

LAMPIRAN



Bandar Lampung, 06 April 2017

or : Penelitian.005/DMJ/DEKAN/BAAK/IV-17
biran : -
al : Permohonan Izin Penelitian

da Yth,
kin **Donuts Bandar Lampung**

Jl. Z.A Pagar Alam No. 28 Labuhan Ratu, Kedaton Bandar Lampung, Lampung
35132

an hormat,

asarkan dengan peraturan Akademik Informatics & Business Institute Darmajaya
a mahasiswa/i Strata Satu (S1) yang akan menyelesaikan studinya diwajibkan untuk
iliki pengalaman kerja dengan melaksanakan Penelitian dan membuat laporan yang
nya sesuai dengan kalender Informatic & Business Institute (IBI) Darmajaya.

k itu kami mohon kerja sama Bapak/Ibu agar kiranya dapat menerima mahasiswa/i
melakukan Penelitian, yang pelaksanaannya dimulai dari tanggal **04 April s.d**
ei **2017** (selama satu bulan).

un mahasiswa/i tersebut adalah :

Nama : Evan Tri Saputra
NPM : 1312110214
Jurusan : S1 Manajemen
Jenjang : Strata Satu (S1)

ikian permohonan ini dibuat, atas perhatian dan kerjasama yang baik kami ucapkan
akasih.

Dekan Fakultas Bisnis & Ekonomi,



Dr. R.Z. Abdul Aziz, M.T
NIK. 01050904

isan:

Jurusan S1 Manajemen
Arsip.



DUNKIN DONUTS

Jl. ZA.PagarAlam No.28, LabuhanRatu, Kedaton, LabuhanRatu, Bandar Lampung, Kota Bandar Lampung, Lampung 35132, Indonesia

Bandar Lampung, 3 April 2017

Lampiran : - Kepada,
Perihal : Balasan Permohonan Penelitian Yth, Prodi Manajemen IBI Darmajaya di-
Bandar Lampung

Menanggapi surat saudara pada tanggal 31 Maret 2017 perihal "Permohonan Penelitian, pada mahasiswa :

Nama : Evan Tri Saputra
NPM : 1312110214
Judul : Analisa Pengaruh Bauran Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Di Dunkin Donuts Bandar Lampung.

Dengan ini diberitahukan pada skripsinya bahwa kami tidak keberatan dengan permohonan yang dimaksud. Untuk penatalaksanaan selanjutnya supaya mahasiswa yang bersangkutan berhubungan dengan Koordinator Dunkin Donuts.

Demikian surat balasan dari kami. Terima kasih.



M. Robi Pratna

ATRIBUT PRODUK (X1)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Dunkin donats memberikan keanekaragaman produk kepada konsumen					
2	Kemasan produk dunkin donats lebih efektif dan efisien membawa					
3	Garansi yang diberikan telah sesuai yang di inginkan anda					
4	Ciri-ciri produk yang di berikan dunkin donats berbeda dengan produk lain (J.co)					
5	Ukuran donats di dunkin donats tidak terlalu kecil dan besar					

Apa keluhan anda tentang produk di dunkin donats ?

.....

.....

.....

.....

KUALITAS PELAYANAN (X2)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Karyawan peduli akan keinginan konsumen					
2	Cepat tanggap dalam mengatasi masalah pada keluhan konsumen					
3	Kemampuan pelayanan petugas dapat dipercaya					
4	Pengetahuan dan keterampilan karyawan dalam menjalankan tugasnya					
5	Karyawan dapat memberikan kepercayaan kepada konsumen (ketepatan waktu, kenyamanan, keamanan)					

Apa keluhan anda tentang karyawan di dunkin donats ?

.....

.....

.....

.....

