

**Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan  
Konsumen Dan Loyalitas Pelanggan Pada Waroeng Spesial Sambal Cabang  
Babarsari**

SKRIPSI



Ditulis oleh:

Nama : Ade Novrianto Mulyawan  
NIM : 11311084  
Jurusan : Manajemen  
Konsentrasi : Pemasaran

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**FAKULTAS EKONOMI**

**YOGYAKARTA**

**2016**

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dan  
Loyalitas Pelanggan Pada Waroeng Spesial Sambal Cabang Babarsari

SKRIPSI

Ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna

Memperoleh gelar sarjana strata-1 di Jurusan Manajemen,

Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia

Ditulis oleh:

Nama : Ade Novrianto Mulyawan

NIM : 11311084

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Pemasaran

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**  
**FAKULTAS EKONOMI**  
**YOGYAKARTA**  
**2016**

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebut dalam referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa persyaratan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai dengan peraturan yang berlaku

Yogyakarta, 11 Juli 2016

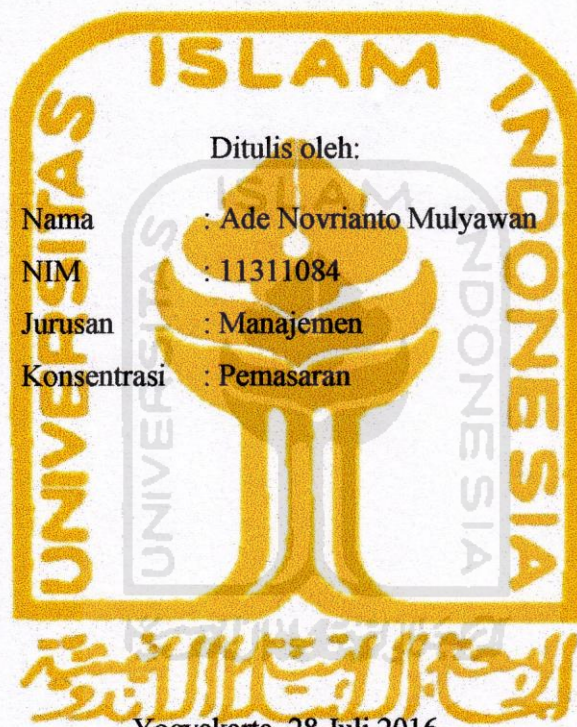
Penulis



Ade Novrianto Mulyawan

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dan  
Loyalitas Pelanggan Pada Waroeng Spesial Sambal Cabang Babarsari



Telah disetujui oleh

Dosen Pembimbing,

Anas Hidayat, Drs., MBA., Ph.D

**BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI**

SKRIPSI BERJUDUL

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN  
DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA WAROENG SPESIAL SAMBAL CABANG  
BABARSARI**

Disusun Oleh : **ADE NOVRIANTO MULYAWAN**

Nomor Mahasiswa : **11311084**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

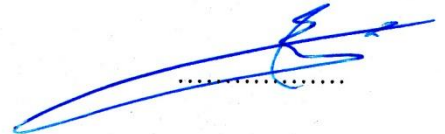
Pada hari Rabu, tanggal: 21 September 2016

Penguji/ Pembimbing Skripsi : Anas Hidayat, Drs., MBA., Ph.D.



.....

Penguji : Albari, Drs., M.Si



.....

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Islam Indonesia



Dr. D. Agus Harjito, M.Si.

## MOTTO

“Sebaik-baik manusia diantara mu adalah yang paling banyak memberi manfaat bagi orang lain”

-HR. Bukhori Muslim

*“Man Jadda Wajada”*

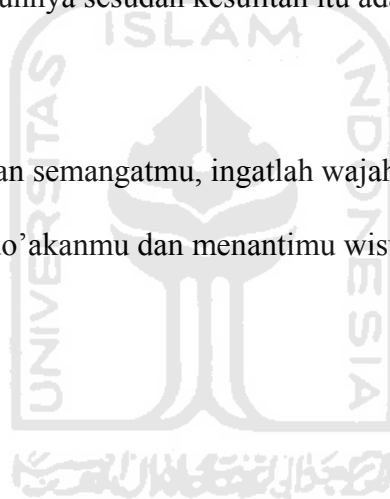
-Pepatah Arab

“Maka sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.”

-QS. Al-Insyiroh:5-6

“Jika revisi melemahkan semangatmu, ingatlah wajah orang tua yang selalu mendo’akanmu dan menantimu wisuda”

-tweetipb





*Teruntuk,*

*Allah SWT*

*Almamaterku, FE UII*

*Bapak dan Ibu tersayang*

*Kakakku Tercinta dan Segenap Keluarga yang selalu memberikan motivasi demi  
keberhasilanku*

## ABSTRACT

This research is related to how the Effect of Service Quality on Customer Satisfaction at Waroeng Special Sambal Branch Babarsari, How to influence product quality to customer satisfaction at Waroeng Special Sambal Branch Babarsari, how the influence of Quality of Service and Quality of Products to Customer Satisfaction at Waroeng Special Sambal Branch Babarsari. How to influence consumer satisfaction on Customer Loyalty in Waroeng Special Sambal Branch Babarsari. The purpose of this study was to explain the extent of the influence of service quality on customer satisfaction at Waroeng Special Sambal Branch Babarsari, to explain the extent of the influence of product quality to customer satisfaction at Waroeng Special Sambal Branch Babarsari To describe the Quality of Service and Quality of Products to Customer Satisfaction at Waroeng special Sambal Babarsari Branch. To explain the extent of the influence of customer satisfaction on Customer Loyalty. Respondents in this study were 150 people. Data collection methods used are questionnaires and in analyzing the data using linear regression

The results of this study indicate that there is a significant influence on the quality of service to customer satisfaction Waroeng Special Sambal Babarsari Branch. Secondly there is a significant effect on product quality to customer satisfaction at Waroeng Special Sambal Babarsari Branch. Third There is a significant influence on the quality of service and product quality to customer satisfaction Waroeng Special Sambal Babarsari Branch. Fourth no significant effect on the Customer Satisfaction Customer Loyalty at Waroeng Special Sambal Babarsari Branch.

**Keywords:** *Quality Service, Quality Products, Customer Satisfaction, Customer loyalty.*



## ABSTRAK

Penelitian ini terkait dengan bagaimana Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Waroeng Spesial Sambal Cabang Babarsari, Bagaimana pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Waroeng Spesial Sambal Cabang Babarsari, Bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Waroeng Spesial Sambal Cabang Babarsari. Bagaimana pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan pada Waroeng Spesial Sambal Cabang Babarsari. Tujuan dar I penelitian ini adalah Untuk menjelaskan sejauh mana pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Waroeng Spesial Sambal Cabang Babarsari, Untuk menjelaskan sejauh mana pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Waroeng Spesial Sambal Cabang Babarsari Untuk menjelaskan Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Waroeng Spesial Sambal Cabang Babarsari. Untuk menjelaskan sejauh mana pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan. Responden dalam penelitian ini adalah 150 orang. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah menggunakan kuisisioner dan dalam menganalisis datanya menggunakan regresi linier.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Waroeng Spesial Sambal Cabang Babarsari. Kedua ada pengaruh signifikan dari Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Waroeng Spesial Sambal Cabang Babarsari. Ketiga Ada pengaruh signifikan dari kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Waroeng Spesial Sambal Cabang Babarsari. Keempat ada pengaruh signifikan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan pada Waroeng Spesial Sambal Cabang Babarsari.

**Kata Kunci:** *Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Pelanggan.*

## KATA PENGANTAR

*AssalamualaikumWr. Wb.*

*Alhamdulillah* *obil'alamin*, puja-puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT. Karena atas segala limpahan rahmat dan hidayah-Nya, penulis bisa menyelesaikan dengan baik tugas akhir (skripsi) ini. Tidak lupa sholawat serta salam kepada Nabi Muhammad SAW. Yang dengan segala keistimewaannya menjadi suri taula dan bagi seluruh umat manusia di muka bumi ini dalam berperilaku, menjadi insan yang bermanfaat bagi orang lain dan sekitarnya.

Selain proses yang cukup menguras waktu dan pikiran, penyelesaian skripsi ini tak lepas dari segala usaha, doa serta dukungan dari banyak pihak. Terima kasih yang tak terbendung dari hati serta penghargaan yang setinggi - tingginya penulis ucapkan kepada:

1. Allah SWT atas segala sesuatu yang sudah diberikan dengan cuma-cuma pada penulis dari lahir hingga saat ini.
2. Kedua orang tua serta adik tersayang yang selalu menghadirkan kasih sayang, semangat serta doa-doa terindahannya.
3. Bapak Dr. Ir. Harsoyo, M.Sc selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.
4. Bapak Dr. Dwi Praptono Agus Hardjito, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
5. Bapak Dr. Sutrisno, MM selaku Ketua Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia.

6. Bapak Anas Hidayat ,Drs., MBA., ph.D selaku dosen pembimbing skripsi yang bersedia memberi arahan, ilmu dan pengetahuan, serta perhatian dan kepeduliannya menyemangati penulis dalam tiap proses penyelesaian skripsi ini, dan Bapak Asmai Ishak M.Bus., ph.D dosen metapel serta bapak dan ibu dosen, beserta staf dan karyawan di lingkungan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
7. Mas Iyan dan Mba Thitis karyawan waroeng SS (Spesial Sambal) Babarsari yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk menjadi responden sehingga penelitian ini bisa berjalan lancar.
8. Dek Melani yang tak henti – henti nya memotivasi dan memberikan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini terima kasih semangat mu dek.
9. Sahabatku yang setia mendukung, memberi semangat, dan membantu segala hal yang berhubungan dengan skripsi ini dari awal hingga akhir Restu Sugondo. Semoga Allah membalas kebaikanmu
10. Sahabat-sahabatku Adityo (Pedhet), Fandi, Irfan (Cancut), Khalid, Dimas (Koncil), Mimin dan Ajib yang selama kurang lebih 3 tahun bersama berjuang di bangku perkuliahan dengan berbagai cerita suka dan dukanya. Semoga kita bisa sukses dan saling membanggakan. Yang paling berjasa dalam skripsi ini sahabatku Gondo dan Syahrul terima kasih banyak atas segala bantuan yang diberikan tanpa mengenal lelah dan pamrih. Semoga Allah membalas kebaikan kalian, Amiin
11. Teman-teman seperjuangan yang selalu memberikan warna dalam proses pengerjaan skripsi, Joni, Vita, Rani, Intan, Vivi, Jepi, Krisna, Aris, Dani, Galant, Ali, Gabok, Tika, Ikwan, Irwan, Ipat, Fajar, Riyan, Tomy, Bagong.
12. Keluarga baru KKN unit 18, Daufan, Amel, Yuli, Ais, Apin, Afif, dan mas Ardianto telah memberikan warna baru dan kekonyolan yang dapat menghibur di

sela-sela proses skripsi. Terima kasih atas semangat dan doanya

Serta semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan dan doanya yang terlalu banyak sehingga tak bisa disebutkan satu persatu. Penulis hanya bisa berdoa semoga semua kebaikan kalian dibalas oleh Allah SWT. Amin.

Sebagai penutup, penulis berharap ada saran dan kritik yang membangun agar hasil penelitian dari skripsi yang disusun ini bisa lebih baik lagi dan mampu menambah kemanfaatan untuk banyak orang. Amin.

*WassalamualaikumWr. Wb.*



Yogyakarta, 26 Juli 2016

Penulis

Ade Novrianto Mulyawan

## DAFTAR ISI

Halaman Sampul Depan .....	i
Halaman Judul .....	ii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme .....	iii
Halaman Pengesahan Skripsi .....	iv
Halaman Motto .....	v
Halaman Persembahan .....	vi
Abstrak .....	vii
Kata Pengantar .....	ix
Daftar Isi .....	xii
Daftar Tabel .....	xvi
Daftar Gambar .....	xvii
Daftar Lampiran .....	xix
 <b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	3

1.3 Tujuan Penelitian .....	3
1.4 Manfaat Penelitian .....	4
 <b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b>	
2.1. Kualitas Pelayanan.....	5
Hubungan Antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen.....	5
2.2 Kualitas Produk.....	6
Hubungan Antara Kualitas produk Terhadap Kepuasan Konsumen.....	6
2.3 Kepuasan pelanggan.....	7
Hubungan Antara Kepuasan pelanggan Terhadap Loyalitas pelanggan.....	7
2.4 Loyalitas pelanggan.....	9
2.5 Kerangka pikir penelitian.....	10
 <b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	
3.1 Lokasi Penelitian .....	11
3.2 Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	11
3.3 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data .....	14
3.4 Uji Instrumen Penelitian .....	15
3.4.1 Uji Validitas .....	15

3.4.2 Uji Reliabilitas .....	16
3.5 Populasi dan Sampel .....	17
3.6 Metode Alat Analisis.....	18
3.6.1 Analisis Regresi Sederhana.....	18
3.6.2 Koefisien Determinasi .....	18
3.6.3 Uji F .....	19
3.6.4 Uji t .....	20
3.7. Pengujian Asumsi Klasik .....	21
3.7.1 Normalitas.....	21
3.7.2 Uji Multikoliniritas.....	21
3.7.3 Uji Heteroskedastisitas.....	21
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Analisis Deskriptif.....	23
4.1.1 Karakteristik Resonden.....	23
4.1.2 Persepsi terhadap Variabel Penelitian .....	25
4.2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	30
4.3 Analisis Kuantitatif .....	32

4.3.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen .....	32
4.3.2 Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan .....	34
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik .....	35
4.4.1 Hasil Uji Multikolinieritas .....	35
4.4.2 Hasil Uji Normalitas .....	36
4.4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	38
4.5 Pembahasan .....	42
4.5.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen .....	40
4.5.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen.....	41
4.5.3 Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan .....	41
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan .....	42
5.2 Saran .....	42
DAFTAR PUSTAKA .....	44



## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1: Kelompok Responden Menurut Jenis Kelamin .....	23
Tabel 4.2: Kelompok Responden Menurut Usia .....	24
Tabel 4.3: Kelompok Responden Menurut Tingkat Pendidikan.....	24
Tabel 4.4: Rekapitulasi Data Demografi Yang Paling Dominan.....	25
Tabel 4.5: Interval Kelas.....	26
Tabel 4.6: Analisis Diskriptif Variabel ( $X_1$ ).....	27
Tabel 4.7: Analisis Diskriptif Variabel ( $X_2$ ).....	28
Tabel 4.8: Analisis Diskriptif Variabel ( $Y_1$ ).....	29
Tabel 4.9: Analisis Diskriptif Variabel ( $Y_2$ ).....	29
Tabel 4.10:Rangkuman Persepsi Konsumen.....	30
Tabel 4.11:Uji Validitas dan Reliabilitas.....	30
Tabel 4.12:Regresi Linier.....	32
Tabel 4.13:Uji Signifikansi Simultan.....	33
Tabel 4.14:Regresi Linier Lanjutan.....	33
Tabel 4.15:Regresi Linier.....	34

Tabel 4.16: Regresi Linier Lanjutan.....	35
Tabel 4.17: Hasil Output Uji Multikolinieritas.....	35
Tabel 4.18: Hasil Output Uji Multikolinieritas.....	36



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1: Kerangka Pikir Penelitian .....	10
Gambar 2: Hasil Uji Normalitas .....	36
Gambar 3: Data Output Uji Heteroskedastisitas.....	38



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian .....	51
Lampiran 2: Uji Validitas Kualitas Pelayanan .....	57
Lampiran 3: Uji Validitas Kualitas Produk .....	59
Lampiran 4: Uji Validitas Kepuasan Konsumen.....	60
Lampiran 5: Uji Validitas Loyalitas Pelanggan .....	60
Lampiran 6: Uji Reliabilitas .....	61
Lampiran 7: Uji Asumsi Klasik .....	63
Lampiran 8: Analisis Kuantitatif .....	64
Lampiran 9: Data Mentah Kuesioner .....	66

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Salah satu bisnis yang sangat menjanjikan peluang dan kesuksesan pada pelaku usahanya saat ini ialah bisnis kuliner. Konsumen merupakan faktor utama untuk kemajuan suatu perusahaan dengan demikian perusahaan harus memperhatikan faktor faktor yang mempengaruhi daya beli konsumen seperti kualitas layanan, kepuasan, dan loyalitas.

