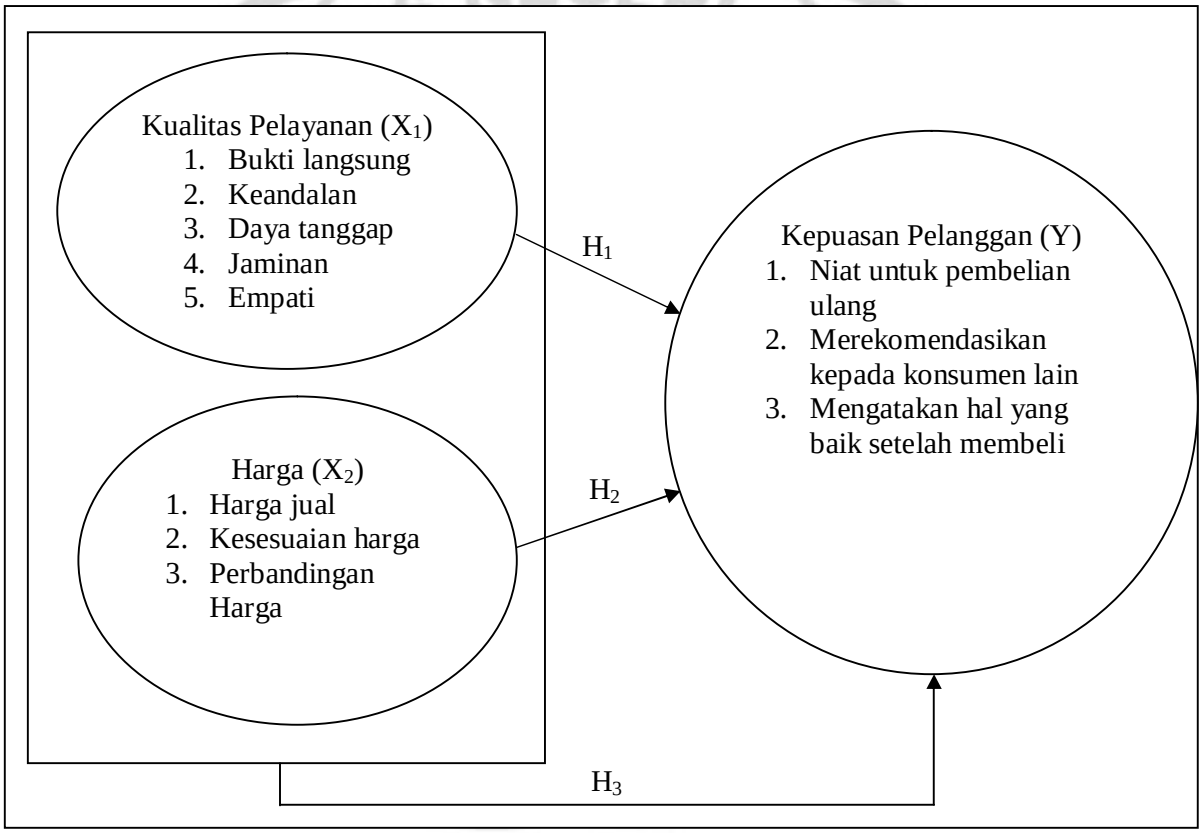
Harga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Harga berdampak sangat penting dalam menciptakan kepuasan konsumen. Harga yang tinggi dan manfaat yang didapat tidak dapat memenuhi keinginan konsumen maka konsumen tidak puas. Demikian juga dengan harga yang rendah dan

Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

manfaat yang didapat oleh konsumen terpenuhi maka konsumen akan puas. Dengan demikian pengaruh harga sangat besar dalam perusahaan, dengan harga yang sesuai maka konsumen bisa terpuaskan.

Dari uraian di atas, penulis menyimpulkan bahwa kualitas layanan dan harga akan mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen.

Secara sederhana pemahaman di atas dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 3. Kerangka Berfikir

Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

2.8 Hipotesis

Hipotesis adalah suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian , sampai terbukti melalui data yang terkumpul (Arikunto, 1998: 67).

Suatu hipotesis akan diterima apabila data yang dikumpulkan mendukung pernyataan.

Rumusan hipotesis dalam penelitian ini adalah

H1: Ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan Pelanggan

H2 : Ada pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan

H3 : Ada pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan Pelanggan secara simultan

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
PERPUSTAKAAN UNNES

PDF Complete
Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Populasi penelitian

Populasi adalah seluruh penduduk yang di maksudkan untuk diselidiki (Sutrisno, 2000:220). Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruan konsumen Usaha Bahan Bangunan Sembilan Lima.

3.2 Sampel penelitian

Sampel adalah sejumlah penduduk yang jumlahnya kurang dari populasi (Sutrisno, 2000:221). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang sedang ada dan konsumen sebelumnya di Usaha Bahan Bangunan Sembilan Lima. Oleh karena jumlah populasi tidak diketahui maka menggunakan rumus iterasi.

Untuk memperoleh sampel yang mewakili populasi secara keseluruhan, maka sampel diambil secara area yaitu suatu daerah besar dibagi-bagi ke dalam daerah-daerah kecil, dan daerah-daerah kecil ini pada gilirannya di bagi-bagi lagi menjadi daerah-daerah yang lebih kecil lagi (Sutrisno, 2001:228). Penetapan responden secara area artinya adalah responden ditetapkan pada saat mereka kebetulan berada pada daerah sekitar Usaha Bahan Bangunan Sembilan Lima yaitu kelurahan Sukorejo.

Menurut Soemantri dan Muhudin (2006:96) dalam menentukan ukuran sampel digunakan formula sebagai berikut:

PDF Complete
Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

$$n = \frac{\left(Z_{1-\alpha} + Z_{1-\beta}\right)^2}{Up^2} + 3$$

Dimana: $Up = \frac{1}{2} 1n\left(\frac{1+p}{1-p}\right)$ untuk iterasi pertama

$Up = \frac{1}{2} 1n\left(\frac{1+p}{1-p}\right) + \frac{p}{2(n-1)}$ untuk iterasi kedua dan seterusnya

P = rho = perkiraan Koefisien Korelasi yang terjadi antar variabel X dan Y (diambil dari Koefisien korelasi terkecil, apabila tidak diketahui disarankan 0,30). Operasi rumus tersebut adalah *iterative* (dioperasikan berulang-ulang sampai diperoleh n yang stabil/konvergen).

Berdasarkan rumus tersebut maka perhitungan sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

P (rho) ditetapkan 0,30

Taraf signifikasi (Ŭ) ditetapkan sebesar 5%

Kuasa uji (1-ɓ) ditetapkan 95%

Maka $Z_{1-Ŭ}$=1,645 dan $Z_{1-ɓ}$= 1,645

Kemudian angka-angka tersebut dimasukkan kedalam rumus sehingga menjadi sebagai berikut:

Untuk iterasi pertama

$$Up_1 = \frac{1}{2} 1n\left(\frac{1+p}{1-p}\right)$$

$$= \frac{1}{2} 1n\left(\frac{1+0{,}30}{1-0{,}30}\right)$$

PERPUSTAKAAN UNNES

PDF Complete
Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

= 0,3095196

$$n_1 = \frac{(Z_{1-\alpha} + Z_{1-\beta})^2}{Up^2} + 3$$

$$= \frac{(1{,}645 + 1{,}645)^2}{0{,}30951596^2} + 3$$

= 115,9836

= 116 responden

Untuk iterasi kedua

$$Up_2 = \frac{1}{2} 1n\left(\frac{1+p}{1-p}\right) + \frac{p}{2(n-1)}$$

$$= \frac{1}{2} 1n\left(\frac{1+0{,}30}{1-0{,}30}\right) + \frac{0{,}30}{2(116-1)}$$

= 0,3108239

$$n_2 = \frac{(Z_{1-\alpha} + Z_{1-\beta})^2}{Up^2} + 3$$

$$= \frac{(1{,}645 = 1{,}645)^2}{0{,}3108239^2} + 3$$

= 115,03739

= 115 responden

Karena n_1 dan n_2 hasilnya belum sama maka perlu dilakukan iterasi ketiga dengan menggunakan rumus seperti pada iterasi kedua.

Untuk iterasi ketiga

$$Up_3 = \frac{1}{2} 1n\left(\frac{1+p}{1-p}\right) + \frac{p}{2(n-1)}$$

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
PERPUSTAKAAN UNNES

PDF Complete
Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

$$= \frac{1}{2}1n\left(\frac{1+0,30}{1-0,30}\right)+\frac{0,30}{2(115-1)}$$

$$= 0,3108354$$

$$n_3 = \frac{(Z_{1-\alpha}+Z_{1-\beta})^2}{Up^2}+3$$

$$= \frac{(1,645+1,645)^2}{0,3108354^2}+3$$

$$= 115,02915$$

= 115 responden

Karena n_2 dan n_3 telah mencapai harga yang sama yaitu pada 115 maka ukuran sampel minimal yang harus digunakan adalah sebesar 115 responden. Jumlah responden itu dambil secara area dimana responden tersebut yang saat itu berada di lingkungan toko bangunan tersebut.

3.3 Variabel penelitian

Variabel adalah objek penelitian yang bervariasi (Arikunto, 1998: 97). Dalam penelitian ini terdapat dua variabel bebas (X) dan satu variabel terikat (Y).

a. Variabel bebas (X)

Yaitu variabel yang mempengaruhi variabel lain yang diteliti pengaruhnya, adapun yang menjadi variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah:

1. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah penilaian pelanggan atas keunggulan atau keistimewaan suatu produk atau layanan secara menyeluruh (Lupiyoadi, 2006:168).

PERPUSTAKAAN UNNES

Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

Indikator kualitas pelayanan menurut Tjiptono (2004:14):

a) Bukti langsung yaitu Kondisi bangunan usaha baik
b) Keandalan yaitu karyawan cepat dalam melayani konsumen
c) Daya tanggap yaitu karyawan tanggap terhadap keluhan konsumen
d) Jaminan yaitu karyawan mampu mengetahui kebutuhan konsumen
e) Empati yaitu Karyawan memberikan perhatian individu dengan baik pada konsumen

2. Harga

Harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya (Sumarni, 2000:281).

Indikator menurut Lupiyoadi (2006:98):

a) Harga jual
b) Kesesuaian harga
c) Perbandingan harga

b. Variabel Terikat (Y)

Menurut Arikunto (2006: 101) variabel akibat disebut variabel tak bebas atau variabel terikat yang dilambangkan dengan huruf Y. variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang sebagai hasil dari perbandingan antara prestasi atau produk yang dirasakan dan yang diharapkannya (Kotler, 1997).

PDF Complete
Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

Indikator kepuasan pelanggan menurut Boulding et al. (1993) dalam Qin (2010) :

a) Merekomendasikan kepada konsumen lain.

b) Niat untuk pembelian ulang.

c) Mengatakan hal yang baik setelah membeli.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah:

a. Angket atau kuesioner

Kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang ia ketahui (Arikunto, 1998:140). Angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket tertutup, dimana alternatif jawaban telah disediakan dan responden hanya memilih jawaban tersebut.Angket tertutup digunakan dalam penelitian ini karena pertanyaan tertutup lebih mudah untuk ditabulasikan.

b. Wawancara atau interview

Wawancara adalah sebuah dialog yang dilakukan oleh pewawancara untuk memperoleh informasi dari terwawancara (Arikunto, 1998:145). Wawancara dilakukan dengan menggunakan daftar pertanyaan, dan merupakan cara memperoleh data yang bersifat langsung.

3.5 Validitas dan Reliabilitas

3.5.1 Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat- tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen (Arikunto, 1998:160) .

Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

Instrumen yang valid atau tepat dapat digunakan untuk mengukur objek yang diukur.Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana alat pengukur itu mengukur suatu data agar tidak menyimpang dari gambaran variabel yang dimaksud agar tercapai kevalidannya.Cara yang dipakai untuk menguji tingkat kevalidan adalah dengan validitas internal, yaitu untuk menguji apakah terdapat kesesuaian antara bagian instrumen secara keseluruhan. Untuk mengukur validitas dapat dilakukan dengan membandingkan r hitung dengan r tabel (Ghozali, 2001:45) dimana :

a. jika r hitung > r tabel, maka butir pertanyaan atau indikator dinyatakan valid
b. jika r hitung < r tabel, maka butir pertanyaan atau indikator dinyatakan tidak valid

Tabel 3.1 : Hasil Perhitungan Validitas Instrumen

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Kualitas pelayanan	BF1	0,673	0,361	Valid
	BF2	0,629	0,361	Valid
	BF3	0,580	0,361	Valid
	BF4	0,577	0,361	Valid
	BF5	0,739	0,361	Valid
	K1	0,789	0,361	Valid
	K2	0,789	0,361	Valid
	DT1	0,800	0,361	Valid
	DT2	0,809	0,361	Valid
	J1	0,725	0,361	Valid

PDF Complete
Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

	J2	0,542	0,361	Valid
	PR1	0,710	0,361	Valid
	PR2	0,648	0,361	Valid
	PR3	0,665	0,361	Valid
Harga	H1	0,749	0,361	Valid
	H2	0,787	0,361	Valid
	H3	0,713	0,361	Valid
Kepuasan Pelanggan	KP1	0,722	0,361	Valid
	KP2	0,872	0,361	Valid
	KP3	0,813	0,361	Valid

Sumber : Data primer diolah tahun 2011

Berdasarkan hasil uji coba validitas instrumen dimana N = 30 dan r tabel adalah 0,361, berdasarkan analisis di atas menunjukkan semua butir pertanyaan dapat digunakan karena r hitung lebih besar dari r tabel sehingga dapat dikatakan memenuhi syarat validitas.

3.5.2 Reliabilitas

Reliabilitas adalah suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data, karena instrumen tersebut sudah baik (Arikunto, 1998: 170).

Ketentuan uji reliabilitas : (Ghozali, 2001:42)

a. Jika koefisien Alpha (a) > 0,6 maka butir pertanyaan dinyatakan tidak reliabel

b. Jika koefisien Alpha (a) < 0,6 maka butir pertanyaan dinyatakan reliabel

Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

Tabel 3.2 : Hasil Perhitungan Reliabilitas Instrumen

Variabel	Cronbachôs Alpha	Syarat	Keterangan
Kualitas pelayanan	0,913	0,60	Reliabel
Harga	0,610	0,60	Reliabel
Kepuasan pelanggan	0,713	0,60	Reliabel

Sumber : Data primer diolah tahun 2011

Berdasarkan hasil uji coba Reliabilitas instrumen dengan menggunakan rumus alpha, dimana N = 30 , diperoleh Cronbachôs Alpha kualitas pelayanan sebesar 0,913, Cronbachôs Alpha harga sebesar 0,610 dan Cronbachôs Alpha kepuasan pelanggan sebesar 0,713. Hal ini berarti bahwa, nilai ini telah melewati syarat reliabilitas sebesar 0,6 sehingga semua butir soal yang ada pada instrumen dinyatakan reliabel dan dapat digunakan sebagai alat pengumpul data.