KEPUASANPELANGGAN (Y1)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya merasa puas dengan karyawan atas kepedulian akan keinginan konsumen					
2	Saya merasan puas dengan karyawan atas kecepatan tanggap dalam mengatasi masalah pada keluhan konsumen					
3	Saya merasa puas atas kemampuan pelayanan petugas dapat dipercaya					
4	Saya merasa puas dengan pengetahuan dan keterampilan karyawan dalam menjalankan tugasnya					
5	Saya merasa puas dengan karyawan karena dapat memberikan kepercayaan kepada konsumen (ketepatan waktu, kenyamanan, keamanan)					

1) Sebutkan pada bagian mana anda puas terhadap makanan dunkin donats ?

a)

b)

2) Sebutkan pada bagian mana anda tidak puas terhadap makanan dunkin donats ?

a)

b)

ATRIBUT PRODUK (X1)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Dunkin donats memberikan keanekaragaman produk kepada konsumen					
2	Kemasan produk dunkin donats lebih efektif dan efisien membawa					
3	Garansi yang diberikan telah sesuai yang di inginkan anda					
4	Ciri-ciri produk yang di berikan dunkin donats berbeda dengan produk lain (J.co)					
5	Ukuran donats di dunkin donats tidak terlalu kecil dan besar					

Apa keluhan anda tentang produk di dunkin donats ?

.....

.....

.....

.....

KUALITAS PELAYANAN (X2)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Karyawan peduli akan keinginan konsumen					
2	Cepat tanggap dalam mengatasi masalah pada keluhan konsumen					
3	Kemampuan pelayanan petugas dapat dipercaya					
4	Pengetahuan dan keterampilan karyawan dalam menjalankan tugasnya					
5	Karyawan dapat memberikan kepercayaan kepada konsumen (ketepatan waktu, kenyamanan, keamanan)					

Apa keluhan anda tentang karyawan di dunkin donats ?

.....

.....

.....

.....

KEPUASANPELANGGAN (Y1)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya merasa puas dengan karyawan atas kepedulian akan keinginan konsumen					
2	Saya merasan puas dengan karyawan atas kecepatan tanggap dalam mengatasi masalah pada keluhan konsumen					
3	Saya merasa puas atas kemampuan pelayanan petugas dapat dipercaya					
4	Saya merasa puas dengan pengetahuan dan keterampilan karyawan dalam menjalankan tugasnya					
5	Saya merasa puas dengan karyawan karena dapat memberikan kepercayaan kepada konsumen (ketepatan waktu, kenyamanan, keamanan)					

1) Sebutkan pada bagian mana anda puas terhadap makanan dunkin donats ?

a)

b)

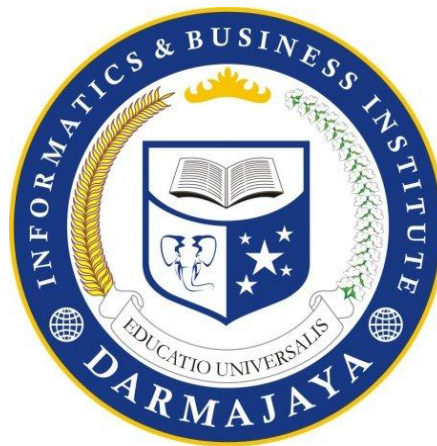
2) Sebutkan pada bagian mana anda tidak puas terhadap makanan dunkin donats ?

a)

b)

KUISIONER PENELITIAN

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI DUNKIN DONUTS BANDAR
LAMPUNG**



**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMI
INSTITUT INFORMATIKA DAN BISNIS DARMAJAYA
BANDAR LAMPUNG
2017**

Bandar Lampung, Juli 2017

Hal : **Permohonan Bantuan Pengisian Kuisisioner**

Kepada Yth :

Bapak/ Ibu

Di

Tempat

Dengan Hormat,

Bersama ini saya sampaikan bahwa saya bermaksud mengadakan penelitian pada konsumen yang melakukan pembelian pada Dunkin Donuts Bandar Lampung. Penelitian ini dilaksanakan dalam rangka penulisan skripsi sebagai salah satu syarat dalam penyelesaian studi pada program Sarjana IBI Darmajaya. Konsentrasi Manajemen Pemasaran. Tentang **“PENGARUH ATRIBUT PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI DUNKIN DONUTS BANDAR LAMPUNG”**.