Pada era perkembangan bisnis sekarang ini menuntut para pelaku usaha untuk selalu dinamis, dalam artian selalu dapat mengikuti perubahan yang terjadi. Hal tersebut tentu memicu semakin ketatnya persaingan antar bisnis. Dalam kondisi persaingan yang ketat tersebut membuat konsumen sangat mungkin untuk cepat berubah-ubah, sehingga pelaku bisnis dituntut untuk mengikuti perubahan dari keinginan konsumennya secara terus menerus. Salah satu tujuan utama aktivitas pemasaran sering kali dilihat dari pencapaian loyalitas pelanggan melalui strategi pemasaran.

Bagi manajemen, peningkatan terus jumlah pelanggan itu merupakan kebanggaan sekaligus menjadi amanah dan tanggung jawab untuk terus memberikan yang terbaik bagi pelanggan, sehingga dituntut untuk selalu meningkatkan jasa pelayanannya. Pada dasarnya kelangsungan operasional suatu perusahaan ditentukan oleh keberhasilan penjualan produknya. Semakin tinggi volume penjualannya maka semakin besar pula kekuatan suatu perusahaan untuk tetap bertahan dan bersaing di pasaran, dalam hal ini ada

banyak hal yang harus dievaluasi oleh perusahaan. Perusahaan harus mengetahui seberapa besar minat konsumen pada produknya dan seberapa besar konsumen produk perusahaan dibandingkan konsumen produk lain dari pesaing, bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan agar kepuasan konsumen tercapai sehingga dapat berpengaruh terhadap loyalitas mereka, serta siapa saja pesaing perusahaan (Suprayogi, 2013).

Peningkatan kualitas pelayanan dan kualitas produk bertujuan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Menurut Suprayogi (2013) menyatakan bahwa faktor yang mendorong kepuasan diantaranya kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti langsung (tangible), kehandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), dan empati (empathy). Atribut-atribut tersebut dapat dijabarkan dengan dimodifikasi sesuai dengan jenis usaha dan industri yang diteliti untuk kemudian dijadikan kriteria-kriteria penilaian bagi pelanggan terhadap kinerja perusahaan.

Perusahaan yang memiliki pelanggan yang loyal maka akan memperoleh keuntungan. Loyalitas pelanggan dapat diciptakan dengan meningkatkan kualitas layanan dan kualitas produk yang diberikan. Apabila konsumen sudah puas maka loyalitas akan muncul untuk terus menggunakan produk tersebut dan dengan demikian perusahaan akan memperoleh keuntungan.

Berangkat dari latar belakang yang dipaparkan diatas, maka saya tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul, **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA WAROENG SPESIAL SAMBAL CABANG BABARSARI ”**

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, masalah yang ingin penulis pecahkan dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah ada pengaruh antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Waroeng Spesial Sambal Cabang Babarsari secara parsial?
2. Apakah ada pengaruh antara Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Waroeng Spesial Sambal Cabang Babarsari secara parsial?
3. Apakah ada pengaruh antara Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan pada Waroeng Spesial Sambal Cabang Babarsari secara simultan?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menjelaskan bagaimana Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada Waroeng Spesial Sambal Cabang Babarsari secara parsial.
2. Untuk menjelaskan bagaimana Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada Waroeng Spesial Sambal Cabang Babarsari secara parsial.
3. Untuk menjelaskan bagaimana Kepuasan Konsumen berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada Waroeng Spesial Sambal Cabang Babarsari secara parsial.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat pada pihak-pihak sebagai berikut :

##### 1. Bagi Peneliti

Merupakan kesempatan untuk menerapkan disiplin ilmu yang didapat selama kuliah dan menambah wawasan tentang masalah yang terjadi secara nyata di suatu lingkungan tertentu.

##### 2. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menambah *Khazanah* keilmuan, yaitu sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya.

##### 3. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan dan bahan pertimbangan dalam menentukan langkah dan kebijakan perusahaan khususnya dalam penentuan strategi pemasaran yang berorientasi pada Loyalitas Pelanggan.



## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **2.1 Kualitas Pelayanan**

##### **Hubungan antara Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen**

Kualitas pelayanan pada dasarnya berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampainnya untuk mengimbangi harapan pelanggan (Sugiarto 2005). Kualitas pelayanan merupakan proses yang dialami pelanggan secara subyektif, dimana aktivitas konsumsi dan produksi dilakukan secara bersamaan.

Konsep yang saat ini masih dikenal dan sering digunakan pada kualitas pelayanan adalah konsep SERVQUAL. SERVQUAL sendiri pertama kali dikemukakan oleh Parasuraman, Berry dan Zeithaml. Awalnya konsep ini memiliki 10 dimensi dan sekarang lebih disederhanakan lagi dengan menggunakan 5 dimensi yang meliputi (Tjiptono, 2007): Bukti fisik (*tangible*), Empati (*empathy*) Reliabilitas (*reliability*), Daya tanggap (*responsiveness*), Jaminan (*assurance*).

Prioritas utama yang perlu diperhatikan dalam menilai pentingnya kualitas pelayanan suatu perusahaan adalah sejauh mana pelayanan itu dapat menciptakan tingkat kepuasan semaksimal mungkin bagi konsumen. Dengan kata lain, kualitas pelayanan harus sesuai dengan harapan yang diinginkan oleh setiap konsumen. Pada tingkat kesesuaian yang semakin tinggi antara harapan dengan kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan, di situlah tercipta nilai kepuasan yang maksimal (Kaihatu2008).

Penelitian yang dilakukan oleh Vazifehdust dan Farokhian (2013) mengatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan sebuah prioritas yang di kedepankan oleh perusahaan asuransi demi meningkatkan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan maka ketika pelayanan yang diberikan mampu memenuhi apa yang diharapkan pelanggan, maka pelanggan tersebut akan merasa puas (Andreassen dan Lindestad dalam Hadi, 2002).

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat dirumuskan suatu hipotesis sebagai berikut :

**H1 : Ada pengaruh yang signifikan dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen waroeng spesial sambal cabang babarsari secara parsial.**

## 2.2 Kualitas Produk

### Hubungan antara Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Kotler dan Keller (2008) Produk adalah segala sesuatu yang dapat di tawarkan ke pasar untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan. Kualitas produk adalah kecocokan penggunaan produk (*fitness for use*) untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan Konsumen (Nasution,2005).

Nasution (2005) kualitas produk adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia/tenaga kerja, proses dan tugas, serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan atau konsumen. Tjiptono (2006) mendefinisikan kualitas sebagai tingkat mutu yang diharapkan dan pengendalian keragaman dalam mencapai mutu tersebut untuk memenuhi

kebutuhan konsumen. Mulyono (2007) terdapat bukti bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian lain yang dilakukan oleh Saidani (2012) terbukti bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan secara signifikan.

Kepuasan konsumen dapat diwujudkan dengan peningkatan kualitas produk dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas produk menunjukkan hubungan yang positif terhadap kepuasan konsumen (Jahanshahi, 2011)

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

**H2 : ada pengaruh yang signifikan dari kualitas produk terhadap kepuasan konsumen waroeng spesial sambal cabang babarsari secara parsial.**

### **2.3 Kepuasan pelanggan**

#### **Hubungan antara Kepuasan pelanggan terhadap Loyalitas pelanggan**

Kepuasan adalah respon akan terpenuhinya ekspektasi konsumen. Dengan kata lain kepuasan adalah sebuah pertimbangan bahwa fitur dari sebuah produk atau jasa memberikan sebuah tingkat kenikmatan dari terpenuhinya ekspektasi konsumen (Oliver, 1997). Kelsey dan Bond(2001). *“Customer’s satisfaction is defined as the results of goods and services offered for responding to customer’s needs and the satisfaction or increasing their expectations.”*

Dampak jangka panjang kepuasan konsumen adalah terbentuknya loyalitas pelanggan. Ketika pelanggan merasa puas terhadap produk maupun jasa yang diberikan oleh suatu perusahaan maka pelanggan akan cenderung

untuk kembali melakukan pembelian ulang terhadap produk maupun mengunjungi jasa tersebut (Oliver 1997, dalam Ishak dan Lutfi, 2011).

Kepuasan konsumen merupakan salah satu hal penting yang harus diperhatikan perusahaan untuk memperoleh keuntungan ketika konsumen sudah puas maka loyalitas pelanggan akan terwujud. Shellyana dan Dharmmesta (2002) mengatakan loyalitas memiliki pola pembelian ulang pada merek lokal yang merupakan loyalitas sesungguhnya atau loyalitas pada merek tunggal. Pelanggan yang loyal biasanya tidak lagi mempertimbangkan faktor-faktor yang berpengaruh dalam penentuan pilihan seperti tingkat harga, kualitas, jarak dan atribut lainnya, karena telah tertanam dalam pikirannya bahwa produk/jasa yang akan dibeli telah memenuhi kebutuhan dan harapan.

Bowen dan Chen (2001) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan berhubungan erat dengan loyalitas pelanggan, dimana pelanggan yang terpuaskan akan menjadi pelanggan yang loyal. Pelanggan yang loyal akan menjadi tenaga pemasaran yang dahsyat bagi perusahaan dengan memberikan rekomendasi dan informasi positif kepada calon pelanggan lain.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Bloemer et al., (1998), menjelaskan bahwa kepuasan sering kali dipandang sebagai dasar munculnya loyalitas. Kepuasan ternyata memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas, seorang nasabah bank akan merasa puas setelah melakukan transaksi melalui bank dan akan menimbulkan keinginan untuk menggunakan layanan tersebut dikemudian hari. Penelitian yang dilakukan Le Blanc dan Nguyen (1988) membuktikan adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara kepuasan pelanggan dengan loyalitas pelanggan. Berdasarkan uraian diatas,

maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

**H3 : ada pengaruh yang signifikan dari kepuasan konsumen terhadap loyalitas di waroeng spesial sambal cabang babarsari secara parsial.**

## **2.4 Loyalitas pelanggan**

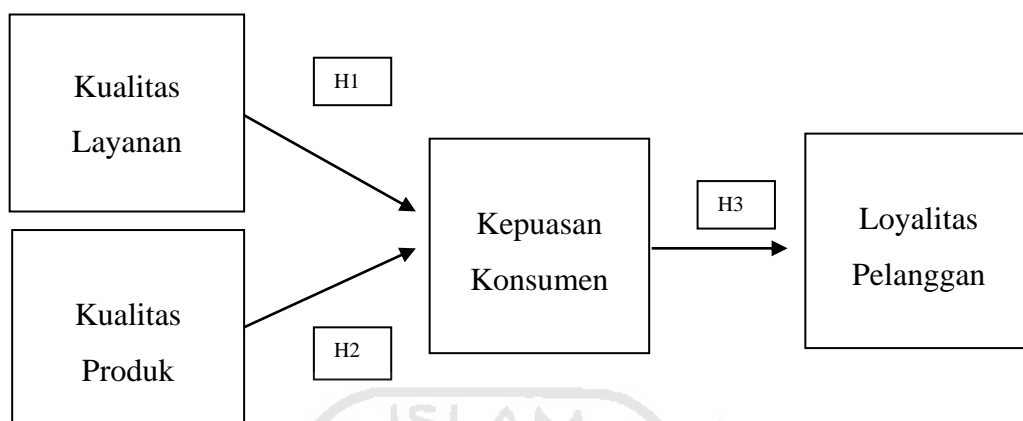
Loyalitas adalah komitmen mendalam untuk membeli atau menggunakan kembali produk atau jasa secara konsisten di masa yang akan datang, sehingga mendorong adanya pembelian merek yang sama walaupun terdapat pengaruh-pengaruh situasional dan usaha pemasaran yang berpotensi menyebabkan perilaku berpindah ke produsen lain (Oliver 1999).

Suatu hal yang penting bagi suatu perusahaan untuk memiliki pelanggan yang loyal pada produk mereka. Pelanggan yang loyal akan memberikan pemasukan yang besar bagi perusahaan, sedangkan kehilangan pelanggan yang loyal maka akan menjadi suatu hal yang merugikan perusahaan, karena mereka harus mencari pelanggan lagi untuk mengganti pelanggan yang telah hilang (Suprayogi 2013).

Penelitian yang di lakukan oleh Ismail (2014) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk yang baik akan memberikan kepuasan terhadap nasabah dan apabila nasabah telah puas maka dengan sendirinya tercipta loyalitas. Oleh karena itu perekrutan dan pengembangan karyawan harus memperhatikan standar kompetensi yang mampu memenuhi harapan nasabah. Pelatihan–pelatihan yang meningkatkan kemampuan, pengetahuan dan sikap profesional bagi karyawan perlu dilakukan secara berkala.

## 2.5 Kerangka Pikir Penelitian

Hubungan dari masing-masing variabel yang diteliti dapat di gambarkan sebagai berikut:



**Gambar 1: Kerangka Pikir Penelitian**



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Lokasi Penelitian**

Penelitian dilakukan di Waroeng Spesial Sambal Jalan Babarsari, Catur Tunggal, Depok, Sleman. Dalam penelitian ini yang menjadi unit analisis data adalah mereka yang pernah berkunjung dan membeli makanan di Waroeng spesial sambal cabang Babarsari.

#### **3.2 Definisi Operasional Variabel Penelitian**

Merupakan suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel dengan cara memberikan arti atau menspesifikasikan kegiatan suatu variable dengan cara memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variable tersebut. Variabel- variabel yang digunakan dalam penelitian dikelompokkan menjadi tiga yaitu:

##### 1) Variabel Independent (bebas)

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen, baik yang pengaruhnya positif maupun negatif (Ferdinand 2006). Variabel independen dalam penelitian ini yaitu kualitas layanan dan kualitas produk .

##### A. Kualitas Layanan (X1)

Tjiptono (2007) menyatakan kualitas layanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas layanan mendorong pelanggan untuk komitmen kepada produk dan layanan suatu perusahaan

sehingga berdampak kepada peningkatan market share suatu produk. Zeithaml dan Bitner (1996) merangkum lima dimensi pokok dari kualitas layanan yang terdiri dari reliability, responsiveness, assurance, empathy, serta tangible. Berikut penjelasannya:

1. Tangible (bukti fisik) meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi serta kendaraan operasional.
2. Reliability (kepercayaan) merupakan kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera dan terpercaya.
3. Responsiveness (daya tanggap) yaitu sikap tanggap pegawai dalam memberikan pelayanan yang dibutuhkan dan dapat menyelesaikan dengan cepat. Kecepatan pelayanan yang diberikan merupakan sikap tanggap dari petugas dalam pemberian pelayanan yang dibutuhkan.
4. Assurance (jaminan) mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki pegawai, bebas dari bahaya, risiko, dan keragu-raguan.
5. Empathy (empati) meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, dan memahami kebutuhan pelanggan.

#### B. Kualitas Produk (X2)

Produk didefinisikan sebagai sesuatu yang dapat ditawarkan ke dalam pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Kualitas produk adalah segala sesuatu yang memiliki nilai di pasar sasaran (*target market*) dimana dapat



memberikan manfaat dan kepuasan, termasuk hal ini adalah benda, jasa, organisasi, tempat, orang dan ide.

Indikator yang digunakan untuk variabel kualitas produk Kotler dan Amstrong (1996) adalah :

1. Performance
2. Reliability
3. Conformance

## 2) Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang menjadi pusat perhatian peneliti (Ferdinand 2006). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah :

### 1. Kepuasan konsumen Y1

Indikator yang digunakan dalam variabel kepuasan Konsumen (Engel, 1995, dan Kotler, 1997) adalah :

1. Kepuasan terhadap pelayanan
2. Kepuasan produk yang dihasilkan
3. Perbandingan antara harapan dan kenyataan

### 2. Loyalitas Y2

Indikator yang digunakan untuk variabel loyalitas konsumen (Selnes 1993 dan Chow dan Holden 1997) adalah :

1. Pembelian ulang
2. Rekomendasi ke orang lain (word of mouth)
3. Komitmen

### 3.3 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

Data adalah bahan keterangan tentang suatu objek penelitian yang diperoleh di lokasi penelitian. Definisi data sebenarnya mirip dengan definisi informasi, hanya saja informasi lebih ditonjolkan segi pelayanan, sedangkan data lebih menonjolkan aspek materi (Bungin 2005). Data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang langsung diperoleh dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau objek penelitian (Bungin 2005).