3.6 Metode Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif yaitu yang berbentuk angka.

3.6.1 Analisis Deskriptif Persentase

Analisis Deskriptif Persentase digunakan untuk mengkaji variabel-variabel yang ada pada penelitian ini yang terdiri dari kualitas pelayanan, harga dan kepuasan pelanggan. Langkah-langkah yang ditempuh dalam membuat analisis deskriptif persentase adalah sebagai berikut:

1. Membuat tabel distribusi jawaban angket
2. Menentukan skor jawaban dengan ketentuan skor yang telah dipilih
3. Menjumlahkan skor tersebut ke dalam rumus:

PDF Complete
Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

$$\% = \frac{n}{N} x100\%$$

Keterangan:

n = Jumlah skor jawaban responden

N = Jumlah seluruh skor ideal

% = Tingkat keberhasilan yang dicapai

(Ali dalam Muhtadi, 2007)

3.7 Uji asumsi klasik

Menurut Santoso (2010:203) model regresi linier berganda dapat disebut sebagai model yang baik jika model tersebut memenuhi asumsi normalitas data dan terbebas dari asumsi-asumsi klasik, baik itu multikolinieritas, uji normalitas dan heteroskedastisitas. Penjelasan dari masing-masing uji asumsi klasik tersebut adalah sebagai berikut:

3.7.1 Multikolinieritas

Uji multikolinieritas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan dengan variabel independen lain dalam satu model.

Deteksi multikolinieritas pada suatu model dapat dilihat dari beberapa hal, antara lain:

a. Jika nilai *variance inflation faktor* (VIF) tidak lebih dari 10 dan nilai *tolerance* tidak kurang dari 0,1 maka dapat dikatakan bebas dari multikolinieritas.
b. Jika nilai koefisien korelasi antar masing-masing variabel independen kurang dari 0,70 maka model dapat dinyatakan bebas dari asumsi klasik multikolinieritas.

Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

c. Jika nilai koefisien determinan, baik dilihat dari R^2 maupun R *square* diatas 0,60 namun tidak ada variabel independen yang berpengaruh terhadap variabel dependen maka ditengarai model terkena multikolinieritas.

3.7.2 Uji normalitas

Tujuan dari uji normalitas adalah untuk menentukan apakah variabel berdistribusi normal atau tidak.Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal.Pengujian normalitas dapat dilihat dari grafik *probability plot*. Apabila variabel berdistribusi normal, maka penyebab plot akan berada disekitar dan disepanjang garis 45 derajat.

3.7.3 Heteroskedastisitas

Cara memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model adalah dapat dilihat dari pola gambar *scatterplot* model tersebut. Analisis pada gambar *scatterplot* yang menyatakan model regresi linier berganda tidak terdapat heteroskedastisitas jika:

a. Titik-titik data menyebar diatas dan di bawah atau menyebar disekitar angka nol (0).
b. Titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.
c. Penyebaran titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.
d. Penyebaran titik-titik data sebaiknya tidak berpola.

PDF Complete
Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

3.7.4 Analisis Regresi Berganda

Data kuantitatif dalam penelitian ini dianalisis dengan menggunakan metode regresi linier ganda. Menurut Sugiyono (2007:275) model persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + б_1X_1 + б_2X_2$$

Keterangan :

Y : Variabel Kepuasan Pelanggan

X_1 : Variable Kualitas Pelayanan

X_2 : Variable Harga

a : Nilai Konstanta

б : Koefisien regresi mengukur besarnya pengaruh X dan Y

3.8 Uji Hipotesis

Menurut Sugiyono (2007:202) berkaitan dengan *output* regresi linier berganda yang dihasilkan melalui program SPSS perlu dilakukan uji simultan dengan F-*test,* dan uji parsial dengan T-*test*. Penjelasan untuk masing masing uji tersebut adalah sebagai berikut:

3.8.1 Uji parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Kaidah pengambilan keputusan dalam uji-t dengan menggunakan SPSS menurut Ghozali (2001:30) adalah:

a. Jika probabilitas > 0,05 maka Ho diterima dan Ha ditolak, sehingga dapat dikatakan bahwa variabel bebas tidak dapat menjelaskan variabel terikat atau tidak ada pengaruh antara dua variabel yang diuji

PERPUSTAKAAN UNNES

PDF Complete
Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

b. Jika probabilitas < 0,05 maka Ho ditolak dan Ha diterima, sehingga dapat dikatakan bahwa variabel bebas dapat menjelaskan variabel terikat atau ada pengaruh antara dua variabel yang diuji

3.8.2 Uji simultan (Uji F)

Uji simultan bertujuan untuk mengetahui pengaruh semua variabel independen yang terdapat di dalam model secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen (Sugiyo, 2007:206).Kaidah pengambilan keputusan dalam uji F menggunakan SPSS menurut Ghozali (2001: 30) adalah:

a. Jika probabilitas > 0,05 maka Ho diterima, sehingga dapat dikatakan bahwa variabel bebas dari model regresi linier tidak mampu menjelaskan variabel terikat.
b. Jika probabilitas < 0,05 maka Ho ditolak, sehingga dapat dikatakan bahwa variabel bebas dari model regresi linier mampu menjelaskan variabel terikat.

3.8.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai koefisien determinasi yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hamper semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2001:45).

PDF Complete
Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil penelitian

4.1.1 Gambaran umum Toko Bangunan “95” Semarang

Toko Bangunan ñ95ò salah satu toko bahan bangunan yang lokasinya berada di jalan Dewi Sartika Barat yang menyediakan alat-alat dan bahan-bahan yang digunakan untuk bangunan. Lokasi toko bangunan ini sangat strategis karena berada pada pinggir jalan utama.

Dalam pengelolaannya toko bangunan ñ95ò menyediakan sistem pengantaran barang yang akan dibeli agar supaya memudahkan pelanggan dalam membeli barang dalam jumlah banyak. Dengan menggunakan via telepon dalam memesan barang dan bertransaksi maka pelanggan tidak harus meninggalkan rumah dalam membeli barang pada toko bangunan ñ95ò.

Toko bangunan ini menyediakan bahan bangunan yang bisa dibilang cukup lengkap. Harga yang ditawarkan pun juga cukup terjangkau oleh pelanggan. Pelayanan dalam pengantaran barang pesanan menjadi salah satu strategi dari pengelola agar dapat bersaing dan juga meningkatkan penjualan.

Karena pemiliknya merangkap menjadi pengelolanya maka setiap kritik atau saran dari pelanggan langsung ditanggapi oleh pengelola maka toko bangunan ñ95ò dapat berkembang sesuai dengan permintaan pelanggannya.

PDF Complete
Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

4.2 Analisis Deskriptif

4.2.1 Deskripsi Responden

Responden dalam penelitian ini adalah pelanggan toko bangunan ñ95ò. Jumlah konsumen yang dipilih sebagai responden sebanyak 115 orang dengan identitas sebagai berikut : jenis kelamin, umur dan pekerjaan

1) Jenis Kelamin

Untuk mengetahui jumlah pelanggan melalui jenis kelamin laki-laki dan perempuan, dapat dilihat pada tabel 4.1 dibawah ini :

Tabel 4.1 Distribusi Responden Menurut Jenis Kelamin

Jenis kelamin	Frekuensi	Presentase
Laki-laki	78	67,8%
perempuan	37	32,2%
jumlah	115	100%

Sumber : Data primer diolah 2011

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa jumlah responden sebanyak 115 orang terdiri dari 67,8% adalah laki-laki dan 32,2% adalah perempuan. Hal ini dikarenakan bahwa kaum laki-laki lebih memahami mengenai masalah bahan-bahan yang di gunakan untuk bangunan.

2) Usia Responden

Usia sangat berpengaruh dalam kehidupan sehari-hari sehingga perbedaan usia berpengaruh juga terhadap kesetujuan pelanggan. Berikut ini pada tabel 4.2 akan ditampilkan kelompok usia responden.

PDF Complete
Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

Tabel 4.2 Distribusi Responden Menurut Umur

Jenis kelamin	Frekuensi	Presentase
10 ï 20 tahun	8	6,96%
21 ï 30 tahun	17	14,78%
31 - 40 tahun	45	39,13%
41 ï 50 tahun	31	26,96%
> 50 tahun	14	12,17%
jumlah	115	100%

Sumber : Data primer diolah 2011

Berdasarkan tabel 4.2 diatas dapat dilihat bahwa umur responden sangat variatif. Responden dengan usia 31-40 tahun menempati prosentase tertinggi yaitu sebesar 39,13% diikuti responden dengan umur 41-50 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen sebagian besar usaha dewasa, dimana responden yang berusia dewasa sudah menikah dan memiliki keluarga.

3) Pekerjaan Responden

Masing-masing responden memiliki jenis pekerjaan yang berbeda. Untuk memudahkan pembedaan jenis pekerjaan responden maka dapat dilihat dalam tabel 4.3 sebagai berikut :

PDF Complete
Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

Tabel 4.3 Distribusi Responden Menurut Pekerjaan

Jenis pekerjaan	Frekuensi	Presentase
Pegawai Negeri	25	21,74%
Pegawai Swasta	27	23,48%
Pelajar	11	9,56%
Wiraswasta	45	39,13%
Lain-lain	7	6,09%
jumlah	115	100%

Sumber : Data primer diolah 2011

Berdasarkan tabel tersebut diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar dari responden adalah bekerja sebagai wiraswasta, yaitu sebesar 39,13% dan diikuti pegawai swasta sebesar 23,48%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan toko bangunan ñ95ò bekerja sebagai wiraswasta dan pegawai swasta yang biasanya memiliki penghasilan yang cukup besar untuk melakukan transaksi di toko bangunan ñ95ò setelah kebutuhan sehari-hari pelanggan tercukupi.

4.2.2 Analisis Data

4.2.2.1 Indikator Penelitian

a. Variabel kualitas pelayanan

Analisis deskriptif bertujuan untuk memperjelas gambaran terhadap variabel-variabel penelitian. Variabel kualitas pelayanan menggunakan lima indikator, yaitu bukti fisik, keandalan, dayatanggap, jaminan dan perhatian

PERPUSTAKAAN UNNES

PDF Complete
Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

1) Bukti fisik

Indikator bukti fisik di kembangkan menjadi lima butir pertanyaan. Respon konsumen toko bangunan ñ95ò ditampilkan pada tabel di bawah ini

Tabel 4.4 Hasil Analisis Deskriptif Indikator Bukti Fisik

No	Jawaban Responden	Frekuensi	%
1	Sangat Setuju	12	10,4
2	Setuju	77	66,96
3	Cukup Setuju	19	16,52
4	Kurang Setuju	7	6,09
5	Sangat Tidak Setuju	0	0,00
	Jumlah	115	100

Sumber : Data primer diolah 2011

Dari tabel 4.4 sebagian besar responden menyatakan setuju bahwa toko bangunan ñ95ò memiliki fasilitas fisik yang memadai. Hal ini terlihat dari 115 responden, 10,4% menyatakan sangat setuju, 66,96% menyatakan setuju dan 6,09% menyatakan kurang setuju.

2) Deskriptif keandalan

Indikator keandalan di kembangkan menjadi dua butir pertanyaan. Respon konsumen toko bangunan ñ95ò ditampilkan pada tabel di bawah ini

Tabel 4.5 Hasil Analisis Deskriptif Indikator Keandalan

No	Jawaban Responden	Frekuensi	%
1	Sangat Setuju	18	15,65
2	Setuju	68	59,13
3	Cukup Setuju	16	13,91
4	Kurang Setuju	13	11,30
5	Sangat Tidak Setuju	0	0,00
	Jumlah	115	100

Sumber : Data primer diolah 2011

PDF Complete
Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

Dari tabel 4.5 sebagian besar responden menyatakan setuju bahwa toko bangunan ñ95ò memiliki ketepatan dan kecepatan dalam melakukan transaksi pembelian. Hal ini terlihat dari 115 responden, 15,65 menyatakan sangat setuju, 59,13% menyatakan setuju dan 11,30% menyatakan kurang setuju.

3) Daya tanggap

Indikator keandalan di kembangkan menjadi dua butir pertanyaan. Respon konsumen toko bangunan ñ95ò ditampilkan pada tabel di bawah ini

Tabel 4.6 Hasil Analisis Deskriptif Indikator Daya Tanggap

No	Jawaban Responden	Frekuensi	%
1	Sangat Setuju	23	20,00
2	Setuju	63	54,78
3	Cukup Setuju	13	11,30
4	Kurang Setuju	16	13,91
5	Sangat Tidak Setuju	0	0,00
	Jumlah	115	100

Sumber : Data primer diolah 2011

Dari tabel 4.6 sebagian besar responden menyatakan setuju bahwa toko bangunan ñ95ò memiliki karyawan yang tanggap terhadap pelanggan. Hal ini terlihat dari 115 responden, 20,00% menyatakan sangat setuju, 54,78% menyatakan setuju dan 11,30% menyatakan cukup setuju.

4) Jaminan

Indikator jaminan di kembangkan menjadi dua butir pertanyaan. Respon konsumen toko bangunan ñ95ò ditampilkan pada tabel di bawah ini.

PDF Complete
Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

Tabel 4.7 Hasil Analisis Deskriptif Indikator Jaminan

No	Jawaban Responden	Frekuensi	%
1	Sangat Setuju	41	35,65
2	Setuju	43	37,39
3	Cukup Setuju	17	14,78
4	Kurang Setuju	14	12,17
5	Sangat Tidak Setuju	0	0,00
	Jumlah	115	100

Sumber : Data primer diolah 2011

Dari tabel 4.7 sebagian besar responden menyatakan setuju bahwa toko bangunan ñ95ò memiliki jaminan atas produk yang ditawarkan. Hal ini terlihat dari 115 responden, 35,65% menyatakan sangat setuju, 37,39% menyatakan setuju dan 12,17% menyatakan kurang setuju.