Sehubungan dengan maksud di atas, saya mengharapkan bantuan saudara untuk bersedia mengisi instrument penelitian ini sesuai dengan pendapat dan pengalaman yang dimiliki. Instrumen ini dirancang sedemikian rupa sehingga tidak seorang pun dapat menelusuri sumber informasinya. Oleh karena itu saudara diharapkan dapat memberikan jawaban sesuai dengan keadaan sesungguhnya, dan jawaban tersebut tidak berpengaruh terhadap kondisi saudara.

Bantuan dan partisipasi saudara merupakan sumbangan yang sangat berharga bagi terselenggaranya penelitian ilmiah ini. Untuk itu semuanya saya ucapkan terimakasih.

Hormat Saya,

Evan Tri Saputra

KUESIONER

Pertanyaan di bawah ini dalam rangka penelitian skripsi dengan judul :
**PENGARUH ATRIBUT PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI DUNKIN DONATS BANDAR
LAMPUNG**

Petunjuk pengisian :

1. Jawablah pertanyaan yang diajukan dibawah ini dengan benar dan jujur.
2. Berilah tanda (√) pada salah satu jawaban yang paling benar.
3. Pertanyaan / pernyataan harus dijawab semua

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

KS = Kurang Setuju

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

No. Res :

IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Umur : Tahun
3. Jenis Kelamin : Laki – Laki Perempuan
4. Pekerjaan : PNS Pelajar/Mahasiswa
 Karyawan BUMN Wiraswasta
 Karyawan Swasta Ibu rumah tangga
 Professional (dokter, pengacara, dosen)
5. Rata – Rata Pengeluaran : < Rp. 2.000.000,-
 Rp. 2.000.000,- s.d Rp. 4.000.000,-
 Rp. 4.000.000,- sd Rp. 6.000,000,-
 Rp. 6.000.000,- s.d Rp. 7.000,00,-
 < RP. 8.000.000

DAFTAR PERNYATAAN

Atribut Produk

Pernyataan	Jawaban				
	SS	S	KS	TS	STS
	5	4	3	2	1
1. Dunkin Donuts memiliki merek yang terkenal.					
2. Logo Dunkin Donuts mudah untuk dikenali.					
3. Bungkus kemasan dunkin donuts memiliki desain yang menarik.					
4. Kemasan packaging Dunkin Donuts mudah dibawa.					
5. Label nama Dunkin Donuts mudah dilihat.					
6. Label harga Dunkin Donuts mudah dilihat.					
7. Dunkin Donuts memiliki variasi produk yang beragam.					
8. Produk Dunkin Donuts memiliki rasa yang lezat.					
9. Produk Dunkin Donuts memiliki rasa yang unik/khas					
10. Delivery Dunkin Donuts cukup diandalkan.					
11. Dunkin Donuts menjamin produk yang halal bagi konsumen.					
12. Produk Dunkin Donuts memiliki jaminan kualitas yang tinggi.					

Kualitas Pelayanan

Pernyataan	Jawaban				
	SS	S	KS	TS	STS
	5	4	3	2	1
1. Dunkin Donuts memiliki gedung yang megah.					
2. Dunkin Donuts memiliki layanan yang nyaman.					
3. Dunkin Donuts memiliki fasilitas yang lengkap seperti ruang AC, TV serta WIFI .					
4. Dunkin Donuts memiliki tempat parker yang luas.					
5. Pelayanan Dunkin Donuts mengutamakan keramahan.					
6. Pelayan selalu memberikan perhatian pada konsumennya.					
7. Pelayanan Dunkin Donuts selalu berhasil dalam melayani konsumennya.					
8. Pelayan Dunkin Donuts tahu apa yang dibutuhkan konsumen.					
9. Kecepatan layanan yang diberikan sangat baik.					
10. Pesanan yang diorder konsumen cepat sampai.					
11. Produk yang rusak akan dikembalikan oleh Dunkin Donuts.					
12. Melayani tepat waktu.					
13. Mampu menerangkan produk kepada konsumennya.					
14. Mampu menyuguhkan produk dengan baik.					
15. Dunkin Donuts memahami kebutuhan konsumen.					
16. Mampu memaksimalkan layanan yang diberikan.					