2. Data Sekunder

Data dan sumber data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder dari data yang kita butuhkan. Data sekunder diperoleh dari sumber data sekunder, yaitu sumber data kedua sesudah sumber data primer (Bungin 2005).

Dalam penelitian ini penulis mengumpulkan data yang diperlukan dengan cara melakukan pengamatan langsung pada perusahaan yang bersangkutan, baik melalui observasi, penyebaran kuesioner kepada para pegawai, dan wawancara. Pengumpulan data yang dilakukan yaitu dengan cara penyebaran kuesioner yang diberikan kepada responden (pelanggan Waroeng Spesial Sambal Cabang Babarsari). Materi kuesioner yang disebarakan berisi pernyataan mengenai kualitas layanan, kualitas produk, kepuasan konsumen dan loyalitas pelanggan. Setiap poin jawaban pada kuesioner ditentukan skornya

menggunakan skala *Likert*. Bobot yang digunakan dalam setiap pertanyaan adalah:

5 = Sangat tinggi

4 = Tinggi

3 = Sedang

2 = Rendah

1 = Sangat rendah

### 3.4 Uji Instrumen Penelitian

#### 3.4.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali 2005). Rumus yang digunakan untuk mencari nilai korelasi adalah *Pearson Product Moment* sebagai berikut (Azwar, 2009:19):

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

$$r_{xyz} = \frac{n \sum XYZ - (\sum X)(\sum Y)(\sum Z)}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\} \{n \sum Z^2 - (\sum Z)^2\}}}$$

Keterangan:

$r_{xyz}$  = Koefisien korelasi

$X$  = Skor yang ada dibutir item

$Y$  = Total skor

$n$  = Jumlah subyek

$\sum X$  = Jumlah skor X

$\sum Y$  = Jumlah skor Y

$\sum Z$  = Jumlah skor Z

Suatu instrumen dinyatakan valid jika memiliki koefisien korelasi lebih besar dari r tabel dan sebaliknya item pertanyaan dinyatakan gugur (tidak valid) jika koefisien korelasi kurang dari nilai r tabel.

### 3.4.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuisioner yang mempunyai indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuisioner dinyatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali 2005). Untuk mengetahui suatu alat ukur reliabel atau tidak dalam penelitian ini diuji dengan menggunakan Alpha *Cronbach* dengan rumus sebagai berikut (Sugiono 2005):

$$r_i = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right]$$

Keterangan:

$r_i$  = Alfa *Cronbach*

$\sum S_i^2$  = mean kuadrat kesalahan

$S_t^2$  = varians total

$k$  = mean kuadrat antara subyek

Suatu instrumen dapat dikatakan reliabel jika memiliki koefisien keandalan (reliabel) sebesar 0.60 atau lebih.

### 3.5 Populasi dan Sampel

Salah satu langkah dalam penelitian adalah menentukan obyek yang akan diteliti dan besarnya populasi yang ada. Menurut Sugiyono (2007) yang dimaksud dengan populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subyek atau obyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini populasinya adalah seluruh konsumen yang pernah berkunjung dan membeli makanan di Waroeng Spesial Sambal Cabang Babarsari.

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono 2007). Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian pelanggan Waroeng Spesial Sambal Cabang Babarsari yang pernah berkunjung dan membeli makanan dan berdomisili di daerah Condong Catur Yogyakarta. Metode sampling yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *Convenience* atau teknik pengambilan sampel dimana peneliti lebih memiliki kebebasan untuk memilih pelanggan yang mana saja yang bisa dijadikan sampel penelitian. Maka peneliti menetapkan jumlah sampel sebanyak 150 responden. Menurut Sunyoto (2013) teknik *Convenience* sampling yaitu sampel dipilih karena faktor kondisi, seperti keberadaan sampel pada tempat dan waktu yang tepat. dengan kata lain, responden adalah orang yang kebetulan ditemukan dilapangan ataupun mudah untuk ditemui atau dijangkau,

### 3.6 Metode Alat Analisis

#### 3.6.1 Analisis Regresi Sederhana

Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan. Bentuk umum persamaannya adalah sebagai berikut (Situmorang 2010) :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

dimana:

Y : Kepuasan Konsumen

X<sub>1</sub> : Kualitas Layanan

X<sub>2</sub> : Kualitas Produk

e : Error

#### 3.6.2 Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui lebih jauh hubungan antar variabel, salah satu alat analisis yang bisa digunakan adalah koefisien determinasi. Dengan koefisien determinasi, kita bisa mengetahui seberapa besar hubungan dari beberapa variabel dalam pengertian yang lebih jelas. Koefisien determinasi akan menjelaskan seberapa besar perubahan atau variasi suatu variabel bisa dijelaskan oleh perubahan atau variasi pada variabel lain. Untuk memperoleh nilai koefisien determinasi, kita bisa menghitung variasi dari variabel dependen yang bisa dijelaskan oleh variasi variabel independen. Dan kita bisa menghitung dengan mengkuadratkan koefisien korelasi.

Untuk pengujian kontribusi kemampuan menjelaskan variabel bebas untuk bersama-sama terhadap variasi variabel terikat dapat dilihat dari koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) berganda dimana nilai koefisiennya antara  $0 \leq 1$ , hal

ini berarti bahwa nilai  $R^2$  yang semakin besar mendekati 1 merupakan indikator yang menunjukkan semakin kuatnya kemampuan menjelaskan perubahan variabel bebas  $X$  terhadap variabel terikat  $Y$ .

### 3.6.3 Uji $F$ (Serentak)

Uji hipotesis ( $F$ -test) bertujuan untuk mengetahui bersama-sama variabel independen terhadap variabel dependen (Nugroho 2005). Uji  $F$  digunakan untuk membuktikan hipotesis, adapun langkah-langkahnya yaitu:

1. Merumuskan hipotesis operasional, yaitu  $H_0$  dan  $H_a$

$H_0$ : Ada pengaruh tetapi tidak signifikan dari kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Waroeng Spesial Sambal Cabang Babarsari.

$H_a$ : Ada pengaruh signifikan dari kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Waroeng Spesial Sambal Cabang Babarsari,

2. Menetapkan taraf signifikansi ( $\alpha$ ), yaitu  $\alpha=5$ persen atau 0,05

3. Membuat kesimpulan:

- a. Jika  $p > \alpha = H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya ada pengaruh tetapi tidak signifikan dari kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Waroeng Spesial Sambal Cabang Babarsari secara simultan

- b. Jika  $p \leq \alpha = H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya ada pengaruh signifikan dari kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Waroeng Spesial Sambal Cabang Babarsari secara simultan

4. Melakukan perhitungan sesuai dengan pendekatan statistika yang dipergunakan, yaitu dengan menggunakan *analysis of variance* (ANOVA) pada program SPSS.

#### 3.6.4 Uji *t* (Parsial)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui signifikan pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. *t*-test bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen secara individual (parsial) terhadap variabel dependen (Nugroho 2005). Uji *t* digunakan untuk membuktikan hipotesis, adapun langkah-langkahnya yaitu:

1. Merumuskan hipotesis operasional, yaitu  $H_0$  dan  $H_a$   
 $H_0$ : Ada pengaruh tetapi tidak signifikan dari kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Waroeng Spesial Sambal Cabang Babarsari secara parsial.  
 $H_a$ : Ada pengaruh signifikan dari kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Waroeng Spesial Sambal Cabang Babarsari secara parsial.
2. Menetapkan taraf signifikansi ( $\alpha$ ), yaitu  $\alpha=5$ persen atau 0,05
3. Membuat kesimpulan:
  - a. Jika  $p > \alpha = H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya ada pengaruh tetapi tidak signifikan dari kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Waroeng Spesial Sambal Cabang Babarsari secara parsial.



- b. Jika  $p < \alpha = H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya ada pengaruh signifikan dari kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Waroeng Spesial Sambal Cabang Babarsari secara parsial.
4. Melakukan perhitungan sesuai dengan pendekatan statistika yang dipergunakan, yaitu dengan menggunakan *analysis of variance* (ANOVA) pada program SPSS 17.

### **3.7 Pengujian Asumsi Klasik**

#### **3.7.1 Normalitas**

Tujuan uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal (Situmorang 2010). Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan histogram, grafik dan *kolmogrov-smirnov* dengan menggunakan tingkat signifikan 5 persen.

#### **3.7.2 Uji Multikolinieritas**

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan linear yang sempurna di antara variabel-variabel bebas dalam regresi. Untuk mengetahui ada tidaknya gejala multikolinieritas dapat dilihat dari besarnya nilai *tolerance* dan VIF (*Varians Inflation Factor*) melalui program SPSS. Kriteria yang dipakai adalah apabila nilai *tolerance*  $> 0,1$  atau nilai VIF  $< 5$ , maka tidak terjadi multikolinieritas (Situmorang 2010).

#### **3.7.3 Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka

disebut Homokedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homokedastisitas atau tidak terjadi Heterokedastisitas, Ghozali (2005). Pada penelitian ini uji heterokedastisitas dengan menggunakan pendekatan grafik dan statistik melalui uji gletser dengan menggunakan tingkat signifikan 5%.



## BAB IV

### ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini kuesioner disebarakan kepada 150 responden yang pernah berkunjung ke Waroeng (SS) Spesial Sambal dan berdomisili di condong catur.

#### 4.1 Analisis Deskriptif

##### 4.1.1 Karakteristik Responden

###### 1. Kelompok Responden Menurut Jenis Kelamin

Berdasarkan data hasil penelitian yang diperoleh dari 150 responden berkaitan dengan jenis kelamin responden, diperoleh data yang disajikan dalam tabel 4.1 berikut ini:

Tabel 4.1 Kelompok Responden Menurut Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persen
1	Pria	90	60
2	Wanita	60	40
	Total	150	100

Sumber: Data primer diolah, tahun 2016.

Berdasarkan tabel (4.1) diatas, diketahui bahwa dari 150 responden penelitian ini 90 orang atau 60 persen adalah laki-laki dan 60 orang atau 40 persen adalah perempuan. Hal ini dapat di interprestasikan bahwa sebagian besar responden penelitian ini adalah laki-laki, yaitu mencapai 60 persen.

###### 5. Kelompok Responden Menurut Usia

Kategori responden berdasarkan usia terdiri dari 4 kategori. Selengkapnya tersaji dalam tabel 4.2 di bawah ini:

Tabel 4.2 Kelompok Responden Menurut Usia

No.	Usia	Frekuensi	%
1	Kurang dari 20 tahun	3	2
2	21-30 tahun	142	95
3	31-40 tahun	3	2
4	Lebih dari 41 tahun	2	1
	Total	150	100

Sumber: Data primer diolah, tahun 2016.

Berdasarkan tabel (4.2) diatas, diketahui bahwa dari 150 responden penelitian ini yang berumur antara kurang dari 20 tahun berjumlah 3 orang atau 2 persen, yang berumur 21-30 tahun berjumlah 142 orang atau 95 persen, yang berumur antara 31-40 tahun berjumlah 3 orang atau 2 persen, yang berumur lebih dari 41 tahun berjumlah 2 orang atau 2 persen. Hal ini menunjukkan bahwa responden penelitian ini yang lebih banyak berusia antara 21-30 tahun.

### 3. Kelompok Responden Menurut Tingkat Pendidikan

Kategori responden berdasarkan tingkat pendidikan terdiri dari 4 kategori, yakni (SD,SMP,SMA), D3, S1, Lain-Lain. Berdasarkan data hasil penelitian yang diperoleh dari 150 responden diperoleh data yang disajikan dalam tabel 4.3 berikut ini:

Tabel 4.3Kelompok Responden Menurut Tingkat Pendidikan

No.	Tingkat Pendidikan	Frekuensi	%
1	SD,SMP,SMA	11	7
2	Diploma	16	10
3	Sarjana	121	80
4	Lain-Lain	2	3
	Total	150	100

Sumber: Data primer diolah, tahun 2016.

Tabel (4.3) diatas menggambarkan bahwa dari 150 responden penelitian ini, 11 orang atau 7 persen adalah tamat SD, SMP, SMA, 16 orang atau 10 persen adalah tamat Diploma, 121 orang atau 80 persen adalah Sarjana dan 2 orang atau 3 persen lain-lain. Hal ini dapat menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen adalah sarjana yaitu mencapai 80 persen.

Untuk membantu mempermudah dalam pemahaman survei mengenai karakteristik karyawan, maka berikut ini di tampilkan tabel ringkasan kelompok responden yang paling dominan dari masing-masing karakteristik.

Tabel 4.4 Rekapitulasi Data Demografi yang Paling Dominan

No.	Karateristik	Karakter yang dominan	Frekuensi	%
1	Jenis Kelamin	Laki-Laki	90	60
2	Usia	21-30	142	95
3	Pendidikan	Sarjana	121	80

Sumber: Data primer diolah, tahun 2016.

Dari tabel (4.4) diatas dapat dilihat bahwa responden yang paling banyak berjenis kelamin laki-laki sebanyak 90 orang, dengan usia yang dominan antara 21-30 tahun sebanyak 142 orang. Pendidikan responden yang paling banyak adalah tamatan sarjana sebanyak 121 orang.

#### **4.1.2 Persepsi Konsumen Tentang Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen, dan Loyalitas Pelanggan**

Analisa deskriptif digunakan untuk mengetahui frekuensi skor jawaban masing-masing pernyataan untuk tiap variabel yang diteliti. Dari hal ini, dapat diperoleh nilai rata-ratanya yang akan dikategorikan dalam beberapa kelompok. Nilai rata-rata yang diperoleh nantinya dapat digunakan untuk melihat persepsi responden mengenai unsur-unsur tiap variabel.

Untuk memudahkan penilaian dari jawaban responden, maka dibuat kriteria penilaian sebagai berikut :

1. Sangat setuju (SS)                      Skor = 5
2. Setuju(S)                                      Skor = 4
3. Netral (N)                                      Skor = 3
4. Tidak setuju (TS)                              Skor = 2
5. Sangat tidak setuju (STS)                      Skor = 1

Dalam memberikan penilaian didasarkan pada nilai rata-rata setiap item pertanyaan. Dengan berpedoman pada nilai terendah =1 (sangat rendah) dan nilai tertinggi = 5 (sangat tinggi), maka dapat dihitung interval sebagai berikut :

Skor minimum = 1

Skor maksimum = 5

$$\text{Interval} = \frac{\text{Maksimum} - \text{minimum}}{\text{Jumlah Kelas}} = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Skor item pertanyaan diketahui melalui analisis indeks yang menggunakan nilai interval sebagai berikut:

**Tabel 4.5**  
Interval Kelas

No.	Keterangan	Bobot Skor
1	Sangat tidak setuju	1,00 - 1,80
2	Tidak setuju	1,81 - 2,61
3	Netral	2,62 - 3,42
4	Setuju	3,43 - 4,23
5	Sangat setuju	4,24 - 5,00

Persepsi konsumen Warung SS (Spesial Sambal) tentang variabel kualitas layanan, kualitas produk, kepuasan konsumen, dan loyalitas pelanggan

diukur melalui kuesioner yang ringkasan pernyataannya seperti dalam tabel berikut:

Tabel 4.6 Analisis Deskriptif  $X_1$  (Kualitas Layanan)

No.	Pernyataan	Mean	Persen	Keterangan
X <sub>1.1</sub>	Fasilitas yang di sediakan oleh Waroeng SS cabang Babarsari lengkap.	3.98	79,6	Setuju
X <sub>1.2</sub>	Waroeng SS cabang Babarsari memiliki keadaan bangunan yang baik.	3.89	77,8	Setuju
X <sub>1.3</sub>	Karyawan berpenampilan bersih dan rapi.	3.98	79,6	Setuju
X <sub>1.4</sub>	Kebersihan lingkungan di Waroeng SS terjaga.	3.93	78,6	Setuju
X <sub>1.5</sub>	Pegawai mengantaran pesanan dengan cepat dan tepat .	3.65	73	Setuju
X <sub>1.6</sub>	Pegawai membantu menjawab pertanyaan yang di ajukan konsumen dengan baik .	3.94	78,8	Setuju
X <sub>1.7</sub>	Pegawai siap untuk merespon permintaan konsumen.	3.98	79,6	Setuju
X <sub>1.8</sub>	Pegawai memberikan daftar menu dan menjelaskan menu baru.	3.95	79	Setuju
X <sub>1.9</sub>	Pegawai selalu membereskan meja dan kursi yang akan atau habis digunakan oleh konsumen.	4.13	82,6	Setuju
X <sub>1.10</sub>	Pegawai melayani dengan konsumen dengan cepat.	3.80	76	Setuju
X <sub>1.11</sub>	Pegawai memberikan perhatian saat melayani.	3.82	76,4	Setuju
X <sub>1.12</sub>	Pegawai bersikap ramah terhadap konsumen.	3.99	79,8	Setuju
X <sub>1.13</sub>	Pegawai mampu untuk berkomunikasi dengan baik.	3.98	79,6	Setuju
X <sub>1.14</sub>	Pegawai terlatih dalam memberikan pelayanan.	3.90	78	Setuju
X <sub>1.15</sub>	Waroeng SS dapat memberikan pelayanan sebagaimana yang dijanjikan.	3.85	77	Setuju
X <sub>1.16</sub>	Konsumen merasa aman dan nyaman saat membeli di Waroeng SS cabang Babarsari.	3.91	78,2	Setuju

Sumber: Data primer diolah, tahun 2016.