5) Perhatian

Indikator perhatian di kembangkan menjadi tiga butir pertanyaan. Respon konsumen toko bangunan ñ95ò ditampilkan pada tabel di bawah ini

Tabel 4.8 hasil analisis deskriptif indikator perhatian

No	Jawaban Responden	Frekuensi	%
1	Sangat Setuju	47	40,87
2	Setuju	34	29,57
3	Cukup Setuju	29	25,22
4	Kurang Setuju	5	4,35
5	Sangat Tidak Setuju	0	0,00
	Jumlah	115	100

Sumber : Data primer diolah 2011

Dari tabel 4.8 sebagian besar responden menyatakan sangat setuju bahwa toko bangunan ñ95ò mempunyai perhatian kepada konsumen. Hal ini terlihat dari

PDF Complete
Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

115 responden, 40,87% menyatakan sangat setuju, 29,57% menyatakan setuju dan 4,35% menyatakan kurang setuju.

b. Variabel harga

Untuk pengukuran variabel harga digunakan pendapat responden mengenai harga toko bangunan ñ95ò. Variabel harga di kembangkan menjadi tiga butir pertanyaan. Respon konsumen toko bangunan ñ95ò ditampilkan pada tabel di bawah ini

Tabel 4.9 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Harga

No	Jawaban Responden	Frekuensi	%
1	Sangat Setuju	18	15,65
2	Setuju	69	60,00
3	Cukup Setuju	15	13,04
4	Kurang Setuju	13	11,30
5	Sangat Tidak Setuju	0	0,00
	Jumlah	115	100

Sumber : Data primer diolah 2011

Dari tabel 4.9 sebagian besar responden menyatakan setuju bahwa toko bangunan ñ95ò memiliki harga yang sesuai keinginan pelanggan. Hal ini terlihat dari 115 responden, 15,65% menyatakan sangat setuju, 60,00% menyatakan setuju dan 11,30% menyatakan kurang setuju.

c. Variabel kepuasan pelanggan

Untuk pengukuran variabel kepuasan pelanggan digunakan pendapat responden mengenai kepuasan terhadap toko bangunan ñ95ò. Variabel kepuasan pelanggan di kembangkan menjadi tiga butir pertanyaan. Respon konsumen toko bangunan ñ95ò ditampilkan pada tabel di bawah ini

PDF Complete
Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

Tabel 4.10 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan

No	Jawaban Responden	Frekuensi	%
1	Sangat Setuju	24	20,87
2	Setuju	62	53,91
3	Cukup Setuju	13	11,30
4	Kurang Setuju	16	13,91
5	Sangat Tidak Setuju	0	0,00
	Jumlah	115	100

Sumber : Data primer diolah 2011

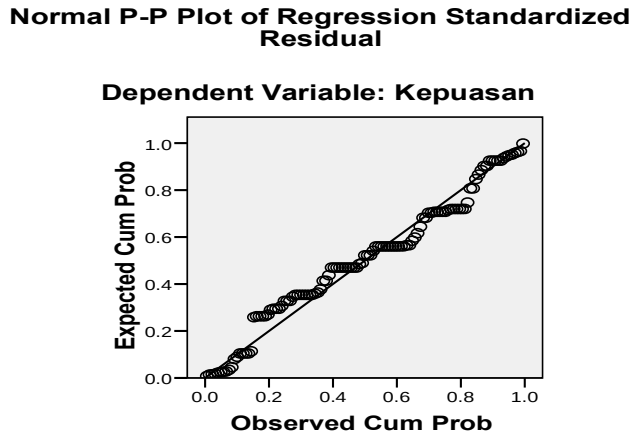
Dari tabel 4.10 sebagian besar responden menyatakan setuju bahwa toko bangunan ñ95ò memuaskan keinginan pelanggannya. Hal ini terlihat dari 115 responden, 20,87% menyatakan sangat setuju, 53,91% menyatakan setuju dan 11,30% menyatakan cukup setuju.

4.2.2.2 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Untuk menguji apakah distribusi data normal atau tidak, salah satu cara melihat normalitas adalah melihat histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal (Ghozali, 2005:31). Hasil output SPSS untuk uji normalitas dengan analisis grafik adalah sebagai berikut:

Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features



Gambar 4.1 Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan dengan variabel independen lain dalam satu model.

Deteksi multikolinieritas pada suatu model dapat dilihat dari beberapa hal, antara lain:

1) Jika nilai *variance inflation faktor* (VIF) tidak lebih dari 10 dan nilai *tolerance* tidak kurang dari 0,1 maka dapat dikatakan bebas dari multikolinieritas.
2) Jika nilai koefisien korelasi antar masing-masing variabel independen kurang dari 0,70 maka model dapat dinyatakan bebas dari asumsi klasik multikolinieritas.
3) Jika nilai koefisien determinan, baik dilihat dari R^2 maupun R *square* diatas 0,60 namun tidak ada variabel independen yang berpengaruh

Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

terhadap variabel dependen maka ditengarai model terkena multikolinieritas.

Tabel 4.11 Uji Multikolinieritas Data Penelitian

Coefficients[a]

Model		Correlations			Collinearity Statistics	
		Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	Kualitas Pelayanan	.596	.329	.187	.717	1.394
	Harga	.824	.745	.599	.717	1.394

a. Dependent Variable: Kepuasan

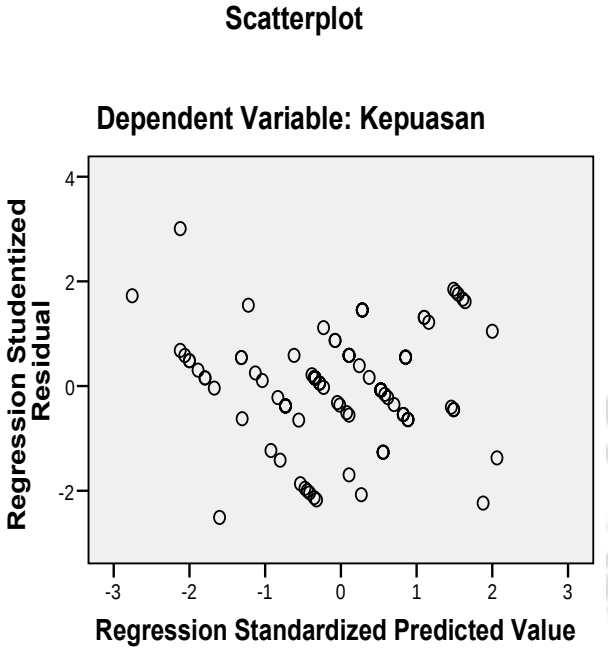
Sumber: Data Primer yang diolah tahun 2011

Dari Hasil pengujian diperoleh nilai VIF untuk variabel faktor Kualitas Pelayanan dan Harga adalah 1,394 dan nilai trsebut jauh dari 10, dengan demikian dapat disimpulkan tidak ada multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas di maksudkan untuk mendeteksi gangguan yang diakibatkan faktor-faktor dalam model regresi tidak memiliki varians yang sama. Jika varians berbeda disebut homoskedastisitas, model regresi yang baik jika tidak terjadi heteroskedastisitas. Pengujian heteroskedasisitas dilakukan dengan menggunakan scatter plot. Jika tidak terdapat pola tertentu menunjukkan bahwa model regresi tersebut bebas dari masalah heteroskedastisitas. Adapun grafik hasil ujicoba heteroskedastisitas adalah sebagai berikut.

Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features



Gambar 4.2 Grafik Scatterplot uji Heteroskedastisitas

Gambar tersebut menunjukkan bahwa titik-titik yang menyebar secara acak, tidak membentuk pola tertentu serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y, dengan demikian maka dapat dinyatakan bahwa data tersebut bebas dari gejala heteroskedastisitas.

4.2.2.3 Analisis Regresi Berganda

Dalam melakukan analisis faktor Kualitas Pelayanan (X_1) dan Harga (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Toko Bahan Bangunan ñ95ò, digunakan analisis regresi berganda.

PDF Complete
Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

Tabel 4.12 Hasil Analisis Regresi Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.675	.567		4.720	.000
	Kualitas Pelayanan	.042	.011	.220	3.687	.000
	Harga	.579	.049	.707	11.831	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber : Data Primer yang diolah tahun 2011

Berdasarkan tabel 4.2 maka dapat dijelaskan bahwa X_1= 0,042 dan X_2 = 0,579 diperoleh model persamaan regresi adalah y = 2,675+ 0,042 X_1 - 0,579X_2

Persamaan regresi tersebut memiliki makna sebagai berikut:

a. Konstanta sebesar 2,675 artinya jika nilai kualitas pelayanan dan harga dianggap tetap, maka kepuasan konsumen sebesar 2,675 poin
b. Koefisien regresi X_1 sebesar 0,042 artinya jika nilai Kualitas Pelayanan mengalami kenaikan sebesar 1 (satu) poin sementara harga diasumsikan tetap, maka akan menyebabkan kenaikan kepuasan pelanggan sebesar 0,042.
c. Koefisien regresi X_2 sebesar 0,579 artinya jika nilai harga mengalami kenaikan 1 (satu) poin sementara Kualitas Pelayanan diasumsikan tetap, maka akan menyebabkan turunnya kepuasan pelanggan sebesar 0,579.

4.2.2.4 Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Berdasarkan tabel 4.12 maka diperoleh variabel Kualitas Pelayanan t_{hitung} = 3,687 dengan nilai signifikansi 0,000 <0,05, ini berarti H_1 yang menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Toko Bahan Bangunan ñ95ò diterima.

PDF Complete
Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

Sedangkan variabel harga t_{hitung} = 11,831 dengan nilai signifikansi 0,000 <0,05, ini berarti H_2 yang menyatakan harga berpengaruh terhadap kepuasan kepuasan pelanggan Toko Bahan Bangunan ñ95ò diterima.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji hipotesis secara simultan (Uji F) antara variabel bebas dalam hal ini Kualitas Pelayanan (X_1) dan harga (X_2) terhadap kepuasan pelanggan Toko Bahan Bangunan ñ95ò. Hasil analisis uji F dapat dilihat dalam tabel berikut ini.

Tabel 4.13 Hasil Analisis Uji F (Secara Simultan)

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	216.682	2	108.341	139.327	.000[a]
	Residual	87.092	112	.778		
	Total	303.774	114			

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

b. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber : Data Primer yang diolah tahun 2011

Hasil perhitungan dengan meaggunakan progam SPSS dapat diketahui bahwa F_{hitung} = 139,327 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05, ini berarti H_3 yang menyatakan ada pengaruh Kualitas Pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan Toko Bahan Bangunan ñ95ò diterima.

PDF Complete
Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

4.2.2.5 Uji Koefisien Determinasi R^2

Tabel 4.14 Uji Koefisien Determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics
					Sig. F Change
1	.845[a]	.713	.708	.88182	.000

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

b. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber: Data Primer yang diolah tahun 2011

Dari tabel di atas dapat dilihat adjusted R square sebesar 0,708 atau sebesar 70,8%. Hal ini berarti bahwa pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan kepuasan pelanggan Toko Bahan Bangunan ñ95ò sebesar 70,8 %.

4.3 Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis data dari uji simultan dan uji parsial, dapat diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan dah harga pada toko bangunan ñ95ò mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yang dibuktikan dari uji analisis regresi. Bentuk pengaruh dari kualitas pelayanan dan harga dengan kepuasan pelanggan tersebut dapat digambarkan dengan persamaan regresi yang diperoleh nilai koefisien regresi yang bertanda positif, hal tersebut menunjukkan bahwa antar kualitas pelayanan dan harga mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa jika variabel kualitas pelayanan ditingkatkan satu point, maka akan diikuti dengan meningkatnya kepuasan pelanggan. Jika harga ditingkatkan satu point maka akan

PDF Complete
Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

diikuti menurunya kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, untuk menjamin kepuasan pelanggan dapat terwujud, salah satu upaya yang dapat dilakukan oleh pemilik toko bangunan ñ95ò yaitu dengan menjamin kualitas pelayanan untuk tetap baik dan menjamin harga yang sesuai dengan harapan pelanggan, karena kontribusi dari kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan cukup besar.

Secara umum dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan dan harga merupakan faktor yang penting agar diperoleh tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi. Hal ini ditunjukkan dari hasil simultan yang diperoleh dari kedua variabel yaitu kualitas pelayanan dan harga yang signifikan, yang berarti ada pengaruh yang antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan.besarnya pengaruh dari kedua variabel ini cukup besar, yaitu 70,8% dan sisanya yaitu 29,2% dari kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini.

Dari hasil analisis kualitas pelayanan dapat diketahui bahwa pelayanan yang diberikan toko bangunan ñ95ò termasuk dalam kategori baik yang sesuai dengan pernyataan sebagian besar responden. Hal ini sesuai dengan pendapat Lupiyoadi (2006:176) yang menyatakan bahwa kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Karena citra kualitas yang baik bukan bukan dilihat dari persepsi pihak penyedia, melainkan berdasarkan persepsi pelanggan. Sedangkan persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu produk.

PDF Complete
Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

Menurut sebagian besar responden, bukti fisik pada toko bangunan ñ95ò termasuk dalam kategori baik, hal ini dapat dilihat dari kondisi bangunan yang luas dan kokoh, lokasi yang strategis, adanya nota pembelian, karyawan yang rapi dan papan nama toko yang terlihat jelas. Disamping itu toko bangunan ñ95ò juga cepat dalam melayani pembelian, cermat dalam menyelesaikan transaksi pembayaran, cdalam melayani pelanggan dan tanggap terhadap masalah yang dihadapi pelanggan. Jika dilihat dari aspek jaminan dan empati atau perhatian, menurut pernyataan sebagian besar responden toko bangunan ñ95ò mudah dihubungi, mampu menjelaskan masalah yang dihadapi pelanggan, karyawan yang bersemangat dalam bekerja, karyawan mampu memberikan informasi yang jelas kepada pembeli dan mengucapkan terima kasih setelah transaksi jual beli. Namun dari kelima indikator variabel kualitas pelayanan yang memiliki persentase paling sedikit adalah jaminan dengan nilai persentase sebesar 37,39%.