Kepuasan Pelanggan

Pernyataan	Jawaban				
	SS	S	KS	TS	STS
	5	4	3	2	1
1. pelanggan merasa puas atas pelayanan yang diberikan pada Dunkin Donuts.					
2. pelanggan tidak akan membeli produk lain selain Dunkin Donuts.					
3. pelanggan memberikan informasi yang positif tentang Dunkin Donuts kepada orang lain.					
4. pelanggan menceritakan tentang Dunkin Donuts kepada rekannya.					
5. Pelanggan konsumen Dunkin Donuts untuk membeli kembali produk pada Dunkin Donuts					
6. Pelanggan tidak pernah merasa bosan untuk membeli Dunkin Donuts					

Lampiran 5 : Karakteristik Responden

Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	27	28,1	28,1	28,1
2	33	34,4	34,4	62,5
Valid 3	22	22,9	22,9	85,4
4	14	14,6	14,6	100,0
Total	96	100,0	100,0	

Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	66	68,8	68,8	68,8
Valid 2	30	31,3	31,3	100,0
Total	96	100,0	100,0	

Pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	1	1,0	1,0	1,0
2	10	10,4	10,4	11,5
3	10	10,4	10,4	21,9
Valid 4	39	40,6	40,6	62,5
5	11	11,5	11,5	74,0
6	16	16,7	16,7	90,6
7	9	9,4	9,4	100,0
Total	96	100,0	100,0	

Rata-Rata Pengeluaran

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	42	43,8	43,8	43,8
2	29	30,2	30,2	74,0
Valid 3	16	16,7	16,7	90,6
4	6	6,3	6,3	96,9
5	3	3,1	3,1	100,0
Total	96	100,0	100,0	

Lampiran 6 : Deskripsi Jawaban Responden

Atribut Produk (X1)

P1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 4	57	59,4	59,4	59,4
Valid 5	39	40,6	40,6	100,0
Total	96	100,0	100,0	

P2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 4	72	75,0	75,0	75,0
Valid 5	24	25,0	25,0	100,0
Total	96	100,0	100,0	

P3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 4	65	67,7	67,7	67,7
Valid 5	31	32,3	32,3	100,0
Total	96	100,0	100,0	

P4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 4	64	66,7	66,7	66,7
Valid 5	32	33,3	33,3	100,0
Total	96	100,0	100,0	

P5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 4	71	74,0	74,0	74,0
Valid 5	25	26,0	26,0	100,0
Total	96	100,0	100,0	

P6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 4	70	72,9	72,9	72,9
Valid 5	26	27,1	27,1	100,0
Total	96	100,0	100,0	

P7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 4	80	83,3	83,3	83,3
Valid 5	16	16,7	16,7	100,0
Total	96	100,0	100,0	

P8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 4	80	83,3	83,3	83,3
Valid 5	16	16,7	16,7	100,0
Total	96	100,0	100,0	

P9

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 4	69	71,9	71,9	71,9
Valid 5	27	28,1	28,1	100,0
Total	96	100,0	100,0	

P10

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 4	76	79,2	79,2	79,2
Valid 5	20	20,8	20,8	100,0
Total	96	100,0	100,0	

P11

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 4	69	71,9	71,9	71,9
Valid 5	27	28,1	28,1	100,0
Total	96	100,0	100,0	

P12

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 4	63	65,6	65,6	65,6
Valid 5	33	34,4	34,4	100,0
Total	96	100,0	100,0	

Kualitas Pelayanan (X2)**P1**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 4	83	86,5	86,5	86,5
Valid 5	13	13,5	13,5	100,0
Total	96	100,0	100,0	

P2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	83	86,5	86,5	86,5
	5	13	13,5	13,5	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

P3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	85	88,5	88,5	88,5
	5	11	11,5	11,5	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

P4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	88	91,7	91,7	91,7
	5	8	8,3	8,3	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

P5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	88	91,7	91,7	91,7
	5	8	8,3	8,3	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