Tabel (4.6) diatas menunjukkan persepsi responden variabel kualitas layanan dilihat dari rata-rata skor persepsi. Rata-rata persepsi responden mengenai variabel kualitas layanan sebesar 3,92 dan 78,3 persen. Maka variabel kualitas layanan dapat dikategorikan setuju atau dengan kata lain responden setuju bahwa kualitas layanan di Waroeng Spesial Sambal cabang Babarsari sudah baik.

Tabel 4.7 Analisis Deskriptif X<sub>2</sub> (Kualitas Produk)

No.	Pernyataan	Mean	Persen	Keterangan
X <sub>2.1</sub>	Menu makanan di Waroeng SS cukup terjangkau.	4.22	84,4	Setuju
X <sub>2.2</sub>	Menu makanan di Waroeng SS baik dalam segi rasa.	4.10	82	Setuju
X <sub>2.3</sub>	Harga produk di Waroeng SS sesuai dengan kualitasnya.	4.05	81	Setuju
X <sub>2.4</sub>	Harga produk sesuai dengan pelayanan yang diberikan.	4.04	80,8	Setuju
X <sub>2.5</sub>	Produk yang ditawarkan Halal.	3.91	78,2	Setuju
X <sub>2.6</sub>	Kebersihan produk Waroeng SS terjaga.	3.83	76,6	Setuju
X <sub>2.7</sub>	Kerapian selalu terjaga.	3.85	77	Setuju
X <sub>2.8</sub>	Pelayanan yang diberikan sangat memuaskan.	3.86	77,2	Setuju
X <sub>2.9</sub>	Tidak ada keluhan selama menjadi pelanggan Waroeng SS cabang Babarsari.	3.77	75,4	Setuju

Sumber: Data primer diolah, tahun 2016.

Tabel (4.7) diatas menunjukkan persepsi responden variabel kualitas produk dilihat dari rata-rata skor persepsi. Rata-rata persepsi responden mengenai variabel kualitas produk sebesar 3,95 dan 79,2 persen. Maka variabel kualitas produk dapat dikategori tinggi atau dengan kata lain responden setuju bahwa Waroeng Spesial Sambal cabang Babarsari memberikan kualitas produk yang baik.



Tabel 4.8 Analisis Deskriptif Y<sub>1</sub> (Kepuasan Konsumen)

No.	Pernyataan	Mean	Persen	Keterangan
Y <sub>1.1</sub>	Kualitas produk yang ditawarkan di Waroeng SS cabang Babarsari memuaskan.	3.86	77,2	Setuju
Y <sub>1.2</sub>	Kualitas layanan yang diberikan di Waroeng SS cabang Babarsari memuaskan.	3.77	75,4	Setuju
Y <sub>1.3</sub>	Saya merasa Waroeng SS telah memenuhi harapan saya.	3.88	77,6	Setuju

Sumber: Data primer diolah, tahun 2016.

Tabel (4.8) diatas menunjukkan persepsi responden variabel kepuasan konsumen dilihat dari rata-rata skor persepsi. Rata-rata persepsi responden mengenai variabel kepuasan konsumen sebesar 3,83 dan 76,7 persen. Maka variabel kepuasan konsumen dapat dikategorikan tinggi atau dengan kata lain responden setuju bahwa Waroeng SS cabang Babarsari memberikan kepuasan terhadap konsumen.

Tabel 4.9 Analisis Deskriptif Y<sub>2</sub> (Loyalitas Pelanggan)

No.	Pernyataan	Mean	Persen	Keterangan
Y <sub>2.1</sub>	Saya akan kembali untuk membeli di Waroeng SS cabang Babarsari di kemudian hari.	4.15	83	Setuju
Y <sub>2.2</sub>	Saya lebih memilih makan di Waroeng SS dari pada di tempat lain.	3.87	77,4	Setuju
Y <sub>2.3</sub>	Saya akan merekomendasikan Waroeng SS cabang Babarsari kepada teman, keluarga dan relasi.	3.93	78,6	Setuju

Sumber: Data primer diolah, tahun 2016.

Tabel (4.9) diatas menunjukkan persepsi responden variabel loyalitas pelanggan dilihat dari rata-rata skor persepsi. Rata-rata persepsi responden

mengenai variabel loyalitas pelanggan sebesar 3,98 dan 79,6 persen. Maka variabel loyalitas pelanggan dapat dikategorikan tinggi.

Tabel 4.10 Rangkuman Persepsi Konsumen

Pernyataan	Mean	(%)	Keterangan
Kualitas Layanan ( $X_1$ )	3,92	78,3	Tinggi
Kualitas Produk ( $X_2$ )	3,95	79,2	Tinggi
Kepuasan Konsumen ( $Y_1$ )	3,83	76,7	Tinggi
Loyalitas Pelanggan ( $Y_2$ )	3,98	79,6	Tinggi

Sumber: Data primer rangkuman diolah, tahun 2016

Tabel (4.10) diatas menunjukkan rangkuman persepsi responden.

Berdasarkan tabel rangkuman diatas maka semua variabel dikategorikan tinggi.

#### 4.2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian

Tabel 4.11 Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Rhit	Rtabel	Keterangan	Nilai <i>cronbach's</i> alfa	Keterangan
Kualitas pelayanan (KUL)					
KUL1	0,518	0,160	Valid	0,813	Reliable
KUL2	0,488	0,160	Valid		
KUL3	0,463	0,160	Valid		
KUL4	0,611	0,160	Valid		
KUL5	0,597	0,160	Valid		
KUL6	0,515	0,160	Valid		

KUL7	0,495	0,160	Valid		
KUL8	0,576	0,160	Valid		
KUL9	0,385	0,160	Valid		
KUL10	0,605	0,160	Valid		
KUL11	0,496	0,160	Valid		
KUL12	0,397	0,160	Valid		
KUL13	0,556	0,160	Valid		
KUL14	0,554	0,160	Valid		
KUL15	0,519	0,160	Valid		
KUL16	0,369	0,160	Valid		
Kualitas produk (KUP)					
KUP1	0,417	0,160	Valid	0,704	Reliabel
KUP2	0,582	0,160	Valid		
KUP3	0,520	0,160	Valid		
KUP4	0,587	0,160	Valid		
KUP5	0,581	0,160	Valid		
KUP6	0,585	0,160	Valid		
KUP7	0,560	0,160	Valid		
KUP8	0,619	0,160	Valid		
KUP9	0,465	0,160	Valid		
Kepuasan konsumen (KE)					
KE1	0,731	0,160	Valid	0,757	Reliabel
KE2	0,855	0,160	Valid		

KE3	0,870	0,160	Valid		
Loyalitas (LOY)					
LOY1	0,556	0,160	Valid	0,726	Reliabel
LOY2	0,707	0,160	Valid		
LOY3	0,657	0,160	Valid		

Sumber: Data primer diolah, tahun 2016.

Dari data variabel kualitas layanan, kualitas produk, kepuasan konsumen, dan loyalitas konsumen telah diketahui bahwa semua item pertanyaan valid terbukti dengan ( $r_{hit} > r_{tabel}$ ).

Di ketahui bahwa semua variabel dinyatakan reliabel. Hal ini terbukti dengan nilai alfa > tingkat signifikansi (0,6)

### 4.3 Analisis Kuantitatif

#### 4.3.1 Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Tabel 4.12 Regresi Linier  
Model Summary<sup>a</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.532 <sup>a</sup>	.283	.273	1.248	.283	28.983	2	147	.000	1.396

a. Predictors: (Constant), TX2, TX1

b. Dependent Variable: TY1

Sumber: Data primer diolah, tahun 2016.

Untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dapat dilihat pada tabel (4.12) diatas. Dari tabel diatas diperoleh hasil R square sebesar 0,283 dan F hitung sebesar 0,000.

Tabel 4.13 Uji Signifikansi Simultan  
ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	90.350	2	45.175	28.983	.000 <sup>a</sup>
	Residual	229.124	147	1.559		
	Total	319.473	149			

a. Predictors: (Constant), TX2, TX1

b. Dependent Variable: TY1

Sumber: Data primer diolah, tahun 2016.

Tabel 4.14 Regresi Linier Lanjutan  
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.141	1.412		.808	.420					
TX1	.120	.028	.415	4.296	.000	.520	.334	.300	.522	1.916
TX2	.081	.052	.152	3.570	.018	.439	.128	.110	.522	1.916

a. Dependent Variable:  
TY1

Sumber: Data primer diolah, tahun 2016.

Analisis:

### 1. Koefisien Determinasi

Nilai *Adjusted R Square* ( $R^2$ ) sebesar 0,283 artinya 28,3 % variasi  $Y_1$  dapat dijelaskan oleh variabel independen  $X_1$  dan  $X_2$ . Sisanya ( $100\% - 28,3\% = 71,7\%$ ) dijelaskan atau dipengaruhi oleh faktor lain.

### 2. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji Anova atau *F test* menghasilkan F hitung sebesar 28,983 dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena probabilitas signifikansi jauh lebih

kecil dari 0,05 maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi  $Y_1$  atau dapat dikatakan bahwa  $X_1$  dan  $X_2$  berpengaruh terhadap  $Y_1$ .

### 3. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)

Variabel  $X_1$  memberikan nilai koefisien parameter sebesar 4,296 dengan tingkat signifikansi 0,000 ( $<0,05$ ). Variabel  $X_2$  memberikan nilai koefisien parameter sebesar 3,570 dengan tingkat signifikansi 0,018 ( $<0,05$ ) Variabel  $X_1$  dan  $X_2$  ternyata masing-masing signifikan terhadap  $Y_1$  secara parsial.

#### 4.3.2 Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan

Tabel 4.15 Regresi Linier  
Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.752 <sup>a</sup>	.563	.557	1.655	.563	63.503	2	148	.003	1.824

a. Predictors: (Constant), TY1

b. Dependent Variable: TY2

Sumber: Data primer diolah, tahun 2016

Untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dapat dilihat pada tabel (4.15) diatas. Dari tabel diatas diperoleh hasil R square sebesar 0,563 dan Fhitung sebesar 0,003.

Tabel 4.16 Regresi Linier Lanjutan

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1 (Constant)	10.534	.750		14.043	.000					
TY1	.321	.105	.312	3.872	.000	.652	.352	.252	1.000	1.000

a. Dependent Variable:  
TY

Sumber: Data primer diolah, tahun 2016.

Analisis:

### 1. Koefisien Determinasi

Nilai *Adjusted R Square* ( $R^2$ ) sebesar 0,563 artinya 56,3 % variasi  $Y_2$  dapat dijelaskan oleh variabel independen  $Y_1$ . Sisanya ( $100\% - 56,3\% = 43,7\%$ ) dijelaskan atau dipengaruhi oleh faktor lain.

### 2. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)

Variabel  $Y_1$  memberikan nilai koefisien parameter sebesar 3,872 dengan tingkat signifikansi 0,000 ( $< 0,05$ ). Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel  $Y_1$  mempunyai pengaruh signifikan terhadap  $Y_2$  secara parsial.

## 4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik

### 4.4.1 Hasil Uji Multikolinieritas

Tabel 4.17 Hasil Output Uji Multikolinieritas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.141	1.412		.808	.420					
TX1	.120	.028	.415	4.296	.000	.520	.334	.300	.522	1.916
TX2	.081	.052	.152	3.570	.018	.439	.128	.110	.522	1.916

a. Dependent Variable:  
TY1

Data primer diolah, tahun 2016.

Tabel 4.18 Hasil Output Uji Multikolinieritas  
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1 (Constant)	10.534	.750		14.043	.000					
TY1	.321	.105	.312	3.872	.000	.652	.352	.252	1.000	1.000

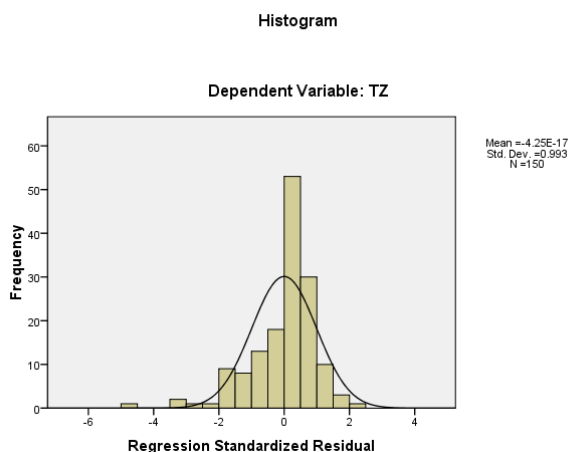
a. Dependent Variable:  
TY

Data primer diolah, tahun 2016.

Dari hasil output data didapatkan bahwa semua nilai VIF <10 ini berarti tidak terjadi multikolonieritas. Dan menyimpulkan bahwa uji multikolonieritas terpenuhi.

#### 4.4.2 Hasil Uji Normalitas

Tujuan uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal (Situmorang, 2010). Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan histogram, grafik dan *kolmogrov-smirnov* dengan menggunakan tingkat signifikan 5persen.

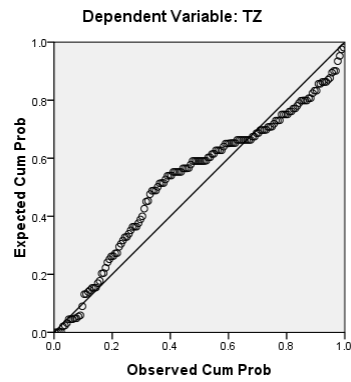


**Gambar 2: Hasil Uji Normalitas**

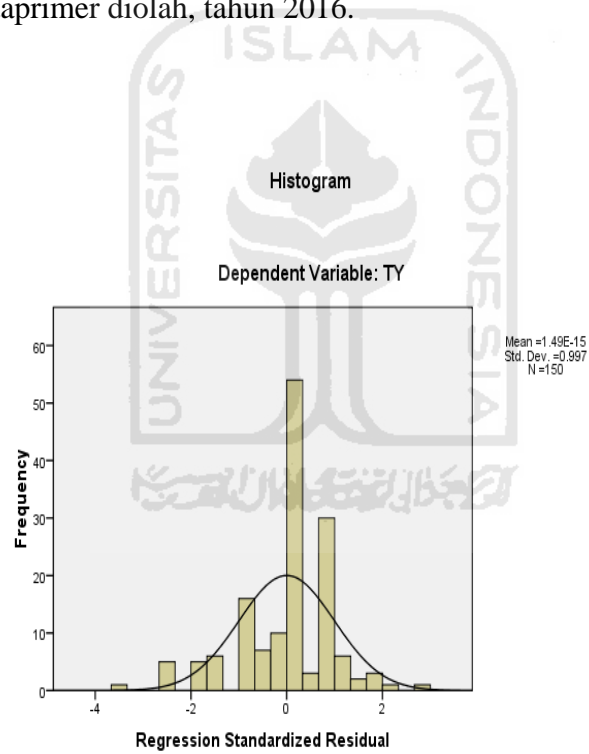
Sumber: Dataprimer diolah, tahun 2016.