Sedangkan harga yang disediakan toko bangunan ñ95ò termasuk dalam kategori baik, hal ini dapat dilihat dari harga yang terjangkau, harga yang lebih murah dibanding pesaingnya dan harga sesuai dengan kualitas barang. Dalam penetapan harga pelu diperhatikan daya beli pelanggan, karena harga erat kaitannya dengan perspektif pelanggan. Pelanggan langsung merasakan perubahan harga yang ditawarkan. Hal ini sesuai dengan pernyataan sumarni (2000:281) yaitu penetapan harga bukan merupakan pekerjaan yang mudah. Seringkali perusahaan menetapkan harga terlalu berorientasi pada biaya dan kurang meninjau perubahan pasar. Oleh karena itu dalam menetapkan harga perlu diperhatikan pula daya beli pelanggannya agar pelanggan tidak beralih pada toko

PDF Complete
Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

bangunan yang lain. Kenaikan harga yang dilakukan toko bangunan ñ95ò dikarenakan jumlah barang yang diminta lebih sedikit dibandingkan dengan stok barang yang ada, atau bisa dikatakan adanya kelangkaan barang. Untuk mengimbangi hal itu agar diterima oleh pelanggan, toko bangunan ñ95ò memperhatikan kualitas barang yang ditawarkannya agar kenaikan tersebut tidak menjadi suatu bentuk kekecewaan bagi konsumen.

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
PERPUSTAKAAN
UNNES

Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat diambil simpulan sebagai berikut :

1. Ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan toko bangunan ñ95ò. Besarnya pengaruh tersebut yaitu 3,687 yang berarti jika kualitas pelayanan meningkat maka tingkat kepuasan pelanggan semakin tinggi.
2. Ada pengaruh yang signifikan harga terhadap kepuasan pelanggan toko bangunan ñ95ò. Besarnya pengaruh tersebut yaitu 11,831 yang berarti jika harga meningkat tingkat kepuasan pelanggan akan semakin menurun.
3. Diantara variabel kualitas pelayanan dan harga, yang berpengaruh paling kecil terhadap kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan sebesar 0,042. Sedangkan harga berpengaruh cukup besar terhadap kepuasan pelanggan, yaitu sebesar 0,579.
4. Kualitas pelayanan, dan harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Besarnya pengaruh tersebut yaitu 70,8% yang berarti bahwa kualitas pelayanan dan harga mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap kepuasan pelanggan dibandingkan faktor lainnya yang besarnya 29,2% dan tidak diteliti dalam penelitian ini.

PDF Complete
Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

5.2 Saran

Saran yang dapat diajukan berdasarkan dari simpulan diatas adalah sebagai berikut

5.2.1 Bagi Pihak Usaha Bahan Bangunan Sembilan Lima

1. Pemilik toko bangunan ñ95ò hendaknya memperhatikan kembali kualitas pelayanannya khususnya pada aspek jaminan karyawan yang masih kurang mampu dalam menjelaskan masalah yang dihadapi oleh pelanggan. Hendaknya karyawan dibekali pengetahuan yang cukup terkait dengan bahan-bahan yang dibutuhkan dalam bangunan misalnya tentang semen, kayu, paku dan lain-lain.
2. Selain kualitas pelayanan, pemilik juga hendaknya memperhatikan harga yang ditawarkan atas barang yang dijualnya, harga yang ditawarkan bila mengalami perubahan hendaknya diberitahukan agar pelanggan tidak kecewa atas perubahan harga barang yang ditawarkan. Perubahan ini juga harus di iringi dengan kualitas barang yang ditawarkan harus sesuai dengan keinginan pelanggan.
3. Bagi peneliti yang akan datang disarankan untuk dapat menambahkan variabel lain yang diduga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, seperti lokasi, kualitas produk, promosi. Sehingga diperoleh informasi secara lengkap terkait dengan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan Usaha Bahan Bangunan Sembilan Lima di Kecamatan Gunungpati.

PDF Complete
Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

DAFTAR PUSTAKA

Arikunto, Suharsimi. 1998. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik.* Jakarta:PT. Rineka Cipta.

Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik.* Jakarta:PT. Rineka Cipta.

Ghozali, imam. 2001. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS.* Semarang : Badan Penerbitan Universitas Diponegoro.

Iglesias, Guillen. 2004. Perceived Quality and Price: Their Impact on The Satisfaction of Restaurant Customers. *International Journal of Contemporary Hospitality Menagement*, Volume 16 Number 6. Pp 373-379. Emerald Group Publising Limited.

Kotler, Philip, 1996, *Manajemen Pemasaran,* Jakarta: Erlangga.

Lupiyoadi, Rambat. 2006. *Manajemen pemasaran jasa*. Jakarta: Salemba Empat

Qin, Prybutok, dkk. 2010. Perceived service quality in fast food restaurants: empirical evidence from china. *International Journal of Quality and Reliability Management*. Volume 27 no. 4. Pp 424-437.

Rangkuti, Freddy. 2006. *Measuring Customer Satisfaction*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Santoso, Singgih. 2010. *Statistik Parametrik*. Jakarta: PT Elex Komputindo.

Soemantri, Ating dan Ali Muhidin. 2006. *Aplikasi Statistika Dalam Penelitian*. Bandung: Pustaka Setia

Sudjana. 2002. *Metoda Statistika*. Bandung: Tarsito.

Sugiyono. 2007. *Statistika Untuk Penelitian.* Bandung: CV ALFABETA

Sukirno, Sadono. 2006. Mikro Ekonomi. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Sumarni, Murti. 2000. *Pengantar Bisnis*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.

Sutrisno. 2001. *Statistika Jilid 2*. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.

Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

Tjiptono, Fandy, dkk. 2003. *Total Quality Managemen*. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.

Tjiptono, Fandy. 2004. *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
PERPUSTAKAAN
UNNES

PDF Complete
Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG (UNNES)
FAKULTAS EKONOMI (FE)
JURUSAN MANAJEMEN
Alamat : Gedung C-6, Kampus Sekaran Gunungpati,
Semarang, Telp. 700778922,
Telp/Fax. (024) 8508015, e-mail : Ekonomi @ unnes.ac.id

Kepada Yth,
Bapak/Ibu/Saudara/i Responden
Di tempat

Dengan Hormat,
Pengirim Kuesioner ini, saya:
Nama : Eko Yuwananto
Pekerjaan : Mahasiswa, Jurusan Manajemen, FE UNNES

Bermaksud melakukan penelitian dengan judul ñ**Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Usaha Bahan Bangunan Sembilan Lima di Kecamatan Gunungpati**ñ. Untuk itu kami kami mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i sebagai pelanggan Usaha Bahan Bangunan Sembilan Lima di Kecamatan Gunungpati untuk berpartisipasi dalam penelitian ini dengan mengisi kuesioner yang terlampir.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai masukan Usaha Bahan Bangunan Sembilan Lima di Kecamatan Gunungpati dan usaha bahan bangunan lain yang berkaitan dengan pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan agar dapat mengoptimalkan kinerja pemasaran. Serta bagi aktivitas Akademik perguruan Tinggi Negeri dan Swasta untuk menambah pengetahuan dan referensi tentang pemasaran. Untuk itu kami berharap Bapak/Ibu/Saudara/i merelakan waktu sejenak untuk memberikan informasi dengan mengisi kuesioner ini.

Data yang kami perlukan merupakan persepsi Bapak/Ibu/Saudara/i dan bukan merupakan rahasia lembaga. Sesuai dengan etika penelitian, kami akan menjaga kerahasiaan jawaban responden dan besar harapan kami agar Bapak/Ibu/Saudara/i dapat mengembalikan kuesioner ini segera setelah pengisian selesai.

Atas kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi kuesioner ini, kami ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

Eko Yuwananto
NIM. 3352404031

PDF Complete
Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

DAFTAR PERNYATAAN

No :é é é

IDENTITAS RESPONDEN

Jenis Kelamin : ( ) Laki-laki ( ) Perempuan
Umur :
Pekerjaan :

Dibawah ini disajikan pernyataanï pernyataan mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Bangunan ñ95ò di kecamatan gunungpati.

Silahkan membubuhkan tanda (X) pada kolom yang sesuai dengan pendapat anda.

Keterangan :

-SS (Sangat Setuju)....., diberi skor 5
-S (Setuju)....., diberi skor 4
-KS (Kurang Setuju)....., diberi skor 3
-TS (Tidak Setuju)....., diberi skor 2
-STS (Sangat Tidak Setuju)....., diberi skor 1

PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
KUALITAS PELAYANAN (X_1) A. Bukti Fisik 1. Toko bangunan ñ95ò memiliki bangunan yang luas dan kokoh 2. Lakasi yang strategis dan mudah dijangkau 3. Toko bangunan ñ95ò menyediakan dan memberikan nota pembelian 4. Karyawan toko bangunan ñ95ò berseragam rapi dan bersih 5. Papan nama took bangunan ñ95ò terlihat jelas B. Keandalan 6. Pembelian barang pada Toko Bangunan ñ95ò dapat dilakukan dengan cepat 7. Toko Bangunan ñ95ò cermat dalam menyelesaikan transaksi pembayaran C. Daya Tanggap 8. Karyawan Toko Bangunan ñ95ò melayani pembeli yang baru datang dengan cepat					

PDF Complete
Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

9. Karyawan toko bangunan ñ95ò selalu tanggap terhadap masalah yang dihadapi pelanggan D. Jaminan 10. Kemudahan bagi pelanggan untuk menghubungi took bangunan ñ95ò guna menyampaikan saran, kritik, komentar, pertanyaan dan keluhan 11. Karyawan Toko Bangunan ñ95ò mampu dalam menjelaskan masalah pelanggan E. Perhatian 12. Karyawan Toko bangunan ñ95ò menunjukkan sikap bersemangat dalam bekerja 13. Karyawan toko bangunan ñ95ò dapat memberikan informasi yang jelas kepada setiap pembeli 14. Karyawan toko bangunan ñ95ò mengucapkan terima kasih kepada pelanggan setelah transaksi jual beli selesai					
HARGA (X_2) 15. Harga yang ditawarkan toko bangunan ñ95ò terjangkau 16. Harga yang ditawarkan toko bangunan ñ95ò lebih murah dibandingkan usaha bahan bangunan lainnya 17. Harga yang ditawarkan oleh toko bangunan ñ95ò sesuai dengan kualitas barang yang dijual					
KEPUASAN PELANGGAN (Y) 1. Pelanggan merekomendasikan toko bangunan ñ95ò kepada konsumen lainnya 2. Pelangan mempromosikan toko bangunan ñ95ò kepada konsumen lainnya 3. Pelanggan memuji toko bangunan ñ95ò setelah transaksi jual beli					

Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features
PDF Complete
Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.

UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS TABULASI HASIL UJI COBA INSTRUMEN

RESPONDEN	Kualitas Pelayanan														Jumlah	Harga			Jumlah	Kepuasan			Jumlah
	Bukti Fisik					Keandalan		Daya tanggap		Jaminan		Perhatian											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14		15	16	17		18	19	20	
1	5	4	4	3	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	59	5	3	4	12	3	4	4	11
2	4	4	5	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	58	4	3	4	11	4	4	4	12
3	2	3	3	2	2	3	2	3	2	2	3	4	2	3	36	4	2	2	8	3	3	3	9
4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	53	4	3	4	11	3	3	3	9
5	4	4	5	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	53	4	3	4	11	3	3	3	9
6	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	38	2	3	4	9	2	2	3	7
7	4	5	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	57	4	3	4	11	3	4	4	11
8	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	58	4	3	4	11	3	4	4	11
9	4	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	58	5	4	4	13	3	4	4	11
10	4	5	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	58	4	4	4	12	4	4	4	12
11	5	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	58	3	3	3	9	4	3	3	10
12	4	4	4	3	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	57	3	3	4	10	3	4	4	11
13	4	4	5	3	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	62	4	5	5	14	4	4	4	12
14	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	60	4	4	4	12	4	4	5	13
15	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	5	4	3	4	51	4	4	5	13	4	3	2	9
16	4	5	5	3	4	3	4	3	4	3	2	3	4	5	52	4	4	3	11	5	4	3	12
17	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	66	5	4	5	14	4	5	5	14
18	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	59	3	3	4	10	4	4	3	11
19	4	3	4	4	5	3	4	4	3	5	3	4	3	4	53	5	3	4	12	5	4	5	14
20	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	55	5	4	4	13	4	4	5	13
21	3	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	58	5	4	4	13	4	5	5	14
22	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	55	5	4	4	13	4	4	5	13
23	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	56	4	5	4	13	4	4	4	12
24	3	5	4	5	4	3	5	4	4	4	3	5	3	5	57	4	4	4	12	4	5	4	13
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56	4	4	4	12	4	4	4	12
26	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	62	5	5	5	15	4	4	5	13
27	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	61	4	4	4	12	5	5	4	14
28	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	41	3	4	3	10	3	4	3	10
29	4	4	4	4	3	4	4	3	5	3	4	4	4	4	54	5	5	3	13	3	4	5	12
30	5	3	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	62	5	4	5	14	4	4	5	13
$\sum X$	118	124	125	106	120	116	119	118	119	118	113	124	119	124		124	111	119		111	117	119	
$\sum X^2$	13924	15376	15625	11236	14400	13456	14161	13924	14161	13924	12769	15376	14161	15376		15376	12321	14161		12321	13689	14161	
rxy	0.673	0.629	0.580	0.577	0.739	0.789	0.789	0.800	0.809	0.725	0.542	0.710	0.648	0.665		0.749	0.787	0.713		0.722	0.872	0.813	
r tabel	0,361	0,361	0,361	0,361	0,361	0,361	0,361	0,361	0,361	0,361	0,361	0,361	0,361	0,361		0,361	0,361	0,361		0,361	0,361	0,361	
Kriteria	VALID	VALID	VALID	VALID	VALID	VALID	VALID	VALID	VALID	VALID	VALID	VALID	VALID	VALID		VALID	VALID	VALID		VALID	VALID	VALID	
$\Sigma\sigma_b^2$	0.547	0.671	0.351	0.671	0.483	0.464	0.309	0.340	0.585	0.685	0.392	0.464	0.447	0.464	6.875	0.602	0.562	0.447	1.611	0.493	0.438	0.723	1.654
σ_t^2															45.082				2.717				3.151
$\Sigma\sigma_b^2 / \sigma_t^2$															0.152				0.593				0.525
$1-\Sigma\sigma_b^2 / \sigma_t^2$															0.848				0.407				0.475
k / k-1															1.077				1.500				1.500
r_{11}															0.913				0.610				0.713
r tabel															0.60				0.60				0.60
Kriteria															RELIABEL				RELIABEL				RELIABEL