P6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	4	4,2	4,2	4,2
	2	12	12,5	12,5	16,7
	3	20	20,8	20,8	37,5
	4	59	61,5	61,5	99,0
	5	1	1,0	1,0	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

P7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	86	89,6	89,6	89,6
	5	10	10,4	10,4	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

P8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	83	86,5	86,5	86,5
	5	13	13,5	13,5	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

P9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	89	92,7	92,7	92,7
	5	7	7,3	7,3	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

P10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	91	94,8	94,8	94,8
	5	5	5,2	5,2	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

P11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	85	88,5	88,5	88,5
	5	11	11,5	11,5	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

P12

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	91	94,8	94,8	94,8
	5	5	5,2	5,2	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

P13

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	86	89,6	89,6	89,6
	5	10	10,4	10,4	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

P14

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	84	87,5	87,5	87,5
	5	12	12,5	12,5	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

P15

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 4	88	91,7	91,7	91,7
Valid 5	8	8,3	8,3	100,0
Total	96	100,0	100,0	

P16

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 4	85	88,5	88,5	88,5
Valid 5	11	11,5	11,5	100,0
Total	96	100,0	100,0	

Kepuasan Pelanggan (Y)**P1**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 4	81	84,4	84,4	84,4
Valid 5	15	15,6	15,6	100,0
Total	96	100,0	100,0	

P2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	12	12,5	12,5	12,5
Valid 3	4	4,2	4,2	16,7
Valid 4	80	83,3	83,3	100,0
Total	96	100,0	100,0	

P3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 4	76	79,2	79,2	79,2
Valid 5	20	20,8	20,8	100,0
Total	96	100,0	100,0	

P4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 4	90	93,8	93,8	93,8
Valid 5	6	6,3	6,3	100,0
Total	96	100,0	100,0	

P5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 4	68	70,8	70,8	70,8
5	28	29,2	29,2	100,0
Total	96	100,0	100,0	

P6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 4	82	85,4	85,4	85,4
5	14	14,6	14,6	100,0
Total	96	100,0	100,0	

Lampiran 7: Hasil Uji Validitas

Variabel Atribut Produk (X1)

Correlations

	P1	P2	P3	P4	P5	P	P7	P8	P9	P10	P11	P12	X1	
P1	Pearson Correlation	1	,389*	,829**	,709**	,294	,612**	,829**	,269	,294	,389*	1,000**	,294	,889**
	Sig. (1-tailed)		,017	,000	,000	,057	,000	,000	,075	,057	,017	,000	,057	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P2	Pearson Correlation	,389*	1	,302	,342*	,196	,408*	,302	,067	,196	1,000**	,389*	,196	,557**
	Sig. (1-tailed)	,017		,053	,032	,149	,013	,053	,362	,149	,000	,017	,149	,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P3	Pearson Correlation	,829**	,302	1	,915**	,207	,431**	1,000**	,071	,207	,302	,829**	,207	,817**
	Sig. (1-tailed)	,000	,053		,000	,136	,009	,000	,355	,136	,053	,000	,136	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P4	Pearson Correlation	,709**	,342*	,915**	1	,015	,354*	,915**	,005	,015	,342*	,709**	,015	,697**
	Sig. (1-tailed)	,000	,032	,000		,468	,028	,000	,489	,468	,032	,000	,468	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P5	Pearson Correlation	,294	,196	,207	,015	1	,280	,207	,145	1,000**	,196	,294	1,000**	,562**
	Sig. (1-tailed)	,057	,149	,136	,468		,067	,136	,222	,000	,149	,057	,000	,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P	Pearson Correlation	,612**	,408*	,431**	,354*	,280	1	,431**	,302	,280	,408*	,612**	,280	,695**
	Sig. (1-tailed)	,000	,013	,009	,028	,067		,009	,052	,067	,013	,000	,067	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P7	Pearson Correlation	,829**	,302	1,000**	,915**	,207	,431**	1	,071	,207	,302	,829**	,207	,817**
	Sig. (1-tailed)	,000	,053	,000	,000	,136	,009		,355	,136	,053	,000	,136	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P8	Pearson Correlation	,269	,067	,071	,005	,145	,302	,071	1	,145	,067	,269	,145	,353*
	Sig. (1-tailed)	,075	,362	,355	,489	,222	,052	,355		,222	,362	,075	,222	,028
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P9	Pearson Correlation	,294	,196	,207	,015	1,000**	,280	,207	,145	1	,196	,294	1,000**	,562**
	Sig. (1-tailed)	,057	,149	,136	,468	,000	,067	,136	,222	,000	,149	,057	,000	,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P10	Pearson Correlation	,389*	1,000**	,302	,342*	,196	,408*	,302	,067	,196	1	,389*	,196	,557**
	Sig. (1-tailed)	,017	,000	,053	,032	,149	,013	,053	,362	,149		,017	,149	,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P11	Pearson Correlation	1,000**	,389*	,829**	,709**	,294	,612**	,829**	,269	,294	,389*	1	,294	,889**
	Sig. (1-tailed)	,000	,017	,000	,000	,057	,000	,000	,075	,057	,017		,057	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P12	Pearson Correlation	,294	,196	,207	,015	1,000**	,280	,207	,145	1,000**	,196	,294	1	,562**
	Sig. (1-tailed)	,057	,149	,136	,468	,000	,067	,136	,222	,000	,149	,057		,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1	Pearson Correlation	,889**	,557**	,817**	,697**	,562**	,695**	,817**	,353*	,562**	,557**	,889**	,562**	1
	Sig. (1-tailed)	,000	,001	,000	,000	,001	,000	,000	,028	,001	,001	,000	,001	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (1-tailed).

** Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

Kualitas Pelayanan (X2)

Correlations

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	X2
P1 Pearson Correlation	1	-.045	.167	.569**	.408*	.049	.323	.106	.257	.106	.342*	.106	-.146	.071	.480**	.106	.460**
P1 Sig. (1-tailed)		.406	.189	.001	.013	.399	.041	.289	.086	.289	.032	.289	.221	.355	.004	.289	.005
P1 N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P2 Pearson Correlation	.045	1	.099	.106	.048	.463**	.099	.365**	.524**	.048	.000	.524**	.921**	-.017	.099	.365**	.532**
P2 Sig. (1-tailed)	.406		.302	.289	.401	.005	.302	.024	.001	.401	.500	.001	.000	.464	.302	.024	.001
P2 N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P3 Pearson Correlation	.167	.099	1	.010	.099	.053	.659**	.099	.099	.921**	.053	.099	-.023	.915**	.148	.099	.509**
P3 Sig. (1-tailed)	.189	.302		.478	.302	.390	.000	.302	.302	.000	.390	.302	.453	.000	.218	.302	.002
P3 N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P4 Pearson Correlation	.569**	.106	.010	1	.860**	.049	.167	.106	.257	-.045	.783**	.106	.010	-.093	.793**	.106	.566**
P4 Sig. (1-tailed)	.001	.289	.478		.000	.399	.189	.289	.086	.406	.000	.289	.478	.313	.000	.289	.001
P4 N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P5 Pearson Correlation	.408*	.048	.099	.860**	1	-.154	.263	.048	.048	.048	.926**	-.111	-.066	-.017	.921**	-.111	.495**
P5 Sig. (1-tailed)	.013	.401	.302	.000		.208	.080	.401	.401	.401	.000	.279	.365	.464	.000	.279	.003
P5 N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P6 Pearson Correlation	.049	.463**	.053	.049	-.154	1	.213	.617**	.772**	.154	-.050	.926**	.373*	-.056	-.107	.926**	.611**
P6 Sig. (1-tailed)	.399	.005	.390	.399	.208		.129	.000	.000	.208	.397	.000	.021	.385	.288	.000	.000
P6 N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P7 Pearson Correlation	.323	.099	.659**	.167	.263	.213	1	.263	.428**	.757**	.373*	.099	-.023	.558**	.318*	.263	.663**
P7 Sig. (1-tailed)	.041	.302	.000	.189	.080	.129		.080	.009	.000	.021	.302	.453	.001	.043	.080	.000
P7 N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P8 Pearson Correlation	.106	.365**	.099	.106	.048	.617**	.263	1	.524**	.048	.000	.683**	.263	-.017	.099	.524**	.551**
P8 Sig. (1-tailed)	.289	.024	.302	.289	.401	.000	.080		.001	.401	.500	.000	.080	.464	.302	.001	.001
P8 N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P9 Pearson Correlation	.257	.524**	.099	.257	.048	.772**	.428**	.524**	1	.206	.154	.683**	.428**	-.017	.099	.683**	.717**