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

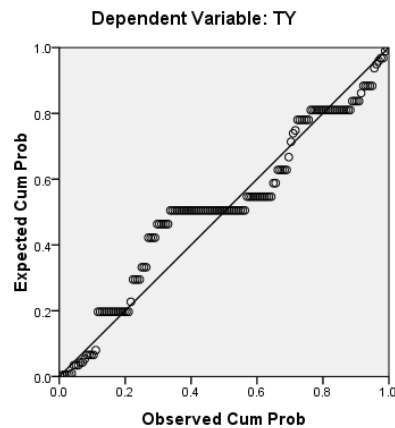


**Gambar 2: Hasil Uji Normalitas**  
Sumber: Dataprimer diolah, tahun 2016.



**Gambar 2: Hasil Uji Normalitas**  
Sumber: Dataprimer diolah, tahun 2016.

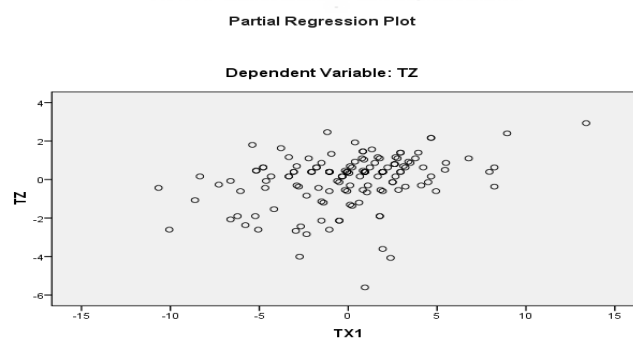
Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

**Gambar 2: Hasil Uji Normalitas**

Sumber: Data primer diolah, tahun 2016.

Dari analisis kurva dapat dilihat data bahwa data menyebar disekitar diagram dan mengikuti model regresi sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diolah merupakan data yang berdistribusi normal. Sehingga uji normalitas terpenuhi.

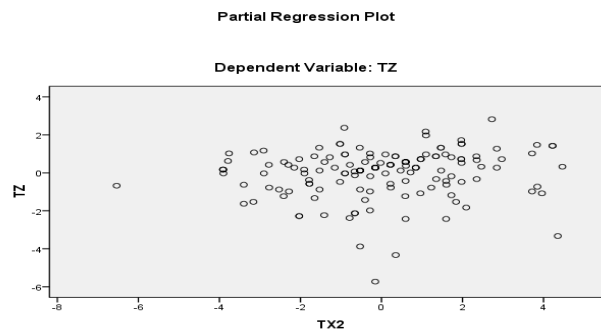
#### 4.4.3 Uji Heteroskedastisitas

**Gambar 3: Data Output Uji Heteroskedastisitas**

Sumber: Data primer diolah, tahun 2016.

Dari gambar diatas dapat diketahui bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas sebab tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di

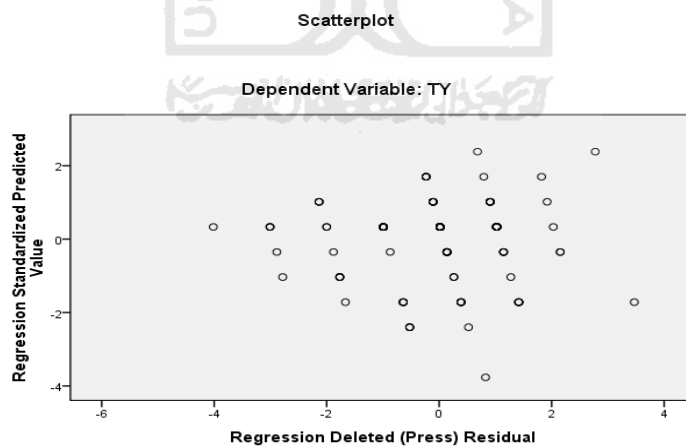
atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y sehingga dapat dikatakan uji heteroskedastisitas terpenuhi.



**Gambar 3: Data Output Uji Heteroskedastisitas**

Sumber: Data primer diolah, tahun 2016.

Dari gambar diatas dapat diketahui bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas sebab tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y sehingga dapat dikatakan uji heteroskedastisitas terpenuhi.



**Gambar 3: Data Output Uji Heteroskedastisitas**

Sumber: Data primer diolah, tahun 2016.

Dari gambar diatas dapat diketahui bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas sebab tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di

atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y sehingga dapat dikatakan uji heteroskedastisitas terpenuhi.

#### **4.5 Pembahasan**

Penelitian ini melibatkan 150 responden yang pernah berkunjung di Waroeng SS (Spesial Sambal) cabang Babarsari. Demografi responden yang mendominasi penelitian ini adalah berjenis kelamin laki-laki sebanyak 90 orang, dengan usia antara 21-30 tahun sebanyak 142 orang, dengan pendidikan sarjana sebanyak 121 orang.

Persepsi responden tentang kualitas layanan, kualitas produk, kepuasan konsumen, dan loyalitas konsumen sudah tinggi. Artinya Waroeng SS (Spesial Sambal) cabang Babarsari sudah menerapkan kualitas pelayanan yang baik, memiliki kualitas produk yg baik, memberikan kepuasan terhadap konsumen,. Dan mampu menumbuhkan loyalitas terhadap pelanggan.

##### **4.5.1 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa kualitas layanan memberikan nilai koefisien parameter sebesar 4,296 dengan tingkat signifikansi 0,000 ( $<0,05$ ). Hal tersebut menunjukkan bahwa kualitas layanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen secara parsial. Hasil penelitian tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sachro dan Pudjiastuti (2013) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki hubungan yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

#### **4.5.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa kualitas layanan memberikan nilai koefisien parameter sebesar 3,570 dengan tingkat signifikansi 0,018 ( $<0,05$ ). Hal tersebut menunjukkan bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen secara parsial. Hasil penelitian tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Saidani (2012) yang menyatakan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

#### **4.5.3 Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa kualitas layanan memberikan nilai koefisien parameter sebesar 3,872 dengan tingkat signifikansi 0,018 ( $<0,05$ ). Hal tersebut menunjukkan bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen secara parsial. Hasil penelitian tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Zafar (2012) yang menyatakan bahwa kepuasan konsumen memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data melalui kuesioner yang disebarakan kepada responden konsumen Waroeng Spesial Sambal cabang Babarsari, maka dapat dikemukakan beberapa kesimpulan diantaranya yaitu:

1. Ada pengaruh signifikan dari kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen Waroeng Spesial Sambal cabang Babarsari artinya semakin tinggi kualitas pelayanan yang diterapkan perusahaan maka kepuasan konsumen juga akan tinggi.

2. Ada pengaruh signifikan dari kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Waroeng Spesial Sambal cabang Babarsari artinya semakin tinggi kualitas produk yang diterapkan perusahaan maka kepuasan konsumen juga akan tinggi.

3. Ada pengaruh signifikan dari kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan Waroeng Spesial Sambal cabang Babarsari artinya semakin tinggi kepuasan konsumen maka loyalitas pelanggan juga akan tinggi.

#### 5.2 Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan dan pembahasan di atas bahwa kepuasan konsumen dan loyalitas cenderung tinggi dan mempunyai penilaian positif maka sebaiknya waroeng Spesial Sambal tetap mempertahankan kepuasan konsumen, kualitas pelayanan dan kualitas produk harus mendapatkan perhatian extra

secara terus menerus. Dari seluruh variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas.



## DAFTAR PUSTAKA

- Andreassen, T.W. and B. Lindestad, (1998), Customer Loyalty and Complex Services. *International Journal Of Service Industry Management*, Vol.9, no.1, p.7-23
- Azwar, S. (2001). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Bloemer. J, K. d. Ruyter and P. Peeters, (1998), Investigating Drivers of Bank Loyalty : The Complex Relationship Between Image, Service, Quality and Satisfaction, *International Journal of Bank Marketing*, 16 (7).
- Bowen, J.T. and Chen, S.L. (2001). The relationship between customer loyalty and customer satisfaction. *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 13 (5).
- Bungin. B. (2005). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Edisi Kedua. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Chow, S dan R. Holden, (1997), Toward An Understanding of Loyalty: The Moderating Role of Trust, *Journal of Managerial Issues*, 9 (3):275-298
- Engel, et.al.(1995), *Consumen Behavior “terj”*. Jilid 1, Jakarta: Bina Rupa Aksara.
- Ferdinand, A., (2006). *Structural Equation Modeling Dalam Penelitian Manajemen: Aplikasi Model-model Rumit dalam Penelitian untuk Tesis S-2 dan Disertasi S-3*. BP Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali. I. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, S, (2002), *Analisis Faktor-faktor yang menentukan Kepuasan Pelanggan dan Pengaruhnya terhadap Loyalitas Pelanggan*, Tesis, (Tidak Dipublikasikan), Semarang: Program Magister Manajemen Universitas Diponegoro,
- Ishak. A., dan Z. Luthfi.(2011), Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas: Studi Tentang Peran Mediasi Switching Costs, *Jurnal Siasat Bisnis*, 15 (1).
- Ismail R, (2014), Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk dan Kepuasan nasabah sebagai prediktor dalam meningkatkan Loyalitas nasabah. *Jurnal organisasi dan manajemen* Vol. 10 No. 2, 179-196.
- Jahansahi. A. A, et al. (2011). Study the Effects of Customer Service and Product Quality on Customer Satisfaction and loyalty. *JournalIndia: International Journal of Humanities and Social Science*, Vol. 1 No. 7.
- Junaidi.S dan B. S. Dharmmesta.(2002).Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen, Karakteristik Kategori Produk, dan Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap



- keputusan Perpindahan Merek. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 17 (1), 91 - 104.
- Kelsey.K.D and J.A.Bond. (2001). *A model for measuring customer satisfaction within an academic centre of excellence*. *Managing Service Quality*, 11(5), 359-368.
- Kaihatu.T.S, (2008). *Analisis Kesenjangan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen Pengunjung Plaza Tunungan Surabaya*. Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Petra.
- Kotler.P dan G.Amstrong.(1996), *Dasar-Dasar Pemasaran*, Edisi 5, jilid 2, Jakarta: Intermedia,.
- Kotler.P dan G.Amstrong.(1997), *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga
- Kotler.P dan K.L. Keller, (2008). *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Jakarta: Erlangga.
- Le Blanc G and Nguyen, (1988), *Customer Perception of Service Quality in Financial Institutions*, *Internal Journal of Bank Marketing*, Vol.6. 7 – 18
- Mulyono.P. (2007) *Manajemen Perkreditan Bagi Perbankan Komersial*. Edisi Keempat, Yogyakarta: BPF.
- Nasution. (2005). *Manajemen Mutu Terpadu*. Bogor selatan. Ghalia Indonesia
- Nugroho, B. Agung. (2005). *Memilih Metode Statistik Penelitian dengan SPSS*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Oliver, R. L. (1997). *Satisfaction : A Behavioral Perspective On The Consumer*. New York: McGraw Hill Companies, Inc.
- Oliver, R.L., (1999). *Whence Consumer Loyalty*, *Journal of Marketing*, (63) 33-44.
- Rashid, et al. (2015). *The Impact of Service Quality and Customer Satisfaction on Customer's Loyalty: Evidence from Fast Food Restaurant of Malaysia*. *Journal Malaysia: International Journal of Information, Business and Management* Vol. 7, No.4..
- Sachro,R.S.Pudjiastuti. (2013). *The Effect Service Quality to Customer Satisfaction and Customer Loyalty of Agro Bromo Anggrek Train Jakarta-Surabaya in Indonesia*. *Journal of Business and Management*, (12).
- Saidani, Basrah dan A.Samsul, (2012). *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Pada RanchMarket*, *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, Vol. 3, No. 1.

- Selnes. F.(1993), An Examination of the Effect of Product Performance on Brand Reputation, Satisfaction and Loyalty,*European Journal of Marketing* 27 (9), 19-35
- Situmorang, S. Helmi. (2010). *Analisis Data Untuk Riset Manajemen dan Bisnis*. Medan: USU Press
- Sugiarto. E. (2005). *Psikologi Pelayanan dalam Industri Jasa*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiono, (2005). *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung : CV. Alfabeta
- , (2007). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung : CV. Alfabeta
- Sunyoto. D.(2013).*Teori, Kuesioner, dan Proses Analisis Data Perilaku Organisasional*.Yogyakarta : CAPS (Center of AcademyPublishing Service),
- Supranto. J, (2001). *Statistik Teori dan Aplikasi*, Cetakan Kedua, Jakarta: Penerbit Erlangga Jakarta.
- Suprayogi. P. (2013). *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Pada Grapari Telkomsel di Yogyakarta*. Skripsi sarjana (Tidak dipublikasikan). Yogyakarta: FE UII.
- Tjiptono, Fandy. (2006). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy.(2007). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia.
- Vazifehdust.H, S.Farokhian. (2013). Factors influencing customers satisfactions with the success factors identified in the insurance industry.*academic journals*, 7(21).
- Zafar,M.et al.(2012). Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty: An Empirical Analysis of Banking Sector in Pakistan. *Journal.Pakistan:Information Management and Business Review* 4 (3).
- Zeithaml, A.Valiare, dan M.J.Bitner. (1996). *Services Marketing*, 6th Edition, Singapore:McGraw Hill Companies.

**LAMPIRAN**  
**“KUISIONER PENELITIAN”**

Kepada Yth

Bapak / Ibu / Saudara / i pelanggan Waroeng (SS) Spesial Sambal

Jl. Babarsari, Catur Tunggal, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa  
Yogyakarta.

Dengan hormat,

Saya yang bertanda tangan di bawah ini adalah mahasiswi Universitas Islam Indonesia  
Yogyakarta:

Nama : Ade Nofrianto M  
No. Mhs : 11311084  
Fakultas : Ekonomi Manajemen

Dalam rangka pencarian data guna menyusun skripsi tentang **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan kualitas Produk terhadap Kepuasan konsumen dan loyalitas pelanggan pada Waroeng Spesial Sambal Cabang Babarsari”**, maka saya mengharapkan bantuan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi kuisisioner ini. Oleh karena itu, jawaban yang Bapak/Ibu/Saudara/I berikan dengan jujur dan terbuka sangat membantu kami, dan kerahasiaan dalam mengisi angket ini terjamin sepenuhnya. Hasil angket ini semata-mata untuk menyusun skripsi dan tidak disajikan ke pihak luar.

Atas partisipasinya dan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i dalam mengisi angket tersebut saya mengucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

Ade Nofrianto M

Petunjuk Pengisian

Berilah tanda (  $\checkmark$  ) pada kolom masing – masing pernyataan di bawah ini yang menurut anda sesuai dengan yang anda rasakan.

**Bagian 1 Data umum**

Nama pelanggan .....(boleh tidak dicantumkan)

Jenis kelamin

- ( ) Laki-laki  
( ) perempuan

Umur

- ( ) dibawah 20 tahun  
( ) 21 – 30 tahun  
( ) 31 – 40 tahun  
( ) diatas 41 tahun

Pendidikan

- ( ) SD, SMP, SMA  
( ) D3  
( ) S1  
( ) Lain – lain

Pekerjaan

- ( ) Pelajar/Mahasiswa  
( ) Pegawai Swasta  
( ) Pegawai Negeri / TNI-POLRI  
( ) Wiraswasta  
( ) Lain-lain



## Bagian 2 : Dimensi Kualitas Pelayanan

Pernyataan-pernyataan berikut menggambarkan penilaian anda terhadap “**Kualitas Pelayanan yang diterima dari pihak Waroeng Spesial Sambal Cabang Babarsari**”.

Untuk menjawabnya anda dapat memilih satu jawaban dengan memberi tanda centang (√) dari 5 (lima) alternative jawaban yang telah tersedia.

Keterangan :

**STS** : Sangat Tidak Setuju

**TS** : Tidak Setuju

**N** : Netral

**S** : Setuju

**SS** : Sangat Setuju

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Fasilitas yang di sediakan oleh Waroeng SS cabang Babarsari lengkap.					
2	Waroeng SS cabang Babarsari memiliki keadaan bangunan yang baik.					
3	Karyawan berpenampilan bersih dan rapi.					
4	Kebersihan lingkungan di Waroeng SS terjaga.					
5	Pegawai mengantaran pesanan dengan cepat dan tepat .					
6	Pegawai membantu menjawab pertanyaan yang di ajukan konsumen dengan baik .					
7	Pegawai siap untuk merespon permintaan konsumen.					
8	Pegawai memberikan daftar menu dan menjelaskan menu baru.					