PDF Complete
Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

Tabel r untuk df = 1 - 50

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

PDF Complete
Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

Correlations

		BF1	BF2	BF3	BF4	BF5	K1	K2	DT1	DT2	J1	J2	PR1	PR2	PR3	Kualitas Pelayanan
BF1	Pearson Correlation	1	.300	.341	.118	.604**	.597**	.497**	.469**	.484**	.443*	.412*	.429*	.623**	.223	.673**
	Sig. (2-tailed)		.108	.065	.536	.000	.000	.005	.009	.007	.014	.024	.018	.000	.236	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
BF2	Pearson Correlation	.300	1	.450*	.301	.363*	.342	.464**	.308	.558**	.370*	.130	.399*	.386*	.585**	.629**
	Sig. (2-tailed)	.108		.013	.106	.048	.065	.010	.098	.001	.044	.494	.029	.035	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
BF3	Pearson Correlation	.341	.450*	1	.166	.419*	.399*	.541**	.433*	.546**	.305	.016	.285	.450*	.370*	.580**
	Sig. (2-tailed)	.065	.013		.381	.021	.029	.002	.017	.002	.101	.935	.127	.013	.044	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
BF4	Pearson Correlation	.118	.301	.166	1	.485**	.255	.570**	.436*	.415*	.461*	.251	.362*	.097	.548**	.577**
	Sig. (2-tailed)	.536	.106	.381		.007	.173	.001	.016	.023	.010	.181	.049	.612	.002	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
BF5	Pearson Correlation	.604**	.363*	.419*	.485**	1	.510**	.536**	.596**	.454*	.720**	.159	.364*	.445*	.437*	.739**
	Sig. (2-tailed)	.000	.048	.021	.007		.004	.002	.001	.012	.000	.403	.048	.014	.016	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
K1	Pearson Correlation	.597**	.342	.399*	.255	.510**	1	.443*	.758**	.719**	.412*	.571**	.708**	.671**	.337	.789**
	Sig. (2-tailed)	.000	.065	.029	.173	.004		.014	.000	.000	.024	.001	.000	.000	.069	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
K2	Pearson Correlation	.497**	.464**	.541**	.570**	.536**	.443*	1	.631**	.646**	.519**	.373*	.558**	.461*	.467**	.789**
	Sig. (2-tailed)	.005	.010	.002	.001	.002	.014		.000	.000	.003	.042	.001	.010	.009	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
DT1	Pearson Correlation	.469**	.308	.433*	.438*	.596**	.758**	.631**	1	.613**	.562**	.428*	.717**	.525**	.370*	.800**
	Sig. (2-tailed)	.009	.098	.017	.016	.001	.000	.000		.000	.001	.018	.000	.003	.044	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
DT2	Pearson Correlation	.484**	.558**	.546**	.415*	.454*	.719**	.646**	.613**	1	.378*	.343	.604**	.605**	.472**	.809**
	Sig. (2-tailed)	.007	.001	.002	.023	.012	.000	.000	.000		.040	.063	.000	.000	.008	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
J1	Pearson Correlation	.443*	.370*	.305	.461*	.720**	.412*	.519**	.562**	.378*	1	.501**	.383*	.245	.628**	.725**
	Sig. (2-tailed)	.014	.044	.101	.010	.000	.024	.003	.001	.040		.005	.037	.192	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
J2	Pearson Correlation	.412*	.130	.016	.251	.159	.571**	.373*	.428*	.343	.501**	1	.480**	.393*	.237	.542**
	Sig. (2-tailed)	.024	.494	.935	.181	.403	.001	.042	.018	.063	.005		.007	.032	.207	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PR1	Pearson Correlation	.429*	.399*	.285	.362*	.364*	.708**	.558**	.717**	.604**	.383*	.480**	1	.237	.406*	.710**
	Sig. (2-tailed)	.018	.029	.127	.049	.048	.000	.001	.000	.000	.037	.007		.207	.026	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PR2	Pearson Correlation	.623**	.386*	.450*	.097	.445*	.671**	.461*	.525**	.605**	.245	.393*	.237	1	.237	.648**
	Sig. (2-tailed)	.000	.035	.013	.612	.014	.000	.010	.003	.000	.192	.032	.207		.207	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PR3	Pearson Correlation	.223	.585**	.370*	.548**	.437*	.337	.467**	.370*	.472**	.628**	.237	.406*	.237	1	.665**
	Sig. (2-tailed)	.236	.001	.044	.002	.016	.069	.009	.044	.008	.000	.207	.026	.207		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	.673**	.629**	.580**	.577**	.739**	.789**	.789**	.800**	.809**	.725**	.542**	.710**	.648**	.665**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.002	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

PDF Complete
Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

Correlations

		H1	H2	H3	Harga
H1	Pearson Correlation	1	.367*	.275	.749**
	Sig. (2-tailed)		.046	.142	.000
	N	30	30	30	30
H2	Pearson Correlation	.367*	1	.392*	.787**
	Sig. (2-tailed)	.046		.032	.000
	N	30	30	30	30
H3	Pearson Correlation	.275	.392*	1	.713**
	Sig. (2-tailed)	.142	.032		.000
	N	30	30	30	30
Harga	Pearson Correlation	.749**	.787**	.713**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

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

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

PDF Complete
Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

Correlations

		KP1	KP2	KP3	Kepuasan Pelanggan
KP1	Pearson Correlation	1	.527**	.271	.722**
	Sig. (2-tailed)		.003	.147	.000
	N	30	30	30	30
KP2	Pearson Correlation	.527**	1	.607**	.872**
	Sig. (2-tailed)	.003		.000	.000
	N	30	30	30	30
KP3	Pearson Correlation	.271	.607**	1	.813**
	Sig. (2-tailed)	.147	.000		.000
	N	30	30	30	30
Kepuasan Pelanggan	Pearson Correlation	.722**	.872**	.813**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

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

PDF Complete
Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

Reliabilitas Kualitas Pelayanan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.913	.916	14

Reliabilitas Harga

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.610	.612	3

Reliabilitas Kepuasan Pelanggan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.713	.725	3

PDF Complete
Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

TABULASI DATA HASIL PENELITIAN

No	Kualitas Pelayanan										
	Bukti Fisik					Keandalan		Daya tanggap		Jaminan	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1	4	3	3	3	4	4	2	3	4	3	3
2	4	5	4	3	4	4	4	4	4	5	4
3	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	4	3	5	5	4	4	4	4	4
5	4	4	5	3	4	4	4	4	4	5	4
6	4	2	2	3	3	2	3	3	4	3	3
7	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3
8	4	4	4	4	3	4	4	3	5	3	4
9	5	3	4	4	4	5	5	5	4	4	5
10	3	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5
11	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
12	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
13	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3
14	4	4	4	4	3	4	4	3	5	3	4
15	5	3	4	4	4	5	5	5	4	4	5
16	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3
17	4	5	3	3	4	3	3	4	3	5	4
18	5	5	4	3	4	4	4	4	3	3	4
19	5	4	4	3	5	5	4	4	4	4	4
20	4	4	5	3	4	4	4	4	4	5	4
21	4	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2
22	4	5	4	3	4	4	4	4	4	5	4
23	5	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4
24	4	4	4	3	5	4	4	4	4	5	4
25	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5
26	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3
27	4	5	4	3	4	4	4	4	4	5	4
28	5	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4
29	4	4	4	3	5	4	4	4	4	5	4
30	4	5	4	3	4	4	4	4	4	5	4
31	5	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4
32	4	4	4	3	5	4	4	4	4	5	4
33	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3
34	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5
35	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
36	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
37	4	5	5	3	4	3	4	3	4	3	2
38	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
39	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4

PDF Complete
Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

No	Kualitas Pelayanan										
	Bukti Fisik					Keandalan		Daya tanggap		Jaminan	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
40	4	5	4	3	4	4	4	4	4	5	4
41	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2
42	4	4	4	3	3	4	4	3	3	2	3
43	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3
44	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2
45	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5
46	2	3	2	2	3	4	2	3	2	3	3
47	4	5	4	3	4	4	4	4	4	5	4
48	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4
49	5	4	4	3	5	5	4	4	4	4	4
50	4	4	5	3	4	4	4	4	4	5	4
51	2	3	2	3	3	2	3	2	2	3	3
52	4	5	4	3	4	4	4	4	4	5	4
53	5	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4
54	4	4	4	3	5	4	4	4	4	5	4
55	4	4	3	3	3	4	4	3	2	3	3
56	4	2	3	3	3	4	3	4	2	3	3
57	4	4	3	3	3	2	3	3	2	3	3
58	5	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4
59	4	4	4	3	5	4	4	4	4	5	4
60	4	5	4	3	4	4	4	4	4	5	4
61	5	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4
62	4	4	4	3	5	4	4	4	4	5	4
63	4	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3
64	4	3	3	3	4	3	4	2	4	3	3
65	4	4	3	2	4	3	3	2	3	3	3
66	3	5	3	2	3	3	2	3	3	2	3
67	34	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3
68	4	4	5	3	4	4	4	4	4	5	4
69	3	3	3	3	2	3	4	3	3	2	3
70	5	5	5	5	5	5	3	3	4	4	4
71	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4
72	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
73	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4
74	4	5	5	3	4	3	4	3	3	2	3
75	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4
76	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
77	4	5	4	3	4	4	4	4	4	5	4
78	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3
79	4	4	4	3	5	4	4	4	4	5	4
80	4	5	4	3	4	4	4	4	4	5	4
81	3	4	4	3	3	2	2	2	2	3	3

PDF Complete
Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

No	Kualitas Pelayanan										
	Bukti Fisik					Keandalan		Daya tanggap		Jaminan	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
82	4	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3
83	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	3
84	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3
85	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3
86	4	4	4	4	3	4	4	3	5	3	4
87	5	3	4	4	4	5	5	5	4	4	5
88	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4
89	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
90	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
91	4	5	5	3	4	3	4	3	4	3	2
92	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4
93	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
94	4	4	5	3	4	4	4	4	4	3	3
95	4	3	3	3	4	3	2	3	3	2	3
96	4	4	3	2	3	3	2	3	3	3	3
97	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5
98	4	5	4	3	4	4	4	4	4	5	4
99	5	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4
100	4	4	4	3	5	4	4	4	4	5	4
101	5	4	4	3	5	5	4	4	4	4	4
102	4	4	5	3	4	4	4	4	4	5	4
103	2	3	2	2	2	3	3	2	3	2	3
104	3	2	3	3	2	3	3	2	2	2	2
105	4	3	4	3	4	3	4	2	2	3	3
106	5	5	2	3	3	2	3	3	2	3	4
107	3	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5
108	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
109	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
110	4	5	4	3	4	4	4	4	4	5	4
111	5	3	4	3	4	3	3	2	2	3	4
112	4	4	4	3	5	4	4	4	4	5	4
113	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3
114	4	3	4	4	2	4	3	3	3	3	4
115	5	3	4	4	4	5	5	5	4	4	5

PDF Complete
Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

TABULASI DATA HASIL PENELITIAN

No	Perhatian			Jumlah	Harga			Jumlah	Kepuasan			Jumlah
	12	13	14		15	16	17		18	19	20	
1	2	3	3	44	4	3	4	11	3	3	3	9
2	4	4	4	57	2	3	2	7	3	2	2	7
3	4	5	4	58	4	3	4	11	2	4	4	10
4	5	4	4	59	5	3	4	12	3	4	4	11
5	4	4	5	58	4	3	4	11	4	4	4	12
6	3	3	3	41	4	3	4	11	3	3	3	9
7	3	3	4	50	5	4	3	12	4	4	5	13
8	4	4	4	54	5	5	3	13	3	4	5	12
9	5	5	4	62	5	4	5	14	4	4	5	13
10	5	4	5	63	5	4	4	13	4	5	5	14
11	4	4	4	55	5	4	4	13	4	4	5	13
12	4	4	4	56	4	5	4	13	4	4	4	12
13	3	3	4	50	5	4	3	12	4	4	5	13
14	4	4	4	54	5	5	3	13	3	4	5	12
15	5	5	3	61	5	4	5	14	4	4	5	13
16	2	3	3	37	4	3	4	11	3	3	3	9
17	4	4	4	53	4	3	4	11	3	4	4	11
18	3	5	3	54	4	3	4	11	3	4	4	11
19	5	4	4	59	5	3	4	12	3	4	4	11
20	4	4	5	58	4	3	4	11	4	4	4	12
21	3	2	3	39	4	3	4	11	3	3	3	9
22	4	4	5	58	4	4	4	12	4	4	4	12
23	5	4	4	58	3	3	3	9	4	3	3	10
24	4	4	4	57	3	3	4	10	3	4	4	11
25	5	4	4	65	5	4	4	13	4	5	5	14
26	5	3	3	42	3	2	4	9	4	4	3	11
27	4	4	5	58	4	4	4	12	4	4	4	12
28	5	4	4	58	3	3	3	9	4	3	3	10
29	4	4	4	57	3	3	4	10	3	4	4	11
30	4	4	5	58	4	4	4	12	4	4	4	12
31	5	4	4	58	3	3	3	9	4	3	3	10
32	4	4	4	57	3	3	4	10	3	4	4	11
33	2	3	3	38	4	3	3	10	3	3	3	9
34	4	5	5	65	5	5	5	15	5	5	5	15
35	4	4	4	55	5	4	4	13	4	4	5	13
36	4	4	4	56	4	5	4	13	4	4	4	12
37	3	4	5	52	4	4	3	11	5	4	3	12
38	5	4	4	66	5	5	4	14	5	5	5	15
39	5	4	5	59	3	3	4	10	4	4	3	11

PDF Complete
Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

No	Perhatian			Jumlah	Harga			Jumlah	Kepuasan			Jumlah
	12	13	14		15	16	17		18	19	20	
40	4	4	5	58	4	4	4	12	4	4	4	12
41	3	3	4	39	3	3	3	9	4	3	3	10
42	3	4	4	48	3	3	4	10	3	4	4	11
43	3	3	4	50	5	4	3	12	4	4	5	13
44	2	2	2	35	5	5	3	13	3	4	5	12
45	5	5	5	67	5	5	5	15	4	4	5	13
46	2	3	3	37	3	2	3	8	3	3	3	9
47	4	4	4	57	4	3	4	11	3	4	4	11
48	4	5	4	58	4	3	4	11	3	4	4	11
49	5	4	4	59	5	3	4	12	3	4	4	11
50	4	4	5	58	4	3	4	11	4	4	4	12
51	3	3	3	37	3	3	2	8	3	3	3	9
52	4	4	5	58	4	4	4	12	4	4	4	12
53	5	4	4	58	3	3	3	9	4	3	3	10
54	4	4	4	57	3	3	4	10	3	4	4	11
55	3	2	3	44	2	3	2	7	3	3	3	9
56	2	3	3	42	3	3	4	10	3	3	3	9
57	3	3	3	42	2	3	2	7	3	3	3	9
58	5	4	4	58	3	3	3	9	4	3	3	10
59	4	4	4	57	3	3	4	10	3	4	4	11
60	4	4	5	58	4	4	4	12	4	4	4	12
61	5	4	4	58	3	3	3	9	4	3	3	10
62	4	4	4	57	3	3	4	10	3	4	4	11
63	2	4	3	40	2	3	2	7	3	3	3	9
64	2	3	3	44	2	3	2	7	3	3	3	9
65	3	3	3	43	4	3	4	11	3	3	3	9
66	3	5	3	43	4	3	4	11	3	4	4	11
67	3	3	3	77	4	3	3	10	3	3	4	10
68	4	4	5	58	4	3	4	11	4	4	4	12
69	4	2	3	41	4	3	3	10	3	3	4	10
70	4	4	5	61	5	5	5	15	4	4	4	12
71	4	5	5	64	5	5	4	14	5	5	5	15
72	4	4	4	55	5	4	4	13	4	4	5	13
73	4	3	3	50	4	5	4	13	4	4	4	12
74	3	2	3	47	4	4	3	11	5	4	3	12
75	5	4	4	63	5	4	4	13	4	5	5	14
76	5	4	5	59	3	3	4	10	4	4	3	11
77	4	4	5	58	4	4	4	12	4	4	4	12
78	2	3	4	48	3	3	3	9	4	3	3	10
79	4	4	4	57	3	3	4	10	3	4	4	11
80	4	4	5	58	4	4	4	12	4	4	4	12
81	2	3	3	39	3	3	3	9	4	3	3	10

PDF Complete
Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

No	Perhatian			Jumlah	Harga			Jumlah	Kepuasan			Jumlah
	12	13	14		15	16	17		18	19	20	
82	2	3	4	40	3	2	2	7	3	4	4	11
83	4	4	3	50	4	3	3	10	3	3	4	10
84	3	4	4	53	4	4	4	12	4	4	4	12
85	3	3	4	50	5	4	3	12	4	4	5	13
86	4	4	4	54	5	5	3	13	3	4	5	12
87	5	5	4	62	5	4	5	14	4	4	5	13
88	5	4	5	63	5	5	4	14	5	5	5	15
89	4	4	4	55	5	4	4	13	4	4	5	13
90	4	4	4	56	4	5	4	13	4	4	4	12
91	3	4	5	52	4	4	3	11	5	4	3	12
92	5	5	4	67	5	5	4	14	5	5	5	15
93	5	4	5	59	3	3	4	10	4	4	3	11
94	4	4	3	53	2	3	3	8	3	3	3	9
95	2	3	3	41	3	3	2	8	3	3	3	9
96	2	2	3	40	4	3	4	11	3	3	3	9
97	4	4	5	61	5	4	3	12	4	4	4	12
98	4	4	5	58	4	4	4	12	4	4	4	12
99	5	4	4	58	3	3	3	9	4	3	3	10
100	4	4	4	57	3	3	4	10	3	4	4	11
101	5	4	4	59	5	3	4	12	3	4	4	11
102	4	4	5	58	4	3	4	11	4	4	4	12
103	2	3	2	34	3	3	2	8	3	3	3	9
104	2	2	2	33	2	2	2	6	3	3	3	9
105	2	2	3	42	4	3	4	11	3	4	4	11
106	3	5	4	47	4	3	4	11	3	4	4	11
107	4	5	5	62	5	4	5	14	5	5	5	15
108	4	4	4	55	5	4	4	13	4	4	5	13
109	4	4	4	56	4	5	4	13	4	4	4	12
110	4	4	5	58	4	4	4	12	4	4	4	12
111	2	3	4	45	3	3	3	9	4	3	3	10
112	4	4	4	57	3	3	4	10	3	4	4	11
113	3	3	4	50	5	4	3	12	4	4	5	13
114	2	3	4	46	5	5	3	13	3	4	5	12
115	5	5	4	62	5	4	5	14	4	4	5	13

PDF Complete
Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

ANALISIS DESKRIPTIF PERSENTASE KUALITAS PELAYANAN

No	Kode Resp	Bukti Fisik			Keandalan			Daya tanggap		
		Skor	%	Krit	Skor	%	Krit	Skor	%	Krit
1	R-1	17	68.00%	CB	6	60.00%	CB	7	70.00%	B
2	R-2	20	80.00%	B	8	80.00%	B	8	80.00%	B
3	R-3	21	84.00%	B	8	80.00%	B	8	80.00%	B
4	R-4	21	84.00%	B	9	90.00%	SB	8	80.00%	B
5	R-5	20	80.00%	B	8	80.00%	B	8	80.00%	B
6	R-6	14	56.00%	CB	5	50.00%	KB	7	70.00%	B
7	R-7	20	80.00%	B	6	60.00%	CB	7	70.00%	B
8	R-8	19	76.00%	B	8	80.00%	B	8	80.00%	B
9	R-9	20	80.00%	B	10	100.00%	SB	9	90.00%	SB
10	R-10	22	88.00%	SB	9	90.00%	SB	8	80.00%	B
11	R-11	19	76.00%	B	8	80.00%	B	8	80.00%	B
12	R-12	19	76.00%	B	8	80.00%	B	9	90.00%	SB
13	R-13	20	80.00%	B	6	60.00%	CB	7	70.00%	B
14	R-14	19	76.00%	B	8	80.00%	B	8	80.00%	B
15	R-15	20	80.00%	B	10	100.00%	SB	9	90.00%	SB
16	R-16	13	52.00%	KB	5	50.00%	KB	5	50.00%	KB
17	R-17	19	76.00%	B	6	60.00%	CB	7	70.00%	B
18	R-18	21	84.00%	B	8	80.00%	B	7	70.00%	B
19	R-19	21	84.00%	B	9	90.00%	SB	8	80.00%	B
20	R-20	20	80.00%	B	8	80.00%	B	8	80.00%	B
21	R-21	15	60.00%	CB	6	60.00%	CB	5	50.00%	KB
22	R-22	20	80.00%	B	8	80.00%	B	8	80.00%	B
23	R-23	20	80.00%	B	8	80.00%	B	9	90.00%	SB
24	R-24	20	80.00%	B	8	80.00%	B	8	80.00%	B
25	R-25	22	88.00%	SB	10	100.00%	SB	10	100.00%	SB
26	R-26	14	56.00%	CB	6	60.00%	CB	6	60.00%	CB
27	R-27	20	80.00%	B	8	80.00%	B	8	80.00%	B
28	R-28	20	80.00%	B	8	80.00%	B	9	90.00%	SB
29	R-29	20	80.00%	B	8	80.00%	B	8	80.00%	B
30	R-30	20	80.00%	B	8	80.00%	B	8	80.00%	B
31	R-31	20	80.00%	B	8	80.00%	B	9	90.00%	SB
32	R-32	20	80.00%	B	8	80.00%	B	8	80.00%	B
33	R-33	14	56.00%	CB	5	50.00%	KB	5	50.00%	KB
34	R-34	24	96.00%	SB	9	90.00%	SB	9	90.00%	SB
35	R-35	19	76.00%	B	8	80.00%	B	8	80.00%	B
36	R-36	19	76.00%	B	8	80.00%	B	9	90.00%	SB
37	R-37	21	84.00%	B	7	70.00%	B	7	70.00%	B
38	R-38	24	96.00%	SB	9	90.00%	SB	10	100.00%	SB
39	R-39	21	84.00%	B	8	80.00%	B	8	80.00%	B
40	R-40	20	80.00%	B	8	80.00%	B	8	80.00%	B
41	R-41	13	52.00%	KB	5	50.00%	KB	6	60.00%	CB
42	R-42	18	72.00%	B	8	80.00%	B	6	60.00%	CB
43	R-43	20	80.00%	B	6	60.00%	CB	7	70.00%	B
44	R-44	13	52.00%	KB	6	60.00%	CB	5	50.00%	KB
45	R-45	23	92.00%	SB	10	100.00%	SB	9	90.00%	SB
46	R-46	12	48.00%	KB	6	60.00%	CB	5	50.00%	KB

PDF Complete
Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

No	Kode Resp	Bukti Fisik			Keandalan			Daya tanggap		
		Skor	%	Krit	Skor	%	Krit	Skor	%	Krit
47	R-47	20	80.00%	B	8	80.00%	B	8	80.00%	B
48	R-48	21	84.00%	B	8	80.00%	B	8	80.00%	B
49	R-49	21	84.00%	B	9	90.00%	SB	8	80.00%	B
50	R-50	20	80.00%	B	8	80.00%	B	8	80.00%	B
51	R-51	13	52.00%	KB	5	50.00%	KB	4	40.00%	KB
52	R-52	20	80.00%	B	8	80.00%	B	8	80.00%	B
53	R-53	20	80.00%	B	8	80.00%	B	9	90.00%	SB
54	R-54	20	80.00%	B	8	80.00%	B	8	80.00%	B
55	R-55	17	68.00%	CB	8	80.00%	B	5	50.00%	KB
56	R-56	15	60.00%	CB	7	70.00%	B	6	60.00%	CB
57	R-57	17	68.00%	CB	5	50.00%	KB	5	50.00%	KB
58	R-58	20	80.00%	B	8	80.00%	B	9	90.00%	SB
59	R-59	20	80.00%	B	8	80.00%	B	8	80.00%	B
60	R-60	20	80.00%	B	8	80.00%	B	8	80.00%	B
61	R-61	20	80.00%	B	8	80.00%	B	9	90.00%	SB
62	R-62	20	80.00%	B	8	80.00%	B	8	80.00%	B
63	R-63	15	60.00%	CB	5	50.00%	KB	5	50.00%	KB
64	R-64	17	68.00%	CB	7	70.00%	B	6	60.00%	CB
65	R-65	17	68.00%	CB	6	60.00%	CB	5	50.00%	KB
66	R-66	16	64.00%	CB	5	50.00%	KB	6	60.00%	CB
67	R-67	48	192.00%	SB	6	60.00%	CB	8	80.00%	B
68	R-68	20	80.00%	B	8	80.00%	B	8	80.00%	B
69	R-69	14	56.00%	CB	7	70.00%	B	6	60.00%	CB
70	R-70	25	100.00%	SB	8	80.00%	B	7	70.00%	B
71	R-71	24	96.00%	SB	9	90.00%	SB	8	80.00%	B
72	R-72	19	76.00%	B	8	80.00%	B	8	80.00%	B
73	R-73	18	72.00%	B	7	70.00%	B	7	70.00%	B
74	R-74	21	84.00%	B	7	70.00%	B	6	60.00%	CB
75	R-75	22	88.00%	SB	9	90.00%	SB	10	100.00%	SB
76	R-76	21	84.00%	B	8	80.00%	B	8	80.00%	B
77	R-77	20	80.00%	B	8	80.00%	B	8	80.00%	B
78	R-78	17	68.00%	CB	8	80.00%	B	7	70.00%	B
79	R-79	20	80.00%	B	8	80.00%	B	8	80.00%	B
80	R-80	20	80.00%	B	8	80.00%	B	8	80.00%	B
81	R-81	17	68.00%	CB	4	40.00%	KB	4	40.00%	KB
82	R-82	15	60.00%	CB	5	50.00%	KB	6	60.00%	CB
83	R-83	19	76.00%	B	7	70.00%	B	6	60.00%	CB
84	R-84	20	80.00%	B	8	80.00%	B	7	70.00%	B
85	R-85	20	80.00%	B	6	60.00%	CB	7	70.00%	B
86	R-86	19	76.00%	B	8	80.00%	B	8	80.00%	B
87	R-87	20	80.00%	B	10	100.00%	SB	9	90.00%	SB
88	R-88	23	92.00%	SB	9	90.00%	SB	9	90.00%	SB
89	R-89	19	76.00%	B	8	80.00%	B	8	80.00%	B
90	R-90	19	76.00%	B	8	80.00%	B	9	90.00%	SB
91	R-91	21	84.00%	B	7	70.00%	B	7	70.00%	B
92	R-92	25	100.00%	SB	9	90.00%	SB	10	100.00%	SB
93	R-93	21	84.00%	B	8	80.00%	B	8	80.00%	B
94	R-94	20	80.00%	B	8	80.00%	B	8	80.00%	B

PDF Complete
Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

No	Kode Resp	Bukti Fisik			Keandalan			Daya tanggap		
		Skor	%	Krit	Skor	%	Krit	Skor	%	Krit
95	R-95	17	68.00%	CB	5	50.00%	KB	6	60.00%	CB
96	R-96	16	64.00%	CB	5	50.00%	KB	6	60.00%	CB
97	R-97	23	92.00%	SB	8	80.00%	B	8	80.00%	B
98	R-98	20	80.00%	B	8	80.00%	B	8	80.00%	B
99	R-99	20	80.00%	B	8	80.00%	B	9	90.00%	SB
100	R-100	20	80.00%	B	8	80.00%	B	8	80.00%	B
101	R-101	21	84.00%	B	9	90.00%	SB	8	80.00%	B
102	R-102	20	80.00%	B	8	80.00%	B	8	80.00%	B
103	R-103	11	44.00%	KB	6	60.00%	CB	5	50.00%	KB
104	R-104	13	52.00%	KB	6	60.00%	CB	4	40.00%	KB
105	R-105	18	72.00%	B	7	70.00%	B	4	40.00%	KB
106	R-106	18	72.00%	B	5	50.00%	KB	5	50.00%	KB
107	R-107	21	84.00%	B	9	90.00%	SB	9	90.00%	SB
108	R-108	19	76.00%	B	8	80.00%	B	8	80.00%	B
109	R-109	19	76.00%	B	8	80.00%	B	9	90.00%	SB
110	R-110	20	80.00%	B	8	80.00%	B	8	80.00%	B
111	R-111	19	76.00%	B	6	60.00%	CB	4	40.00%	KB
112	R-112	20	80.00%	B	8	80.00%	B	8	80.00%	B
113	R-113	20	80.00%	B	6	60.00%	CB	7	70.00%	B
114	R-114	17	68.00%	CB	7	70.00%	B	6	60.00%	CB
115	R-115	20	80.00%	B	10	100.00%	SB	9	90.00%	SB
Jumlah		2225	77.39%	B	862	74.96%	B	853	74.17%	B

Distribusi Jawaban Responden

Sangat Baik	12		18	23
Baik	77		68	63
Cukup Baik	19		16	13
Kurang baik	7		13	16
Tidak Baik	0		0	0

Distribusi Persentase Jawaban Respond

Sangat Baik	10.43%		15.65%	20.00%
Baik	66.96%		59.13%	54.78%
Cukup Baik	16.52%		13.91%	11.30%
Kurang baik	6.09%		11.30%	13.91%
Tidak Baik	0.00%		0.00%	0.00%

PERPUSTAKAAN UNNES

PDF Complete
Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

No	Kode Resp	Jaminan			Perhatian		
		Skor	%	Krit	Skor	%	Krit
47	R-47	9	90.00%	SB	12	80.00%	B
48	R-48	8	80.00%	B	13	86.67%	SB
49	R-49	8	80.00%	B	13	86.67%	SB
50	R-50	9	90.00%	SB	13	86.67%	SB
51	R-51	6	60.00%	CB	9	60.00%	CB
52	R-52	9	90.00%	SB	13	86.67%	SB
53	R-53	8	80.00%	B	13	86.67%	SB
54	R-54	9	90.00%	SB	12	80.00%	B
55	R-55	6	60.00%	CB	8	53.33%	CB
56	R-56	6	60.00%	CB	8	53.33%	CB
57	R-57	6	60.00%	CB	9	60.00%	CB
58	R-58	8	80.00%	B	13	86.67%	SB
59	R-59	9	90.00%	SB	12	80.00%	B
60	R-60	9	90.00%	SB	13	86.67%	SB
61	R-61	8	80.00%	B	13	86.67%	SB
62	R-62	9	90.00%	SB	12	80.00%	B
63	R-63	6	60.00%	CB	9	60.00%	CB
64	R-64	6	60.00%	CB	8	53.33%	CB
65	R-65	6	60.00%	CB	9	60.00%	CB
66	R-66	5	50.00%	KB	11	73.33%	B
67	R-67	6	60.00%	CB	9	60.00%	CB
68	R-68	9	90.00%	SB	13	86.67%	SB
69	R-69	5	50.00%	KB	9	60.00%	CB
70	R-70	8	80.00%	B	13	86.67%	SB
71	R-71	9	90.00%	SB	14	93.33%	SB
72	R-72	8	80.00%	B	12	80.00%	B
73	R-73	8	80.00%	B	10	66.67%	CB
74	R-74	5	50.00%	KB	8	53.33%	CB
75	R-75	9	90.00%	SB	13	86.67%	SB
76	R-76	8	80.00%	B	14	93.33%	SB
77	R-77	9	90.00%	SB	13	86.67%	SB
78	R-78	7	70.00%	B	9	60.00%	CB
79	R-79	9	90.00%	SB	12	80.00%	B
80	R-80	9	90.00%	SB	13	86.67%	SB
81	R-81	6	60.00%	CB	8	53.33%	CB
82	R-82	5	50.00%	KB	9	60.00%	CB
83	R-83	7	70.00%	B	11	73.33%	B
84	R-84	7	70.00%	B	11	73.33%	B
85	R-85	7	70.00%	B	10	66.67%	CB
86	R-86	7	70.00%	B	12	80.00%	B
87	R-87	9	90.00%	SB	14	93.33%	SB
88	R-88	8	80.00%	B	14	93.33%	SB
89	R-89	8	80.00%	B	12	80.00%	B
90	R-90	8	80.00%	B	12	80.00%	B
91	R-91	5	50.00%	KB	12	80.00%	B
92	R-92	9	90.00%	SB	14	93.33%	SB
93	R-93	8	80.00%	B	14	93.33%	SB
94	R-94	6	60.00%	CB	11	73.33%	B

PDF Complete
Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

ANALISIS DESKRIPTIF PERSENTASE KUALITAS

No	Kode Resp	Jaminan			Perhatian		
		Skor	%	Krit	Skor	%	Krit
1	R-1	6	60.00%	CB	8	53.33%	CB
2	R-2	9	90.00%	SB	12	80.00%	B
3	R-3	8	80.00%	B	13	86.67%	SB
4	R-4	8	80.00%	B	13	86.67%	SB
5	R-5	9	90.00%	SB	13	86.67%	SB
6	R-6	6	60.00%	CB	9	60.00%	CB
7	R-7	7	70.00%	B	10	66.67%	CB
8	R-8	7	70.00%	B	12	80.00%	B
9	R-9	9	90.00%	SB	14	93.33%	SB
10	R-10	10	100.00%	SB	14	93.33%	SB
11	R-11	8	80.00%	B	12	80.00%	B
12	R-12	8	80.00%	B	12	80.00%	B
13	R-13	7	70.00%	B	10	66.67%	CB
14	R-14	7	70.00%	B	12	80.00%	B
15	R-15	9	90.00%	SB	13	86.67%	SB
16	R-16	6	60.00%	CB	8	53.33%	CB
17	R-17	9	90.00%	SB	12	80.00%	B
18	R-18	7	70.00%	B	11	73.33%	B
19	R-19	8	80.00%	B	13	86.67%	SB
20	R-20	9	90.00%	SB	13	86.67%	SB
21	R-21	5	50.00%	KB	8	53.33%	CB
22	R-22	9	90.00%	SB	13	86.67%	SB
23	R-23	8	80.00%	B	13	86.67%	SB
24	R-24	9	90.00%	SB	12	80.00%	B
25	R-25	10	100.00%	SB	13	86.67%	SB
26	R-26	5	50.00%	KB	11	73.33%	B
27	R-27	9	90.00%	SB	13	86.67%	SB
28	R-28	8	80.00%	B	13	86.67%	SB
29	R-29	9	90.00%	SB	12	80.00%	B
30	R-30	9	90.00%	SB	13	86.67%	SB
31	R-31	8	80.00%	B	13	86.67%	SB
32	R-32	9	90.00%	SB	12	80.00%	B
33	R-33	6	60.00%	CB	8	53.33%	CB
34	R-34	9	90.00%	SB	14	93.33%	SB
35	R-35	8	80.00%	B	12	80.00%	B
36	R-36	8	80.00%	B	12	80.00%	B
37	R-37	5	50.00%	KB	12	80.00%	B
38	R-38	10	100.00%	SB	13	86.67%	SB
39	R-39	8	80.00%	B	14	93.33%	SB
40	R-40	9	90.00%	SB	13	86.67%	SB
41	R-41	5	50.00%	KB	10	66.67%	CB
42	R-42	5	50.00%	KB	11	73.33%	B
43	R-43	7	70.00%	B	10	66.67%	CB
44	R-44	5	50.00%	KB	6	40.00%	KB
45	R-45	10	100.00%	SB	15	100.00%	SB
46	R-46	6	60.00%	CB	8	53.33%	CB

PDF Complete
Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

No	Kode Resp	Jaminan			Perhatian		
		Skor	%	Krit	Skor	%	Krit
95	R-95	5	50.00%	KB	8	53.33%	CB
96	R-96	6	60.00%	CB	7	46.67%	KB
97	R-97	9	90.00%	SB	13	86.67%	SB
98	R-98	9	90.00%	SB	13	86.67%	SB
99	R-99	8	80.00%	B	13	86.67%	SB
100	R-100	9	90.00%	SB	12	80.00%	B
101	R-101	8	80.00%	B	13	86.67%	SB
102	R-102	9	90.00%	SB	13	86.67%	SB
103	R-103	5	50.00%	KB	7	46.67%	KB
104	R-104	4	40.00%	KB	6	40.00%	KB
105	R-105	6	60.00%	CB	7	46.67%	KB
106	R-106	7	70.00%	B	12	80.00%	B
107	R-107	9	90.00%	SB	14	93.33%	SB
108	R-108	8	80.00%	B	12	80.00%	B
109	R-109	8	80.00%	B	12	80.00%	B
110	R-110	9	90.00%	SB	13	86.67%	SB
111	R-111	7	70.00%	B	9	60.00%	CB
112	R-112	9	90.00%	SB	12	80.00%	B
113	R-113	7	70.00%	B	10	66.67%	CB
114	R-114	7	70.00%	B	9	60.00%	CB
115	R-115	9	90.00%	SB	14	93.33%	SB
Jumlah		873	75.91%	B	1316	76.29%	B

Sangat Baik		41		47
Baik		43		34
Cukup Baik		17		29
Kurang baik		14		5
Tidak Baik		0		0

en

Sangat Baik		35.65%		40.87%
Baik		37.39%		29.57%
Cukup Baik		14.78%		25.22%
Kurang baik		12.17%		4.35%
Tidak Baik		0.00%		0.00%

PERPUSTAKAAN UNNES

PDF Complete
Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

ANALISIS DESKRIPTIF PERSENTASE PERVARIABEL

No	Kode Resp	Kualitas Pelayanan			Harga			Kepuasan		
		Skor	%	Krit	Skor	%	Krit	Skor	%	Krit
1	R-1	44	62.86%	CB	11	73.33%	S	9	90.00%	SP
2	R-2	57	81.43%	B	8	80.00%	S	8	80.00%	P
3	R-3	58	82.86%	B	8	80.00%	S	8	80.00%	P
4	R-4	59	84.29%	SB	9	90.00%	SS	8	80.00%	P
5	R-5	58	82.86%	B	8	80.00%	S	8	80.00%	P
6	R-6	41	58.57%	CB	5	50.00%	KS	7	70.00%	P
7	R-7	50	71.43%	B	6	60.00%	CS	7	70.00%	P
8	R-8	54	77.14%	B	8	80.00%	S	8	80.00%	P
9	R-9	62	88.57%	SB	10	100.00%	SS	9	90.00%	SP
10	R-10	63	90.00%	SB	9	90.00%	SS	8	80.00%	P
11	R-11	55	78.57%	B	8	80.00%	S	8	80.00%	P
12	R-12	56	80.00%	B	8	80.00%	S	9	90.00%	SP
13	R-13	50	71.43%	B	6	60.00%	CS	7	70.00%	P
14	R-14	54	77.14%	B	8	80.00%	S	8	80.00%	P
15	R-15	61	87.14%	SB	10	100.00%	SS	9	90.00%	SP
16	R-16	37	52.86%	CB	5	50.00%	KS	5	50.00%	KP
17	R-17	53	75.71%	B	6	60.00%	CS	7	70.00%	P
18	R-18	54	77.14%	B	8	80.00%	S	7	70.00%	P
19	R-19	59	84.29%	SB	9	90.00%	SS	8	80.00%	P
20	R-20	58	82.86%	B	8	80.00%	S	8	80.00%	P
21	R-21	39	55.71%	CB	6	60.00%	CS	5	50.00%	KP
22	R-22	58	82.86%	B	8	80.00%	S	8	80.00%	P
23	R-23	58	82.86%	B	8	80.00%	S	9	90.00%	SP
24	R-24	57	81.43%	B	8	80.00%	S	8	80.00%	P
25	R-25	65	92.86%	SB	10	100.00%	SS	10	100.00%	SP
26	R-26	42	60.00%	CB	6	60.00%	CS	6	60.00%	CP
27	R-27	58	82.86%	B	8	80.00%	S	8	80.00%	P
28	R-28	58	82.86%	B	8	80.00%	S	9	90.00%	SP
29	R-29	57	81.43%	B	8	80.00%	S	8	80.00%	P
30	R-30	58	82.86%	B	8	80.00%	S	8	80.00%	P
31	R-31	58	82.86%	B	8	80.00%	S	9	90.00%	SP
32	R-32	57	81.43%	B	8	80.00%	S	8	80.00%	P
33	R-33	38	54.29%	CB	5	50.00%	KS	5	50.00%	KP
34	R-34	65	92.86%	SB	9	90.00%	SS	9	90.00%	SP
35	R-35	55	78.57%	B	8	80.00%	S	8	80.00%	P
36	R-36	56	80.00%	B	8	80.00%	S	9	90.00%	SP
37	R-37	52	74.29%	B	7	70.00%	S	7	70.00%	P
38	R-38	66	94.29%	SB	9	90.00%	SS	10	100.00%	SP
39	R-39	59	84.29%	SB	8	80.00%	S	8	80.00%	P
40	R-40	58	82.86%	B	8	80.00%	S	8	80.00%	P
41	R-41	39	55.71%	CB	5	50.00%	KS	6	60.00%	CP
42	R-42	48	68.57%	B	8	80.00%	S	6	60.00%	CP
43	R-43	50	71.43%	B	6	60.00%	CS	7	70.00%	P
44	R-44	35	50.00%	KB	6	60.00%	CS	5	50.00%	KP
45	R-45	67	95.71%	SB	10	100.00%	SS	9	90.00%	SP

PDF Complete
Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

No	Kode Resp	Kualitas Pelayanan			Harga			Kepuasan		
		Skor	%	Krit	Skor	%	Krit	Skor	%	Krit
46	R-46	37	52.86%	CB	6	60.00%	CS	5	50.00%	KP
47	R-47	57	81.43%	B	8	80.00%	S	8	80.00%	P
48	R-48	58	82.86%	B	8	80.00%	S	8	80.00%	P
49	R-49	59	84.29%	SB	9	90.00%	SS	8	80.00%	P
50	R-50	58	82.86%	B	8	80.00%	S	8	80.00%	P
51	R-51	37	52.86%	CB	5	50.00%	KS	4	40.00%	KP
52	R-52	58	82.86%	B	8	80.00%	S	8	80.00%	P
53	R-53	58	82.86%	B	8	80.00%	S	9	90.00%	SP
54	R-54	57	81.43%	B	8	80.00%	S	8	80.00%	P
55	R-55	44	62.86%	CB	8	80.00%	S	5	50.00%	KP
56	R-56	42	60.00%	CB	7	70.00%	S	6	60.00%	CP
57	R-57	42	60.00%	CB	5	50.00%	KS	5	50.00%	KP
58	R-58	58	82.86%	B	8	80.00%	S	9	90.00%	SP
59	R-59	57	81.43%	B	8	80.00%	S	8	80.00%	P
60	R-60	58	82.86%	B	8	80.00%	S	8	80.00%	P
61	R-61	58	82.86%	B	8	80.00%	S	9	90.00%	SP
62	R-62	57	81.43%	B	8	80.00%	S	8	80.00%	P
63	R-63	40	57.14%	CB	5	50.00%	KS	5	50.00%	KP
64	R-64	44	62.86%	CB	7	70.00%	S	6	60.00%	CP
65	R-65	43	61.43%	CB	6	60.00%	CS	5	50.00%	KP
66	R-66	43	61.43%	CB	5	50.00%	KS	6	60.00%	CP
67	R-67	77	110.00%	SB	6	60.00%	CS	8	80.00%	P
68	R-68	58	82.86%	B	8	80.00%	S	8	80.00%	P
69	R-69	41	58.57%	CB	7	70.00%	S	6	60.00%	CP
70	R-70	61	87.14%	SB	8	80.00%	S	7	70.00%	P
71	R-71	64	91.43%	SB	9	90.00%	SS	8	80.00%	P
72	R-72	55	78.57%	B	8	80.00%	S	8	80.00%	P
73	R-73	50	71.43%	B	7	70.00%	S	7	70.00%	P
74	R-74	47	67.14%	CB	7	70.00%	S	6	60.00%	CP
75	R-75	63	90.00%	SB	9	90.00%	SS	10	100.00%	SP
76	R-76	59	84.29%	SB	8	80.00%	S	8	80.00%	P
77	R-77	58	82.86%	B	8	80.00%	S	8	80.00%	P
78	R-78	48	68.57%	B	8	80.00%	S	7	70.00%	P
79	R-79	57	81.43%	B	8	80.00%	S	8	80.00%	P
80	R-80	58	82.86%	B	8	80.00%	S	8	80.00%	P
81	R-81	39	55.71%	CB	4	40.00%	KS	4	40.00%	KP
82	R-82	40	57.14%	CB	5	50.00%	KS	6	60.00%	CP
83	R-83	50	71.43%	B	7	70.00%	S	6	60.00%	CP
84	R-84	53	75.71%	B	8	80.00%	S	7	70.00%	P
85	R-85	50	71.43%	B	6	60.00%	CS	7	70.00%	P
86	R-86	54	77.14%	B	8	80.00%	S	8	80.00%	P
87	R-87	62	88.57%	SB	10	100.00%	SS	9	90.00%	SP
88	R-88	63	90.00%	SB	9	90.00%	SS	9	90.00%	SP
89	R-89	55	78.57%	B	8	80.00%	S	8	80.00%	P
90	R-90	56	80.00%	B	8	80.00%	S	9	90.00%	SP
91	R-91	52	74.29%	B	7	70.00%	S	7	70.00%	P
92	R-92	67	95.71%	SB	9	90.00%	SS	10	100.00%	SP

PDF Complete
Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

No	Kode Resp	Kualitas Pelayanan			Harga			Kepuasan		
		Skor	%	Krit	Skor	%	Krit	Skor	%	Krit
93	R-93	59	84.29%	SB	8	80.00%	S	8	80.00%	P
94	R-94	53	75.71%	B	8	80.00%	S	8	80.00%	P
95	R-95	41	58.57%	CB	5	50.00%	KS	6	60.00%	CP
96	R-96	40	57.14%	CB	5	50.00%	KS	6	60.00%	CP
97	R-97	61	87.14%	SB	8	80.00%	S	8	80.00%	P
98	R-98	58	82.86%	B	8	80.00%	S	8	80.00%	P
99	R-99	58	82.86%	B	8	80.00%	S	9	90.00%	SP
100	R-100	57	81.43%	B	8	80.00%	S	8	80.00%	P
101	R-101	59	84.29%	SB	9	90.00%	SS	8	80.00%	P
102	R-102	58	82.86%	B	8	80.00%	S	8	80.00%	P
103	R-103	34	48.57%	KB	6	60.00%	CS	5	50.00%	KP
104	R-104	33	47.14%	KB	6	60.00%	CS	4	40.00%	KP
105	R-105	42	60.00%	CB	7	70.00%	S	4	40.00%	KP
106	R-106	47	67.14%	CB	5	50.00%	KS	5	50.00%	KP
107	R-107	62	88.57%	SB	9	90.00%	SS	9	90.00%	SP
108	R-108	55	78.57%	B	8	80.00%	S	8	80.00%	P
109	R-109	56	80.00%	B	8	80.00%	S	9	90.00%	SP
110	R-110	58	82.86%	B	8	80.00%	S	8	80.00%	P
111	R-111	45	64.29%	CB	6	60.00%	CS	4	40.00%	KP
112	R-112	57	81.43%	B	8	80.00%	S	8	80.00%	P
113	R-113	50	71.43%	B	6	60.00%	CS	7	70.00%	P
114	R-114	46	65.71%	CB	7	70.00%	S	6	60.00%	CP
115	R-115	62	88.57%	SB	10	100.00%	SS	9	90.00%	SP
Jumlah		6129	76.14%	B	867	75.07%	S	855	74.35%	P

Distribusi Jawaban Responden

Sangat Baik	24	Sangat sesuai	18	Sangat Puas	24
Baik	62	Sesuai	69	Puas	62
Cukup Baik	26	Cukup Sesuai	15	Cukup Puas	13
Kurang baik	3	Kurang Sesuai	13	Kurang Puas	16
Tidak Baik	0	Tidak sesuai	0	Tidak Puas	0

Distribusi Persentase Jawaban Responden

Sangat Baik	20.87%	Sangat sesuai	15.65%	Sangat Puas	20.87%
Baik	53.91%	Sesuai	60.00%	Puas	53.91%
Cukup Baik	22.61%	Cukup Sesuai	13.04%	Cukup Puas	11.30%
Kurang baik	2.61%	Kurang Sesuai	11.30%	Kurang Puas	13.91%
Tidak Baik	0.00%	Tidak sesuai	0.00%	Tidak Puas	0.00%

PDF Complete
Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

UJI ASUMSI KLASIK

1. Uji Normalitas

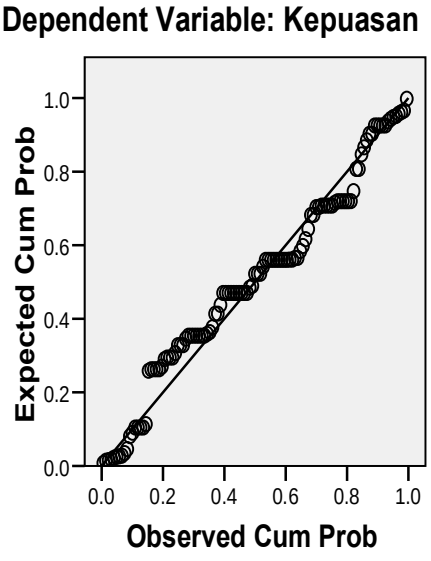
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		115
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.87404856
Most Extreme Differences	Absolute	.109
	Positive	.096
	Negative	-.109
Kolmogorov-Smirnov Z		1.168
Asymp. Sig. (2-tailed)		.131

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



PDF Complete
Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

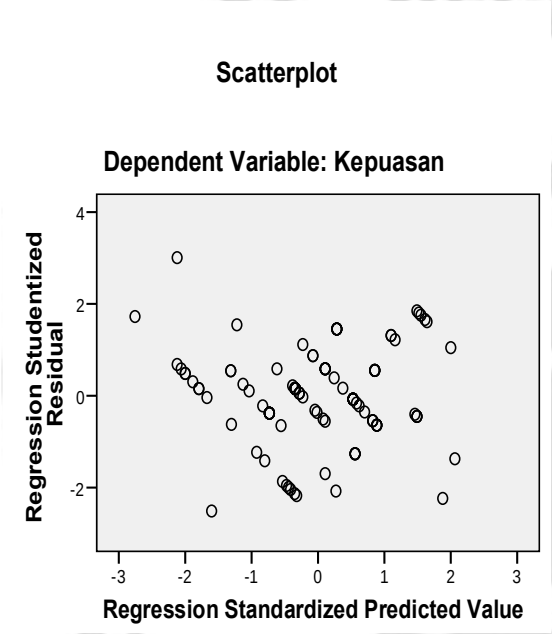
2. Uji Multikolinieritas

Coefficients[a]

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kualitas Pelayanan	.717	1.394
	Harga	.717	1.394

a. Dependent Variable: Kepuasan

3. Uji Heteroskedastisitas



PERPUSTAKAAN UNNES

PDF Complete
Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

Hasil Analisis regresi Linier Berganda

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Kepuasan	11.3391	1.63239	115
Kualitas Pelayanan	53.2957	8.51827	115
Harga	11.0870	1.99370	115

Correlations

		Kepuasan	Kualitas Pelayanan	Harga
Pearson Correlation	Kepuasan	1.000	.596	.824
	Kualitas Pelayanan	.596	1.000	.532
	Harga	.824	.532	1.000
Sig. (1-tailed)	Kepuasan	.	.000	.000
	Kualitas Pelayanan	.000	.	.000
	Harga	.000	.000	.
N	Kepuasan	115	115	115
	Kualitas Pelayanan	115	115	115
	Harga	115	115	115

Variables Entered/Removed[b]

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Harga, Kualitas Pelayanan[a]	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Kepuasan

PERPUSTAKAAN

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics
					Sig. F Change
1	.845[a]	.713	.708	.88182	.000

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

b. Dependent Variable: Kepuasan

PDF Complete
Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	216.682	2	108.341	139.327	.000[a]
	Residual	87.092	112	.778		
	Total	303.774	114			

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

b. Dependent Variable: Kepuasan

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.675	.567		4.720	.000
	Kualitas Pelayanan	.042	.011	.220	3.687	.000
	Harga	.579	.049	.707	11.831	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan

Coefficients[a]

Model		Correlations			Collinearity Statistics	
		Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	Kualitas Pelayanan	.596	.329	.187	.717	1.394
	Harga	.824	.745	.599	.717	1.394

a. Dependent Variable: Kepuasan

Residuals Statistics [a]

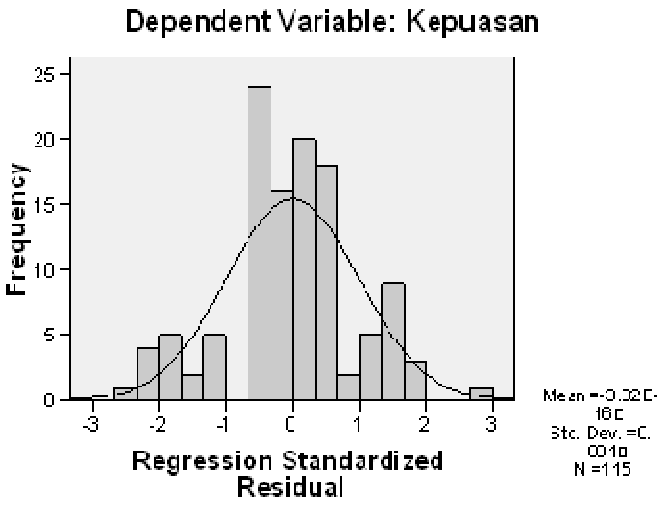
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	7.5393	14.1815	11.3391	1.37867	115
Std. Predicted Value	-2.756	2.062	.000	1.000	115
Standard Error of Predicted Value	.082	.314	.136	.041	115
Adjusted Predicted Value	7.4146	14.2390	11.3414	1.38161	115
Residual	-2.13069	2.58666	.00000	.87405	115
Std. Residual	-2.416	2.933	.000	.991	115
Stud. Residual	-2.511	3.007	-.001	1.010	115
Deleted Residual	-2.30089	2.71786	-.00229	.90756	115
Stud. Deleted Residual	-2.573	3.122	-.002	1.021	115
Mahal. Distance	.002	13.455	1.983	2.046	115
Cook's Distance	.000	.208	.013	.031	115
Centered Leverage Value	.000	.118	.017	.018	115

a. Dependent Variable: Kepuasan

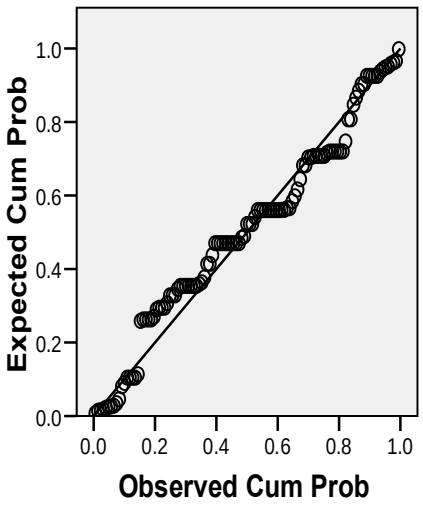
Charts

PDF Complete
Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

Histogram

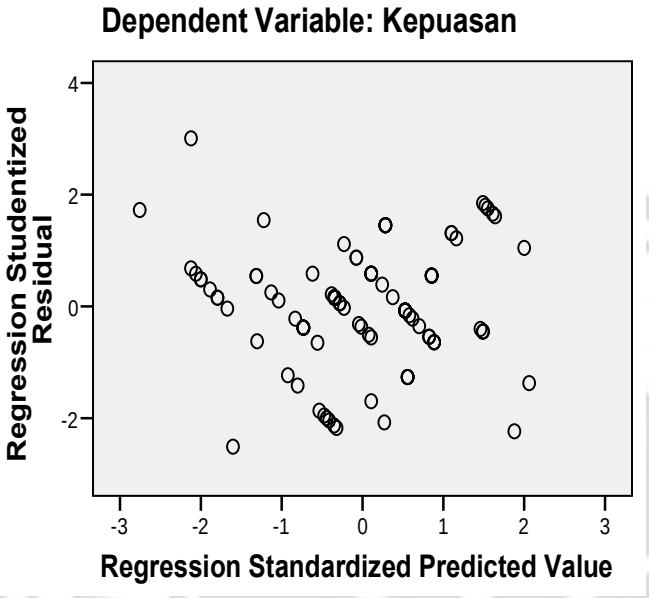


Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



PDF Complete
Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

Scatterplot



PERPUSTAKAAN UNNES

PDF Complete
Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

95
TOKO BESI & BAHAN BANGUAN
"SEMBILAN LIMA"
Jl. Dewi Sartika No. 95 Sukorejo, Semarang 50221 Telp 024-8506401

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan :

Nama : Eko Yuwananto

NIM : 332404031

Jurusan/Prodi : Manajemen Pemasaran S1

Menyatakan bahwa mahasiswa tersebut telah melakukan penelitian di Toko Besi dan Bahan Bangunan Sembilan Lima dengan alokasi waktu bulan Mei 2011.

Demikian surat keterangan ini kami buat dengan sebenar-benarnya dan dapat digunakan seperlunya.

Semarang, 10 Mei 2011

Pemilik Toko Sembilan Lima

NURSALIM

PERPUSTAKAAN UNNES

PDF Complete
Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

Your complimentary use period has ended. Thank you for using PDF Complete.
Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

PERPUSTAKAAN UNNES