P9 Sig. (1-tailed)	.086	.001	.302	.086	.401	.000	.009	.001		.137	.208	.000	.009	.464	.302	.000	.000
P9 N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P10 Pearson Correlation	.106	.048	.921**	-.045	.048	.154	.757**	.048	.206	1	.154	.048	-.066	.843**	.099	.206	.514**
P10 Sig. (1-tailed)	.289	.401	.000	.406	.401	.208	.000	.401	.137		.208	.401	.365	.000	.302	.137	.002
P10 N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P11 Pearson Correlation	.342*	.000	.053	.783**	.926**	-.050	.373*	.000	.154	.154	1	-.154	-.107	-.056	.853**	.000	.503**
P11 Sig. (1-tailed)	.032	.500	.390	.000	.000	.397	.021	.500	.208	.208		.208	.288	.385	.000	.500	.002
P11 N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P12 Pearson Correlation	.106	.524**	.099	.106	-.111	.926**	.099	.683**	.683**	.048	-.154	1	.428**	-.017	-.066	.841**	.606**
P12 Sig. (1-tailed)	.289	.001	.302	.289	.279	.000	.302	.000	.000	.401	.208		.009	.464	.365	.000	.000
P12 N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P13 Pearson Correlation	.146	.921**	-.023	.010	-.066	.373*	-.023	.263	.428**	-.066	-.107	.428**	1	.024	-.023	.263	.375*
P13 Sig. (1-tailed)	.221	.000	.453	.478	.365	.021	.453	.080	.009	.365	.288	.009		.450	.453	.080	.020
P13 N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P14 Pearson Correlation	.071	-.017	.915**	-.093	-.017	-.056	.558**	-.017	-.017	.843**	-.056	-.017	.024	1	.024	-.017	.348*
P14 Sig. (1-tailed)	.355	.464	.000	.313	.464	.385	.001	.464	.464	.000	.385	.464	.450		.450	.464	.030
P14 N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P15 Pearson Correlation	.480**	.099	.148	.793**	.921**	-.107	.318*	.099	.099	.099	.853**	-.066	-.023	.024	1	-.066	.548**
P15 Sig. (1-tailed)	.004	.302	.218	.000	.000	.288	.043	.302	.302	.302	.000	.365	.453	.450		.365	.001
P15 N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P16 Pearson Correlation	.106	.365**	.099	.106	-.111	.926**	.263	.524**	.683**	.206	.000	.841**	.263	-.017	-.066	1	.606**
P16 Sig. (1-tailed)	.289	.024	.302	.289	.279	.000	.080	.001	.000	.137	.500	.000	.080	.464	.365		.000
P16 N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2 Pearson Correlation	.460**	.532**	.509**	.566**	.495**	.611**	.663**	.551**	.717**	.514**	.503**	.606**	.375*	.348*	.548**	.606**	1
X2 Sig. (1-tailed)	.005	.001	.002	.001	.003	.000	.000	.001	.000	.002	.002	.000	.020	.030	.001	.000	
X2 N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (1-tailed).