9	Pegawai selalu membereskan meja dan kursi yang akan atau habis digunakan oleh konsumen.					
10	Pegawai melayani dengan konsumen dengan cepat.					
11	Pegawai memberikan perhatian saat melayani.					
12	Pegawai bersikap ramah terhadap konsumen.					
13	Pegawai mampu untuk berkomunikasi dengan baik.					
14	Pegawai terlatih dalam memberikan pelayanan.					
15	Waroeng SS dapat memberikan pelayanan sebagaimana yang dijanjikan.					
16	Konsumen merasa aman dan nyaman saat membeli di Waroeng SS cabang Babarsari.					

(SUMBER: Anisa, 2012)

### Bagian 3 : Dimensi Kualitas Produk

Pernyataan-pernyataan berikut menggambarkan penilaian anda terhadap “Kualitas Produk yang diterima dari pihak Waroeng Spesial Sambal Cabang Babarsari”.

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Menu makanan di Waroeng SS cukup terjangkau.					
2	Menu makanan di Waroeng SS baik dalam segi rasa.					
3	Kualitas produk di Waroeng SS terjamin ke higienisannya.					
4	produk di Waroeng SS menggunakan bahan yang segar.					
5	Produk yang ditawarkan Halal.					

6	Kebersihan produk Waroeng SS terjaga.					
7	Kerapian selalu terjaga.					
8	Produk yang diberikan sangat memuaskan.					
9	Tidak ada keluhan selama menjadi pelanggan Waroeng SS cabang Babarsari.					

(SUMBER: Raharja, 2014)

#### Bagian 4 :Dimensi Kepuasan Konsumen

Pernyataan-pernyataan berikut menggambarkan penilaian anda terhadap “Kepuasan yang diterima dari pihak Waroeng Spesial Sambal Cabang Babarsari”.

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Kualitas produk yang ditawarkan di Waroeng SS cabang Babarsari memuaskan.					
2	Kualitas layanan yang diberikan di Waroeng SS cabang Babarsari memuaskan.					
3	Saya merasa Waroeng SS telah memenuhi harapan saya baik dari segi pelayanan maupun produk yang ditawarkan.					

(SUMBER: Anisa, 2012)

#### Bagian 5 : Dimensi Loyalitas Konsumen

Pernyataan-pernyataan berikut menggambarkan penilaian anda terhadap “Tingkat Loyalitas anda Waroeng Spesial Sambal Cabang Babarsari”.

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya akan kembali untuk membeli di Waroeng SS cabang Babarsari di kemudian hari.					

2	Saya lebih memilih makan di Waroeng SS dari pada di tempat lain.					
3	Saya akan merekomendasikan Waroeng SS cabang Babarsari kepada teman, keluarga dan relasi.					

(SUMBER: Anisa, 2012)





## Lampiran 2:

## Uji Validitas Kualitas Pelayanan

## Correlations

	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	X1.13	X1.14	X1.15	X1.16	TX1
X1.1 Pearson Correlation	1	.508*	.265*	.388*	.356*	-.022	.068	.143	.065	.265**	.177*	.053	.127	.326**	.400**	.285**	.518*
Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000	.000	.789	.410	.081	.427	.001	.030	.520	.124	.000	.000	.000	.000
N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	148	150	150	149	149	150	150	150
X1.2 Pearson Correlation	.508*	1	.309*	.438*	.240*	.020	-.023	.134	.061	.306**	.210**	.230**	.208*	.238**	.240**	.079	.488*
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.003	.812	.781	.102	.461	.000	.010	.005	.011	.003	.003	.336	.000
N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	148	150	150	149	149	150	150	150
X1.3 Pearson Correlation	.265*	.309*	1	.405*	.259*	.195*	.121	.188*	-.014	.257**	.121	.126	.276**	.314**	.232**	.072	.463*
Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000	.001	.017	.140	.021	.868	.002	.140	.124	.001	.000	.004	.380	.000
N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	148	150	150	149	149	150	150	150
X1.4 Pearson Correlation	.388*	.438*	.405*	1	.344*	.198*	.132	.246*	.032	.472**	.276**	.139	.308**	.350**	.287**	.202*	.611*
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.015	.107	.002	.698	.000	.001	.091	.000	.000	.000	.013	.000
N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	148	150	150	149	149	150	150	150
X1.5 Pearson Correlation	.356*	.240*	.259*	.344*	1	.186*	.266*	.266*	.104	.395**	.270**	.148	.200*	.247**	.292**	.182*	.597*
Sig. (2-tailed)	.000	.003	.001	.000		.022	.001	.001	.204	.000	.001	.071	.015	.002	.000	.026	.000
N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	148	150	150	149	149	150	150	150
X1.6 Pearson Correlation	-.022	.020	.195*	.198*	.186*	1	.328*	.289*	.250*	.240**	.264**	.178*	.348**	.230**	.294**	.229**	.515*
Sig. (2-tailed)	.789	.812	.017	.015	.022		.000	.000	.002	.003	.001	.029	.000	.005	.000	.005	.000
N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	148	150	150	149	149	150	150	150
X1.7 Pearson Correlation	.068	-.023	.121	.132	.266*	.328*	1	.365*	.266*	.237**	.244**	.240**	.179*	.070	.113	.127	.495*
Sig. (2-tailed)	.410	.781	.140	.107	.001	.000		.000	.001	.004	.003	.003	.029	.395	.168	.122	.000
N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	148	150	150	149	149	150	150	150
X1.8 Pearson Correlation	.143	.134	.188*	.246*	.266*	.289*	.365*	1	.378*	.276**	.188*	.281**	.351**	.234**	.145	.077	.576*
Sig. (2-tailed)	.081	.102	.021	.002	.001	.000	.000		.000	.001	.021	.001	.000	.004	.077	.350	.000
N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	148	150	150	149	149	150	150	150

X1.9	Pearson Correlation	.065	.061	-.014	.032	.104	.250*	.266*	.378*	1	.197*	.116	.072	.148	.195*	.172*	.060	.385*
	Sig. (2-tailed)	.427	.461	.868	.698	.204	.002	.001	.000		.016	.156	.383	.071	.017	.035	.463	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	148	150	150	149	149	150	150	150
X1.10	Pearson Correlation	.265*	.306*	.257*	.472*	.395*	.240*	.237*	.276*	.197*	1	.261**	.193*	.159	.213**	.252**	.127	.605*
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.002	.000	.000	.003	.004	.001	.016		.001	.019	.055	.010	.002	.123	.000
	N	148	148	148	148	148	148	148	148	148	148	148	148	147	147	148	148	148
X1.11	Pearson Correlation	.177*	.210*	.121	.276*	.270*	.264*	.244*	.188*	.116	.261**	1	.174*	.283**	.253**	.113	.133	.496*
	Sig. (2-tailed)	.030	.010	.140	.001	.001	.001	.003	.021	.156	.001		.033	.000	.002	.167	.104	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	148	150	150	149	149	150	150	150
X1.12	Pearson Correlation	.053	.230*	.126	.139	.148	.178*	.240*	.281*	.072	.193*	.174*	1	.335**	.014	-.023	-.004	.397*
	Sig. (2-tailed)	.520	.005	.124	.091	.071	.029	.003	.001	.383	.019	.033		.000	.861	.779	.965	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	148	150	150	149	150	150	150	150
X1.13	Pearson Correlation	.127	.208*	.276*	.308*	.200*	.348*	.179*	.351*	.148	.159	.283**	.335**	1	.448**	.226**	.087	.556*
	Sig. (2-tailed)	.124	.011	.001	.000	.015	.000	.029	.000	.071	.055	.000	.000		.000	.006	.292	.000
	N	149	149	149	149	149	149	149	149	149	147	149	149	149	148	149	149	149
X1.14	Pearson Correlation	.326*	.238*	.314*	.350*	.247*	.230*	.070	.234*	.195*	.213**	.253**	.014	.448**	1	.394**	.265**	.554*
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.000	.000	.002	.005	.395	.004	.017	.010	.002	.861	.000		.000	.001	.000
	N	149	149	149	149	149	149	149	149	149	147	149	149	148	149	149	149	149
X1.15	Pearson Correlation	.400*	.240*	.232*	.287*	.292*	.294*	.113	.145	.172*	.252**	.113	-.023	.226**	.394**	1	.403**	.519*
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.004	.000	.000	.000	.168	.077	.035	.002	.167	.779	.006	.000		.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	148	150	150	149	149	150	150	150
X1.16	Pearson Correlation	.285*	.079	.072	.202*	.182*	.229*	.127	.077	.060	.127	.133	-.004	.087	.265**	.403**	1	.369*
	Sig. (2-tailed)	.000	.336	.380	.013	.026	.005	.122	.350	.463	.123	.104	.965	.292	.001	.000		.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	148	150	150	149	149	150	150	150
TX1	Pearson Correlation	.518*	.488*	.463*	.611*	.597*	.515*	.495*	.576*	.385*	.605**	.496**	.397**	.556**	.554**	.519**	.369**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	148	150	150	149	149	150	150	150

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

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

Lampiran 2:  
Uji Validitas Kualitas Produk

Correlations

	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	TX2
X2.1 Pearson Correlation	1	.257**	.406**	.186*	.181*	.142	-.130	.055	-.027	.417**
Sig. (2-tailed)		.002	.000	.023	.027	.084	.112	.506	.743	.000
N	150	150	150	150	149	150	150	150	150	150
X2.2 Pearson Correlation	.257**	1	.372**	.345**	.248**	.128	.270**	.265**	.082	.582**
Sig. (2-tailed)	.002		.000	.000	.002	.117	.001	.001	.319	.000
N	150	150	150	150	149	150	150	150	150	150
X2.3 Pearson Correlation	.406**	.372**	1	.426**	.320**	.143	.035	.152	-.110	.520**
Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.082	.667	.063	.180	.000
N	150	150	150	150	149	150	150	150	150	150
X2.4 Pearson Correlation	.186*	.345**	.426**	1	.340**	.308**	.203*	.167*	.007	.587**
Sig. (2-tailed)	.023	.000	.000		.000	.000	.013	.041	.937	.000
N	150	150	150	150	149	150	150	150	150	150
X2.5 Pearson Correlation	.181*	.248**	.320**	.340**	1	.223**	.168*	.209*	.234**	.581**
Sig. (2-tailed)	.027	.002	.000	.000		.006	.040	.010	.004	.000
N	149	149	149	149	149	149	149	149	149	149
X2.6 Pearson Correlation	.142	.128	.143	.308**	.223**	1	.326**	.310**	.230**	.585**
Sig. (2-tailed)	.084	.117	.082	.000	.006		.000	.000	.005	.000
N	150	150	150	150	149	150	150	150	150	150
X2.7 Pearson Correlation	-.130	.270**	.035	.203*	.168*	.326**	1	.578**	.386**	.560**
Sig. (2-tailed)	.112	.001	.667	.013	.040	.000		.000	.000	.000
N	150	150	150	150	149	150	150	150	150	150
X2.8 Pearson Correlation	.055	.265**	.152	.167*	.209*	.310**	.578**	1	.341**	.619**
Sig. (2-tailed)	.506	.001	.063	.041	.010	.000	.000		.000	.000
N	150	150	150	150	149	150	150	150	150	150
X2.9 Pearson Correlation	-.027	.082	-.110	.007	.234**	.230**	.386**	.341**	1	.465**
Sig. (2-tailed)	.743	.319	.180	.937	.004	.005	.000	.000		.000
N	150	150	150	150	149	150	150	150	150	150
TX2 Pearson Correlation	.417**	.582**	.520**	.587**	.581**	.585**	.560**	.619**	.465**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	150	150	150	150	149	150	150	150	150	150

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

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

## Lampiran 2:

## Uji Validitas Kepuasan Konsumen

## Correlations

		Z1	Z2	Z3	TZ
Z1	Pearson Correlation	1	.432**	.434**	.731**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	150	150	150	150
Z2	Pearson Correlation	.432**	1	.656**	.855**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	150	150	150	150
Z3	Pearson Correlation	.434**	.656**	1	.870**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	150	150	150	150
TZ	Pearson Correlation	.731**	.855**	.870**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	150	150	150	150

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

## Lampiran 2:

## Uji Validitas Loyalitas Pelanggan

## Correlations

		Y1	Y2	Y3	TY
Y1	Pearson Correlation	1	.110	-.009	.556**
	Sig. (2-tailed)		.180	.914	.000
	N	150	149	150	150
Y2	Pearson Correlation	.110	1	.334**	.707**
	Sig. (2-tailed)	.180		.000	.000
	N	149	149	149	149
Y3	Pearson Correlation	-.009	.334**	1	.657**
	Sig. (2-tailed)	.914	.000		.000
	N	150	149	150	150
TY	Pearson Correlation	.556**	.707**	.657**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	150	149	150	150

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

## Lampiran 3

## Uji Reliabilitas

**Scale: Kualitas Pelayanan****Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	146	97.3
	Excluded <sup>a</sup>	4	2.7
	Total	150	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.813	16

**Scale: Kualitas\_Produk****Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	149	99.3
	Excluded <sup>a</sup>	1	.7
	Total	150	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.704	9

**Scale: Kepuasan\_Konsumen****Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	150	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	150	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.757	3

## Scale: Loyalitas\_Pelanggan

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	149	99.3
	Excluded <sup>a</sup>	1	.7
	Total	150	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

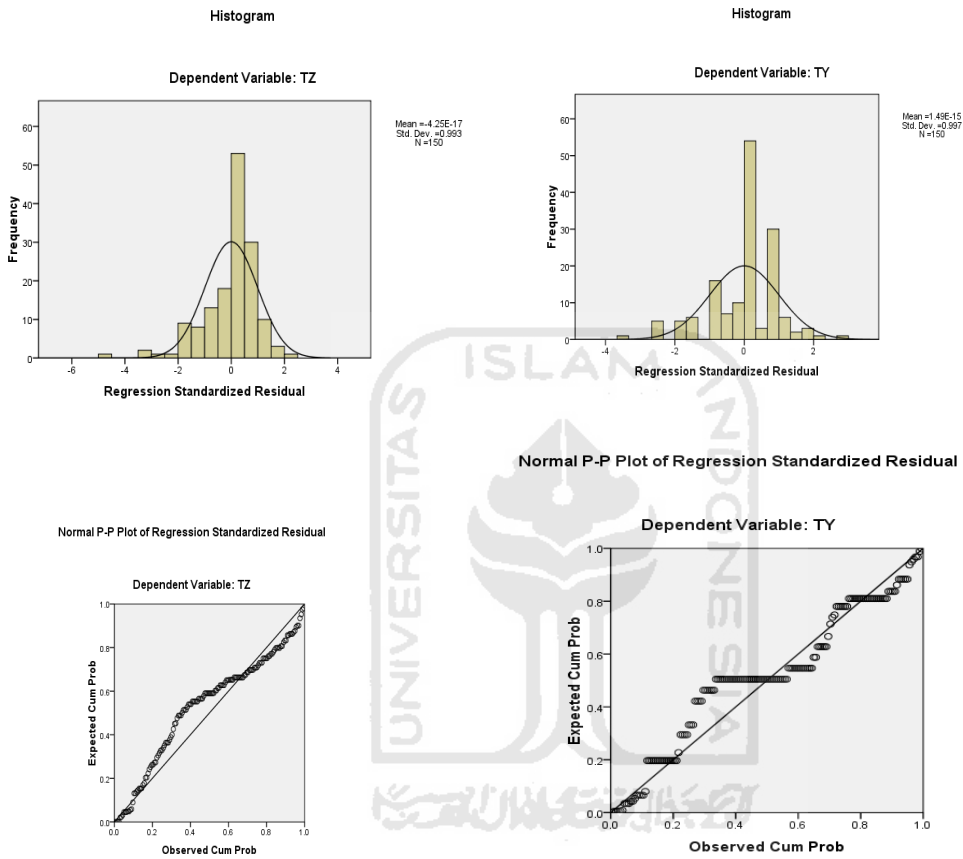
Cronbach's Alpha	N of Items
.726	3



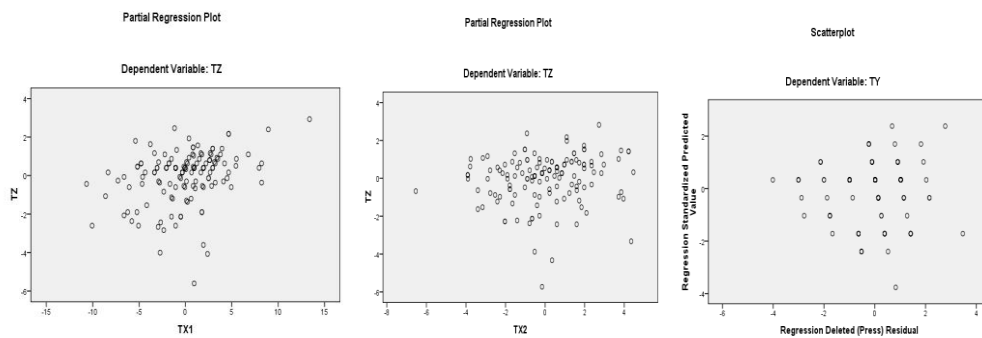
Lampiran 4

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas



Uji Heteroskedastisitas



## Lampiran 5

## Analisa Kuantitatif

## Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.532 <sup>a</sup>	.283	.273	1.248	.283	28.983	2	147	.000	1.396

a. Predictors: (Constant), TX2, TX1

b. Dependent Variable: TY1

ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	90.350	2	45.175	28.983	.000 <sup>a</sup>
	Residual	229.124	147	1.559		
	Total	319.473	149			

a. Predictors: (Constant), TX2, TX1

b. Dependent Variable: TY1

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.141	1.412		.808	.420					
	TX1	.120	.028	.415	4.296	.000	.520	.334	.300	.522	1.916
	TX2	.081	.052	.152	3.570	.018	.439	.128	.110	.522	1.916

a. Dependent Variable: TY1



## Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.752 <sup>a</sup>	.563	.557	1.655	.563	63.503	2	148	.003	1.824

a. Predictors: (Constant), TY1

b. Dependent Variable: TY2

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1 (Constant)	10.534	.750		14.043	.000					
TY1	.321	.105	.312	3.872	.000	.652	.352	.252	1.000	1.000

a. Dependent Variable: TY

Lampiran 6  
Data Mentah Kuesioner

Nama Responden	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan	Pekerjaan	Kualitas Layanan																TX 1	Kualitas Produk								TX 2	Kepuasan Konsumen			TZ	Loyalitas Pelanggan			TY																																																													
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16		17	18	19	20	21	22	23	24		25	26	27		28	29	30		31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91
restu	Laki-Laki	21 - 30 Tahun	S1	Pegawai Swasta	4	4	3	4	3	4	4	5	5	4	5	5	3	3	3	4	63	5	4	5	5	4	4	3	3	3	36	3	4	5	12	5	3	4	12																																																												
Diadjenk	Perempuan	21 - 30 Tahun	S1	Lain-Lain	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	60	4	4	4	4	4	4	3	4	3	34	3	3	3	9	4	4	3	11																																																												
Dwike	Perempuan	21 - 30 Tahun	S1	Lain-Lain	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	60	4	4	4	4	4	4	3	4	3	34	3	3	3	9	4	4	3	11																																																												
joni	Laki-Laki	21 - 30 Tahun	S1	Pelajar / Mahasiswa	4	4	3	4	3	3	4	4	5	2	4	5	5	4	3	4	61	5	5	5	5	4	4	3	4	3	38	3	4	5	12	5	3	3	11																																																												
Tomy	Laki-Laki	21 - 30 Tahun	SD, SMP, SMA	Pelajar / Mahasiswa	2	3	4	4	1	5	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	55	4	4	4	4	3	3	3	3	1	29	4	3	4	11	4	3	3	10																																																												
Arya Diwiriata	Laki-Laki	21 - 30 Tahun	S1	Pelajar / Mahasiswa	3	2	4	3	2	4	4	4	4	2	4	4	4	4	3	4	55	4	3	4	4	3	3	3	3	4	31	3	4	3	10	4	3	3	10																																																												
Billy	Laki-Laki	21 - 30 Tahun	SD, SMP, SMA	Pelajar / Mahasiswa	1	3	4	4	4	4	4	5	5	4	3	4	4	4	3	3	59	5	5	5	5	5	3	4	4	2	38	3	4	3	10	3	3	3	9																																																												
bayu indra nugraha	Laki-Laki	21 - 30 Tahun	S1	Pelajar / Mahasiswa	3	3	3	4	3	5	5	3	5	3	5	4	4	4	4	4	62	5	4	4	4	3	4	4	4	3	35	3	4	3	10	4	3	3	10																																																												
yuliana	Perempuan	21 - 30 Tahun	S1	Pelajar / Mahasiswa	3	1	3	2	2	2	4	4	3	2	2	3	3	2	3	4	43	4	3	3	3	2	3	3	3	2	26	4	2	3	9	5	4	3	12																																																												
ARIS	Laki-Laki	21 - 30 Tahun	S1	Pegawai Swasta	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	56	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37	4	4	4	12	4	4	4	12																																																												

Maylani diniarsari	Perempuan	21 - 30 Tahun	D3	Pegawai Swasta	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	58	4	4	3	3	3	4	4	3	4	32	4	3	4	11	4	4	4	12
Tri sukmahwati	Perempuan	> 40 Tahun	SD, SMP, SMA	Wiraswasta	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	63	3	5	4	4	4	3	5	4	4	36	4	4	4	12	4	3	4	11	
Sodik	Laki-Laki	> 40 Tahun	S1	Wiraswasta	4	5	4	4	4	3	2	4	4	3	4	4	5	4	5	3	62	2	5	3	4	4	4	4	4	4	34	4	4	4	12	4	4	3	11	
meita sanny fatmawati	Perempuan	21 - 30 Tahun	S1	Lain-Lain	3	4	4	4	2	4	4	4	4	4	2	3	3	4	4	4	57	4	4	4	4	4	3	4	3	3	33	4	4	4	12	4	3	3	10	
Muhamad alwi	Perempuan	< 20 Tahun	SD, SMP, SMA	Pelajar / Mahasiswa	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	57	4	4	4	3	4	4	4	4	4	35	4	4	4	12	3	3	3	9	
Ricky andoval	Laki-Laki	21 - 30 Tahun	S1	Pegawai Swasta	4	4	3	3	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	3	4	58	4	4	4	4	4	3	3	2	3	31	4	4	4	12	4	4	3	11	
Nisa ulin	Perempuan	< 20 Tahun	S1	Pelajar / Mahasiswa	4	4	4	4	2	3	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	61	4	4	4	4	4	3	4	3	3	33	3	3	3	9	5	4	4	13	
Tirta	Perempuan	21 - 30 Tahun	S1	Pegawai Swasta	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	5	61	5	4	4	3	4	4	4	4	4	36	4	4	4	12	3	4	4	11	
Arina	Perempuan	21 - 30 Tahun	S1	Pegawai Swasta	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	5	61	5	4	4	3	4	4	4	4	4	36	4	4	4	12	3	4	4	11	
jepi candra	Laki-Laki	21 - 30 Tahun	S1	Pelajar / Mahasiswa	5	3	4	4	3	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	68	5	5	5	4	4	4	4	5	4	40	3	4	5	12	5	4	4	13	
Daufan okta budianto	Laki-Laki	21 - 30 Tahun	S1	Pelajar / Mahasiswa	4	4	4	4	3	5	5	3	5	4	3	4	3	3	4	4	62	4	4	4	4	4	4	4	4	5	37	3	3	3	9	4	4	4	12	
Kredo Aryo Hutomo	Laki-Laki	21 - 30 Tahun	S1	Pelajar / Mahasiswa	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	59	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	3	3	10	4	4	4	12	
Restu Ayu	Perempuan	21 - 30 Tahun	S1	Pegawai Swasta	3	4	4	3	2	4	2	4	4	2	3	4	3	3	3	2	50	5	4	4	2	4	2	3	2	4	30	4	4	4	12	5	3	3	11	

Aditya eka	Laki-Laki	21 - 30 Tahun	S1	Pelajar / Mahasiswa	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	70	5	5	4	4	3	4	3	4	3	35	4	3	4	11	5	4	5	14
Hazmi Putri Nabelaisya	Perempuan	21 - 30 Tahun	S1	Lain-Lain	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	59	5	5	5	4	4	4	4	4	3	38	4	4	4	12	4	3	4	11	
Anggoro	Laki-Laki	21 - 30 Tahun	S1	Lain-Lain	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	68	4	4	4	5	4	4	5	5	4	39	4	4	4	12	5	4	4	13	
OKY WASRIKA NINGRUM	Perempuan	21 - 30 Tahun	S1	Lain-Lain	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	3	4	4	11	4	4	4	12		
Hanafi	Laki-Laki	21 - 30 Tahun	D3	Wiraswasta	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	2	3	4	4	5	57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	3	4	11	3	3	3	9	
Indra p	Laki-Laki	21 - 30 Tahun	S1	Pegawai Negeri / TNI-Polri	4	4	5	4	4	3	5	4	4	3	4	5	4	3	3	3	62	5	5	4	3	2	4	4	4	4	35	4	4	4	12	4	4	4	12	
Laksi puri pinandito	Laki-Laki	21 - 30 Tahun	S1	Pelajar / Mahasiswa	4	4	4	2	4	4	4	2	4	3	3	4	4	4	4	3	57	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	4	3	3	10	4	3	3	10	
Pradita Nindya Aryandha	Perempuan	21 - 30 Tahun	Lain-Lain	Pelajar / Mahasiswa	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	79	5	4	5	5	4	4	4	5	2	38	5	5	5	15	5	5	5	15	
Fatoni	Laki-Laki	21 - 30 Tahun	D3	Pegawai Swasta	4	5	4	4	3	2	2	3	4	4	5	4	3	5	3	3	58	3	2	4	4	3	4	4	3	3	30	3	4	4	11	4	4	4	12	
awaluddin nur sp	Laki-Laki	21 - 30 Tahun	S1	Lain-Lain	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	57	5	5	3	5	4	4	4	4	4	38	5	3	3	11	5	4	4	13	
Adrian mahendra	Laki-Laki	21 - 30 Tahun	S1	Pelajar / Mahasiswa	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35	4	4	4	12	4	4	4	12	
Ts	Laki-Laki	21 - 30 Tahun	S1	Pelajar / Mahasiswa	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	63	4	4	4	4	4	4	4	4	3	34	3	4	4	11	4	4	4	12	

Nurdiansyah Nugraha	Laki-Laki	21 - 30 Tahun	SD, SMP, SMA	Pelajar / Mahasiswa	2	2	4	3	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	64	4	5	4	4	4	4	4	4	4	37	4	4	4	12	5	4	4	13
Riri agustian	Laki-Laki	21 - 30 Tahun	S1	Pelajar / Mahasiswa	4	4	4	5	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	67	4	5	4	5	5	4	4	4	4	39	4	3	4	11	5	4	4	13
Tania Andriyani	Perempuan	21 - 30 Tahun	S1	Pelajar / Mahasiswa	3	3	3	3	4	4	4	2	5	4	3	3	3	3	4	3	54	5	3	4	4	3	3	3	3	3	31	3	2	3	8	5	3	3	11
Yooraa	Perempuan	21 - 30 Tahun	SD, SMP, SMA	Pelajar / Mahasiswa	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	46	4	4	4	4	3	3	3	3	3	31	4	3	3	10	4	4	4	12
Surya anugrah	Laki-Laki	21 - 30 Tahun	S1	Pelajar / Mahasiswa	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	5	4	4	2	4	59	4	4	4	3	3	4	4	4	4	34	4	4	4	12	4	4	3	11
Amin fauzi	Laki-Laki	21 - 30 Tahun	S1	Pelajar / Mahasiswa	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	63	4	4	3	4	4	4	4	4	4	35	4	4	4	12	4	4	5	13
Dwi yulan minaditya	Perempuan	21 - 30 Tahun	D3	Pelajar / Mahasiswa	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	65	4	4	3	4	4	4	4	4	4	35	3	4	4	11	4	4	4	12
Melly al mona	Perempuan	21 - 30 Tahun	S1	Lain-Lain	3	3	4	3	2	4	4	4	5	4	2	4	3	3	4	3	55	4	3	4	4	4	4	3	3	3	32	3	3	2	8	4	4	3	11
Harminto	Laki-Laki	21 - 30 Tahun	S1	Pelajar / Mahasiswa	3	4	4	3	2	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	56	4	3	3	3	3	3	4	4	3	30	3	3	3	9	4	3	4	11
novita kartika p	Perempuan	21 - 30 Tahun	S1	Wiraswasta	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	3	2	3	8	4	4	4	12
ali fian joni n	Laki-Laki	21 - 30 Tahun	S1	Pelajar / Mahasiswa	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	2	2	2	6	4	4	4	12
Sundah Bagus W.	Laki-Laki	21 - 30 Tahun	S1	Pelajar / Mahasiswa	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	3	3	3	9	4	4	4	12

iyankinul	Laki-Laki	21 - 30 Tahun	S1	Pelajar / Mahasiswa	4	4	4	4	3	3	4	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	53	5	5	5	5	4	3	3	3	3	36	3	3	3	9	5	3	3	11
bunga	Perempuan	21 - 30 Tahun	S1	Pelajar / Mahasiswa	2	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	54	5	4	4	3	4	3	3	4	3	33	3	3	3	9	4	4	4	12	
Aji Lukman Ibrahim	Laki-Laki	21 - 30 Tahun	S1	Pelajar / Mahasiswa	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	59	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35	4	4	3	11	4	4	4	12	
Dira	Laki-Laki	21 - 30 Tahun	SD, SMP, SMA	Pelajar / Mahasiswa	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	5	4	4	4	4	66	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37	4	4	4	12	5	4	4	13	
Yohanes danang	Laki-Laki	21 - 30 Tahun	S1	Lain-Lain	4	4	4	4	2	5	2	2	2	2	4	4	4	4	4	5	56	5	5	5	4	4	4	3	3	2	35	4	3	2	9	4	3	3	10	
liring dwi utami	Perempuan	21 - 30 Tahun	S1	Pelajar / Mahasiswa	4	4	4	4	3	5	5	5	5	2	4	4	5	5	4	4	67	5	5	5	5	5	4	4	4	3	40	5	5	5	15	5	4	4	13	
Candra Barata	Laki-Laki	21 - 30 Tahun	SD, SMP, SMA	Pelajar / Mahasiswa	4	4	4	4	4	3	4	2	4	3	4	4	3	4	4	4	59	4	4	4	4	4	4	4	3	3	34	4	3	3	10	5	4	4	13	
Septiana lestari	Perempuan	21 - 30 Tahun	S1	Pelajar / Mahasiswa	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	60	4	4	4	4	4	4	3	2	4	33	4	4	4	12	4	3	2	9	
Ibnu	Laki-Laki	21 - 30 Tahun	S1	Lain-Lain	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	60	4	4	4	4	4	4	3	4	4	34	4	3	4	11	4	4	4	12
Adji rahmanto	Laki-Laki	21 - 30 Tahun	D3	Pelajar / Mahasiswa	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	2	3	3	4	4	4	57	3	3	4	4	3	3	4	4	4	32	4	4	4	12	4	3	4	11	
Nanda	Laki-Laki	21 - 30 Tahun	D3	Pegawai Swasta	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	2	3	4	4	4	4	58	3	4	4	5	4	4	4	3	4	35	4	4	5	13	3	5	5	13	
Sefi nurhayati	Perempuan	21 - 30 Tahun	S1	Pelajar / Mahasiswa	4	4	4	3	4	4	5	4	3	4	4	5	3	2	4	4	61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	12	4	2	3	9	

Hapsari citra	Perempuan	21 - 30 Tahun	D3	Pelajar / Mahasiswa	4	4	4	5	4	3	4	4	3	4	2	4	4	4	4	5	62	4	4	4	4	2	4	4	4	3	33	4	4	4	12	4	4	3	11
Johan	Laki-Laki	21 - 30 Tahun	S1	Pelajar / Mahasiswa	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	70	4	4	4	4	3	4	4	4	4	35	4	4	4	12	3	4	4	11
Muhamad sofyam	Laki-Laki	21 - 30 Tahun	S1	Pegawai Swasta	4	4	4	5	3	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	66	4	4	4	4	4	4	3	4	4	35	4	4	4	12	4	4	4	12	
Puput	Perempuan	21 - 30 Tahun	SD, SMP, SMA	Lain-Lain	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	60	4	4	4	3	4	4	4	4	4	35	4	4	4	12	4	4	5	13	
Krisna	Laki-Laki	21 - 30 Tahun	S1	Pelajar / Mahasiswa	4	4	4	4	2	3	3	2	4	4	3	4	4	3	3	3	54	4	3	3	4	3	4	3	3	3	30	3	3	3	9	5	4	3	12
Rian	Laki-Laki	21 - 30 Tahun	S1	Pelajar / Mahasiswa	4	4	3	3	2	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	53	4	3	4	4	4	4	3	3	4	33	3	3	3	9	5	4	4	13
Aziddani Putra A.	Laki-Laki	21 - 30 Tahun	S1	Pegawai Swasta	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	12	5	4	4	13	
Nanda	Laki-Laki	21 - 30 Tahun	S1	Pelajar / Mahasiswa	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	58	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	3	3	3	9	5	4	4	13
Yudha	Laki-Laki	21 - 30 Tahun	S1	Pelajar / Mahasiswa	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	59	4	4	4	4	4	4	3	4	3	34	3	3	3	9	5	4	4	13
Echsan	Laki-Laki	21 - 30 Tahun	S1	Pelajar / Mahasiswa	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	61	4	4	4	4	4	4	3	3	3	33	3	3	3	9	5	4	4	13	
Pravia Kurniasari	Perempuan	21 - 30 Tahun	S1	Lain-Lain	3	4	4	3	2	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	57	5	4	5	3	4	3	3	4	4	35	4	4	4	12	4	3	3	10	
Dede setyawan	Laki-Laki	21 - 30 Tahun	S1	Pegawai Swasta	4	4	4	3	2	3	3	4	4	2	3	3	3	4	3	3	52	4	4	4	4	4	3	3	3	2	31	4	3	3	10	4	3	3	10

Devri Harmanda Putra	Laki-Laki	21 - 30 Tahun	D3	Pelajar / Mahasiswa	4	4	3	3	2	4	3	3	5	3	3	4	4	4	4	5	58	4	3	3	3	4	2	3	3	5	30	3	4	4	11	3	4	5	12
Devri Harmanda Putra	Laki-Laki	21 - 30 Tahun	D3	Pelajar / Mahasiswa	4	4	3	3	2	4	3	3	5	3	3	4	4	4	4	5	58	4	3	3	3	4	2	3	3	5	30	3	4	4	11	3	4	5	12
Anita	Perempuan	21 - 30 Tahun	S1	Pelajar / Mahasiswa	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	67	4	5	4	4	4	5	5	4	4	39	5	4	4	13	5	5	4	14
Jonidan	Laki-Laki	21 - 30 Tahun	S1	Pelajar / Mahasiswa	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	68	5	4	4	5	5	5	4	5	5	42	4	3	2	9	5	5	5	15
Donita	Perempuan	21 - 30 Tahun	S1	Lain-Lain	4	4	5	4	5	4	2	4	4	4	4	4	4	5	5	62	4	4	5	4	4	4	4	4	4	37	4	4	3	11	4	3	5	12	
Jaka prasetyo	Laki-Laki	21 - 30 Tahun	S1	Pegawai Swasta	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	3	3	66	4	4	5	4	5	4	4	4	4	38	4	5	5	14	4	4	4	12
Melia	Perempuan	21 - 30 Tahun	S1	Pelajar / Mahasiswa	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	5	5	4	4	4	4	63	4	4	4	4	3	3	4	4	4	34	4	3	4	11	5	4	5	14
Fandi reza ridwanmas	Laki-Laki	21 - 30 Tahun	S1	Pegawai Negeri / TNI-Polri	4	4	5	4	3	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	69	5	4	5	5	5	4	3	4	5	40	5	5	4	14	4	5	3	12
Dian siska	Perempuan	21 - 30 Tahun	S1	Lain-Lain	4	4	2	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	65	4	4	3	3	5	4	4	4	4	35	4	4	4	12	4	4	4	12
Hartono	Laki-Laki	< 20 Tahun	SD, SMP, SMA	Pelajar / Mahasiswa	5	5	5	5	4	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	3	4	11	4	5	4	13
Novita Dian	Perempuan	21 - 30 Tahun	S1	Pelajar / Mahasiswa	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	3	3	4	4	4	69	4	4	4	3	4	4	4	5	5	37	4	4	4	12	4	4	5	13
Shafira elvalita cahyani	Perempuan	21 - 30 Tahun	S1	Pelajar / Mahasiswa	5	4	4	5	3	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	3	71	5	5	4	5	4	5	4	2	5	39	3	5	4	12	4	3	5	12



Desty sabdowati	Perempuan	21 - 30 Tahun	S1	Pelajar / Mahasiswa	5	4	5	5	4	4	3	4	4	5	3	4	5	4	5	4	68	3	5	4	5	4	3	4	5	5	38	3	3	2	8	4	4	3	11	
Lisa margareta	Perempuan	21 - 30 Tahun	S1	Pelajar / Mahasiswa	4	4	5	4	5	4	5	3	4	4	3	5	4	5	4	5	68	4	3	5	4	5	4	4	4	3	36	4	3	4	11	4	5	3	12	
Noviantika	Perempuan	21 - 30 Tahun	S1	Pelajar / Mahasiswa	4	5	5	5	3	5	4	4	4	5	3	5	4	5	4	4	69	5	4	4	5	3	4	4	4	5	38	4	5	4	13	3	3	4	10	
Sukma Indah	Perempuan	21 - 30 Tahun	D3	Lain-Lain	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	64	5	4	4	4	4	4	5	5	5	40	4	3	4	11	4	4	4	12	
nila lahay	Perempuan	21 - 30 Tahun	S1	Pelajar / Mahasiswa	4	4	4	4	3	4	3	4	5	4	3	3	5	5	5	5	65	5	4	4	4	4	4	3	3	3	34	4	3	4	11	5	4	4	13	
Dian ratna	Perempuan	21 - 30 Tahun	D3	Lain-Lain	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	63	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	3	4	11	4	4	3	11	
Yanuar sapto	Laki-Laki	21 - 30 Tahun	S1	Pelajar / Mahasiswa	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	1	4	5	4	4	61	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37	4	4	4	12	4	3	5	12
Yanuar sapto	Laki-Laki	21 - 30 Tahun	S1	Pelajar / Mahasiswa	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	5	1	4	5	4	4	61	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37	4	4	4	12	4	3	5	12	
Prananto	Laki-Laki	21 - 30 Tahun	D3	Pegawai Swasta	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	63	3	4	4	4	3	4	4	4	3	33	4	4	4	12	4	3	4	11	
Andi kosasi	Laki-Laki	21 - 30 Tahun	S1	Pelajar / Mahasiswa	5	4	4	4	4	3	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	61	3	4	3	4	3	4	4	4	4	33	4	4	4	12	4	4	4	12	
Trusto julianto	Laki-Laki	31 - 40 Tahun	S1	Pegawai Swasta	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	62	4	5	4	3	4	4	4	4	4	36	4	4	4	12	4	4	5	13	
Widi	Laki-Laki	21 - 30 Tahun	S1	Pegawai Swasta	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	66	4	5	4	4	4	1	4	4	3	33	4	4	4	12	4	3	4	11	
Andi kosasi	Laki-Laki	21 - 30 Tahun	S1	Pelajar / Mahasiswa	5	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	63	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	12	4	4	4	12	

Trusto julianto	Laki-Laki	31 - 40 Tahun	S1	Pegawai Swasta	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	65	4	5	4	4	4	4	4	4	4	37	4	4	4	12	4	4	5	13
Widi	Laki-Laki	21 - 30 Tahun	S1	Pegawai Swasta	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	66	4	5	4	4	4	4	1	4	4	4	34	4	4	4	12	4	4	8
Meita sanny	Perempuan	21 - 30 Tahun	S1	Lain-Lain	4	4	4	4	4	2	5	4	4	4	4	4	4	4	4	63	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	12	4	4	4	12	
Aditya Fajar b	Laki-Laki	21 - 30 Tahun	S1	Pelajar / Mahasiswa	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	12	4	4	4	12
Brilian asmaranda	Laki-Laki	21 - 30 Tahun	S1	Pegawai Swasta	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	12	4	4	4	12	
Hidayat	Laki-Laki	21 - 30 Tahun	S1	Pegawai Negeri / TNI-Polri	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	37	4	4	4	12	4	3	4	11
Bagus catur c	Laki-Laki	21 - 30 Tahun	D3	Pegawai Swasta	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	34	4	4	4	12	4	4	4	12
Anggar rahardika	Laki-Laki	21 - 30 Tahun	S1	Pegawai Swasta	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	39	4	4	4	12	4	4	5	13
Sekar ayu	Perempuan	21 - 30 Tahun	S1	Pelajar / Mahasiswa	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	12	4	4	4	12	
Abor	Laki-Laki	21 - 30 Tahun	S1	Pelajar / Mahasiswa	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	12	4	4	4	12	
abthal	Laki-Laki	21 - 30 Tahun	S1	Pelajar / Mahasiswa	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	12	4	4	4	12	
Adi prasetyo	Laki-Laki	21 - 30 Tahun	S1	Pegawai Swasta	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	12	4	4	4	12	
Danang	Laki-Laki	21 - 30 Tahun	S1	Pelajar / Mahasiswa	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	12	4	4	4	12	

syarofi	Laki-Laki	21 - 30 Tahun	D3	Pelajar / Mahasiswa	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	12	4	4	4	12
awaluddin nur sp	Laki-Laki	21 - 30 Tahun	S1	Lain-Lain	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	39	5	4	4	13	5	4	4	13
nadien	Perempuan	21 - 30 Tahun	S1	Pelajar / Mahasiswa	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	68	4	5	5	5	4	4	5	4	4	40	4	4	5	13	5	4	4	13	
eko nandar	Laki-Laki	21 - 30 Tahun	S1	Pelajar / Mahasiswa	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	70	5	5	5	5	4	4	4	4	4	40	4	4	4	12	5	4	4	13	
cipta raka	Laki-Laki	21 - 30 Tahun	S1	Pelajar / Mahasiswa	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	72	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	5	5	14	4	4	4	12	
destya ardiyati	Perempuan	21 - 30 Tahun	S1	Pegawai Swasta	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	71	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	12	4	4	4	12	
vivi wahyuni daud	Perempuan	21 - 30 Tahun	S1	Pelajar / Mahasiswa	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	69	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37	5	4	5	14	4	5	5	14	
cindy utami dewi	Perempuan	21 - 30 Tahun	S1	Pelajar / Mahasiswa	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	67	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37	4	4	4	12	4	4	4	12	
intan pratiwi	Perempuan	21 - 30 Tahun	S1	Pegawai Swasta	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	69	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37	4	5	5	14	4	4	4	12	
zein santiaji	Laki-Laki	21 - 30 Tahun	S1	Pelajar / Mahasiswa	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	71	5	5	5	5	4	4	4	4	4	40	4	4	4	12	4	4	5	13	
dimas hekmatyar	Laki-Laki	21 - 30 Tahun	S1	Pegawai Swasta	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	67	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37	4	4	5	13	4	4	4	12	
maria ramadani	Perempuan	21 - 30 Tahun	S1	Pegawai Swasta	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	61	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37	5	4	4	13	4	4	4	12	

satria A W	Laki-Laki	21 - 30 Tahun	S1	Pelajar / Mahasiswa	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	4	4	4	12	4	4	4	12											
hesti ika novitasari	Perempuan	21 - 30 Tahun	S1	Pelajar / Mahasiswa	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39	4	4	4	4	12	5	4	4	13													
zulkipli	Laki-Laki	21 - 30 Tahun	S1	Pelajar / Mahasiswa	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	38	5	4	4	4	13	5	4	4	13													
yusuf iskandar	Laki-Laki	21 - 30 Tahun	S1	Pegawai Swasta	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	69	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	12	5	5	4	14
dita cantika	Perempuan	21 - 30 Tahun	S1	Pegawai Swasta	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	66	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	5	13	4	4	4	12	
ayu leonad	Perempuan	21 - 30 Tahun	S1	Pelajar / Mahasiswa	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	66	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	37	4	4	5	13	4	4	4	12	
Marfungah	Perempuan	21 - 30 Tahun	D3	Pelajar / Mahasiswa	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	67	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	5	13	5	4	4	13					
Doni saputra	Laki-Laki	21 - 30 Tahun	S1	Pegawai Swasta	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	63	5	4	4	5	5	5	4	4	4	40	4	4	5	13	2	4	4	10				
Mona septiana	Perempuan	21 - 30 Tahun	S1	Lain-Lain	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	66	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	12	4	5	4	13						
Cipta adi	Laki-Laki	21 - 30 Tahun	S1	Pelajar / Mahasiswa	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	65	4	4	4	4	4	4	4	4	38	4	4	4	12	4	4	4	12						
Jumadi alif	Laki-Laki	31 - 40 Tahun	Lain-Lain	Lain-Lain	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	62	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	12	4	4	4	12						
Kachelista	Perempuan	21 - 30 Tahun	S1	Pelajar / Mahasiswa	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64	4	5	4	4	4	4	4	4	37	4	4	4	12	4	4	4	12						
fahrunisa	Perempuan	21 - 30 Tahun	S1	Pelajar / Mahasiswa	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	66	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	5	13	4	4	4	12					

Fikra abdila	Laki-Laki	21 - 30 Tahun	S1	Pegawai Swasta	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	12	5	4	4	13
Ayu indira	Perempuan	21 - 30 Tahun	S1	Pelajar / Mahasiswa	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	12	4	4	4	12
Putri	Perempuan	21 - 30 Tahun	S1	Pelajar / Mahasiswa	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	12	5	4	4	13
Tari	Perempuan	21 - 30 Tahun	S1	Pelajar / Mahasiswa	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	12	5	4	4	13
Amelia Dwi Pratiwi	Perempuan	21 - 30 Tahun	S1	Pelajar / Mahasiswa	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35	4	4	4	12	4	4	5	13
Galang aji purwoko	Laki-Laki	21 - 30 Tahun	S1	Pelajar / Mahasiswa	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	69	4	5	5	4	4	5	4	4	5	40	5	4	4	13	4	4	4	12	
Evan sanwitano darmadi	Laki-Laki	21 - 30 Tahun	SD, SMP, SMA	Pegawai Negeri / TNI-Polri	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	69	5	5	4	4	4	5	4	5	4	40	5	5	4	14	4	5	4	13		
Monica aprilia putri	Perempuan	21 - 30 Tahun	S1	Pegawai Swasta	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	70	4	4	4	5	5	5	4	4	4	39	4	4	5	13	4	4	5	13		
Doni saputra	Laki-Laki	21 - 30 Tahun	S1	Pegawai Swasta	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	5	4	4	4	4	63	5	4	4	5	5	5	4	4	4	40	4	4	5	13	2	4	4	10		
Sandy	Laki-Laki	21 - 30 Tahun	S1	Pelajar / Mahasiswa	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	12	4	4	4	12		
Dani setiawan	Laki-Laki	21 - 30 Tahun	S1	Lain-Lain	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	12	4	4	4	12		
Galih wijang	Laki-Laki	21 - 30 Tahun	S1	Pegawai Swasta	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	12	4	4	4	12		

Siti annida	Perempuan	21 - 30 Tahun	S1	Pelajar / Mahasiswa	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	12	4	4	4	12
Yulan minaditya	Perempuan	21 - 30 Tahun	D3	Pelajar / Mahasiswa	4	4	4	4	5	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	12	4	4	4	12
Afif assadurachman	Laki-Laki	21 - 30 Tahun	S1	Pelajar / Mahasiswa	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	12	4	4	4	12		
Fatkah shofa	Laki-Laki	21 - 30 Tahun	S1	Pegawai Swasta	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	60	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	37	4	4	4	12	4	4	4	12		