Kepuasan Pelanggan (Y)

Correlations

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	Y	
P1	Pearson Correlation	1	,135	,302	,431**	,207	,031	,573**
	Sig. (1-tailed)		,239	,053	,009	,136	,436	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P2	Pearson Correlation	,135	1	,149	,183	,088	,365*	,505**
	Sig. (1-tailed)	,239		,216	,167	,322	,024	,002
	N	30	30	30	30	30	30	30
P3	Pearson Correlation	,302	,149	1	,408*	,850**	,272	,724**
	Sig. (1-tailed)	,053	,216		,013	,000	,073	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P4	Pearson Correlation	,431**	,183	,408*	1	,280	,389*	,754**
	Sig. (1-tailed)	,009	,167	,013		,067	,017	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P5	Pearson Correlation	,207	,088	,850**	,280	1	,120	,596**
	Sig. (1-tailed)	,136	,322	,000	,067		,264	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P6	Pearson Correlation	,031	,365*	,272	,389*	,120	1	,621**
	Sig. (1-tailed)	,436	,024	,073	,017	,264		,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y	Pearson Correlation	,573**	,505**	,724**	,754**	,596**	,621**	1
	Sig. (1-tailed)	,000	,002	,000	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (1-tailed).

Lampiran 8 : Hasil Uji Reliabilitas

Atribut Produk (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,882	12

Kualitas Pelayanan (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,837	16

Kepuasan Pelanggan (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,680	6

Lampiran 9 : Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Atribut Produk	Kualitas Pelayanan	Kepuasan Pelanggan
N		98	98	98
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	50,24	63,61	24,07
	Std. Deviation	7,456	9,371	3,731
	Absolute	,133	.137	.138
Most Extreme Differences	Positive	,117	.088	.137
	Negative	-,133	-.137	-.138
Kolmogorov-Smirnov Z		1,206	1.245	.882
Asymp. Sig. (2-tailed)		,109	.090	.418

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Lampiran 10 : Hasil Uji Homogenitas

Test of Homogeneity of Variances

	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
X1, Y	3,303	1	190	,071
X2, Y	3,041	1	190	,083

Lampiran 11 : Hasil Uji Linearitas

Atribut Produk (X1) dan Kepuasan Pelanggan (Y) ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Pelanggan * Atribut Produk	Between Groups	(Combined)	88,357	5	17,671	20,098	,000
		Linearity	83,543	1	83,543	95,016	,000
		Deviation from Linearity	4,814	4	1,204	1,369	,251
	Within Groups		79,132	90	,879		
	Total		167,490	95			

Kualitas Pelayanan (X2) dan Kepuasan Pelanggan (Y) ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Pelanggan * Kualitas Pelayanan	Between Groups	(Combined)	140,788	6	23,465	78,210	,000
		Linearity	137,439	1	137,439	458,096	,000
		Deviation from Linearity	3,349	5	,670	2,232	,058
	Within Groups		26,702	89	,300		
	Total		167,490	95			

Lampiran 12 : Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
1 Atribut Produk	,532	1,881
Kualitas Pelayanan	,532	1,881

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Lampiran 13 : Hasil Uji Heteroskedastisitas

Correlations

			Atribut Produk	Kualitas Pelayanan	ABS_RES
Spearman's rho	Atribut Produk	Correlation Coefficient	1,000	,734**	,088
		Sig. (2-tailed)	.	,000	,395
		N	96	96	96
	Kualitas Pelayanan	Correlation Coefficient	,734**	1,000	,032
		Sig. (2-tailed)	,000	.	,757
		N	96	96	96
	ABS_RES	Correlation Coefficient	,088	,032	1,000
		Sig. (2-tailed)	,395	,757	.
		N	96	96	96

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

Lampiran 14 : Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,914 ^a	,835	,831	,546	1,647

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Atribut Produk

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Lampiran 15 : Hasil Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.		
	B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	-24,190	2,255		-10,728	,000	
	Atribut Produk	,136	,049		,162	2,806	,006
	Kualitas Pelayanan	,643	,047		,795	13,740	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Lampiran 16 : Hasil Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	139,785	2	69,892	234,616	,000 ^b
Residual	27,705	93	,298		
Total	167,490	95			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Atribut Produk

Lampiran 17 : Hasil Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-24,190	2,255		-10,728	,000
Atribut Produk	,136	,049	,162	2,806	,006
Kualitas Pelayanan	,643	,047	,795	13,740	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan