

**PENGARUH KEPERCAYAAN DAN PENGALAMAN
PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN E-
COMMERCE TOKOPEDIA PADA MAHASISWA FAKULTAS
EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

SEKAR AYU KIRANA

8135161822



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

**Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

2020

**THE EFFECT OF TRUST AND CUSTOMER EXPERIENCE
TOWARDS SATISFACTION OF TOKOPEDIA E-COMMERCE
CUSTOMERS IN THE ECONOMICS FACULTY,
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

SEKAR AYU KIRANA

8135161822



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

**Thesis is Organized As One of The Requirements for Obtaining Bachelor of
Education at Faculty of Economics State University of Jakarta**

BUSINESS STUDIES EDUCATION PROGRAM

FACULTY OF ECONOMICS

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2020

ABSTRAK

SEKAR AYU KIRANA, Pengaruh Kepercayaan dan Pengalaman Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan Tokopedia pada Mahasiswa FE UNJ. Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kepercayaan dan pengalaman pelanggan terhadap kepuasan pelanggan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta, selama 6 bulan terhitung sejak Januari sampai dengan Juni 2020. Metode penelitian yang peneliti gunakan adalah metode survei dengan pendekatan penelitian kuantitatif, Sampel dalam penelitian ini yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomi yang melakukan transaksi pembelian minimal tiga kali di Tokopedia. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan teknik *purposive sampling* sebanyak 145 orang. Persamaan regresi yang dihasilkan adalah $\hat{Y} = 3,276 + 0,322 X_1 + 0,300 X_2$. Uji persyaratan analisis yaitu uji normalitas dengan uji Kolmogorov-Smirnov dengan tingkat signifikansi (α) = 5% atau 0,05 dan menghasilkan tingkat signifikan Y bernilai sebesar 0,200, X_1 bernilai sebesar 0,200 dan X_2 bernilai sebesar 0,200. Karena tingkat signifikansi ketiga variabel tersebut $> 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal dan dapat digunakan dalam analisis selanjutnya. Uji linieritas regresi Y atas X_1 dan Y atas X_2 menghasilkan nilai signifikansi pada *Linearity*, yaitu $0,000 < 0,05$, sehingga disimpulkan bahwa memiliki hubungan yang linier. Selanjutnya, dilakukan uji t dan dihasilkan Y atas X_1 $t_{hitung} = 4,262 > t_{tabel} = 1,976811$ dan Y atas X_2 $t_{hitung} = 4,091 > t_{tabel} = 1,976811$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka kedua variabel bebas tersebut memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Nilai koefisien korelasi antara variabel kepercayaan (X_1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,475 sedangkan nilai koefisien korelasi pengalaman pelanggan (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,467 dan nilai signifikansi kedua variabel bebas sebesar $0,000 < 0,05$, artinya kedua variabel bebas tersebut memiliki korelasi yang signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan. Koefisien determinasi Y atas X_1 dan X_2 yang diperoleh sebesar 0,307 yang menunjukkan bahwa 30,7% variabel kepuasan pelanggan ditentukan oleh kepercayaan dan pengalaman pelanggan. Sementara itu, sisanya 69,3% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata kunci: Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan, Pengalaman Pelanggan

ABSTRACT

SEKAR AYU KIRANA, *The Effect of Trust and Customer Experience Towards Satisfaction of Tokopedia E-Commerce Customers in the Economics Faculty, Universitas Negeri Jakarta*

The purpose of this research was to determine the effect of trust and customer experience towards satisfaction of Tokopedia e-commerce customers in the Economics Faculty, Universitas Negeri Jakarta. This research was conducted at the Faculty of Economics, Jakarta State University, for 6 months starting from January to June 2020. The research method used is survey method with quantitative research approaches. The sample in this research is the Faculty of Economics students who conduct a minimum purchase of three times at Tokopedia. The sampling technique used technique of purposive sampling as many as 145 people. The resulting regression equation is $\hat{Y} = 3,276 + 0,322 X_1 + 0,300 X_2$. Test requirements analysis that estimates the error normality test regression of Y on X_1 with Kolmogorov-Smimov test with significance level (α) = 5% or 0,05 estimates significance of Y equal to 0,200, X_1 equal to 0,200 and X_2 equal to 0,200. Because the significance level is > 0.05 , it can be concluded that the data is normally distributed and can be used in further analysis. Testing linearity of regression Y on X_1 and Y on X_2 resulted in a significance value in the Linearity, which is $0.000 < 0.05$, so it can be concluded that it has a linear relationship. Next, a t test was carried out and generated Y over X_1 $t_{count} = 4,262 > t_{table} = 1,976811$ and Y over X_2 $t_{count} = 4,091 > t_{table} = 1,976811$ with significance value $0,000 < 0,05$, then these two independent variables have a positive and significant effect on customer satisfaction. The value of correlation coefficient between the trust variable (X_1) to customer satisfaction (Y) equal to 0.475 while customer experience (X_2) to customer satisfaction (Y) equal to 0.467 and the significance value of the two independent variables is $0,000 < 0,05$ it means that both independent variables have a significant correlation to customer satisfaction variables. The coefficient of determination Y on X_1 and X_2 obtained by 0.307 indicating that 30.7% variable customer satisfaction is determined by the trust and customer experience. Meanwhile, the remaining 69,3% is influenced by other variables.

Keyword: *Customer Satisfaction, Trust, Customer Experience*

LEMBAR PENGESAHAN

Lembar Pengesahan Skripsi

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI			
PenanggungJawab Dekan Fakultas Ekonomi			
 Dr. Ari Saptono, S.E., M.Pd NIP. 197207152001121001			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	<u>Ryva Parlyna, MBA</u> NIP. 197701112008122003 (Ketua)		6 Agustus 2020
2	<u>Rahmi, S.E., M.S.M</u> NIP. 198305012018032001 (Sekretaris)		6 Agustus 2020
3	<u>Dra. Dientje Griandini, M.Pd</u> NIP. 195507221982102001 (Penguji Ahli)		6 Agustus 2020
4	<u>Dr. Corry Yohana, M.M</u> NIP. 195909181985032011 (Pembimbing 1)		6 Agustus 2020
5	<u>Nadva Fadillah F, S.Pd, M.Pd</u> NIP. 199302202019032022 (Pembimbing 2)		6 Agustus 2020
Nama : Sekar Ayu Kirana No. Registrasi : 8135161822 Program Studi : Pendidikan Bisnis Tanggal Lulus : 27 Juli 2020			

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12
- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

F072020

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 27 Juli 2020



Sekar Ayu Kirana

NIM. 8135161822



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Sekar Ayu Kirana
NIM : 8135161822
Fakultas/Prodi : Ekonomi/Pendidikan Bisnis
Alamat email : sekaryuki@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Pengaruh Kepercayaan dan Pengalaman Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan E-Commerce Tokopedia pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengololanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau pererbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 30 Agustus 2020

Penulis

(Sekar Ayu Kirana)

LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Dan bersabarlah karena sesungguhnya Allah tidak menya-nyiakan pahala orang-orang yang berbuat kebaikan” (Q.S Hud:115)

“Siapa yang menempuh jalan untuk mencari ilmu, maka Allah akan mudahkan baginya jalan menuju surga” (HR. Muslim)

Bismillahirrahmanirrahim,

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang senantiasa memberikan rahmat dan ridhonya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu. Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua serta adik saya yang selalu mendoakan dan memberikan motivasi kepada saya selama proses penyelesaian skripsi ini. Saya persembahkan juga skripsi ini kepada Ibu Corry Yohana dan Ibu Nadya Fadillah yang selalu membimbing saya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan karuniaNya sehingga pada akhirnya Peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kepercayaan dan Pengalaman Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan *E-commerce* Tokopedia pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta” yang merupakan salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Dalam penulisan skripsi ini, Peneliti tidak lepas dari bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak yang berwujud material dan spiritual. Oleh karena itu dengan kerendahan hati dan rasa hormat sedalam-dalamnya Peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada yang terhormat :

1. Dr. Corry Yohana, MM selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak meluangkan waktunya untuk memberikan arahan, saran dan motivasi kepada Peneliti selama penulisan skripsi ini.
2. Nadya Fadillah F, S.Pd., M.Pd selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, saran, dan motivasi selama penulisan skripsi ini.
3. Usep Suhud Ph.D selaku dosen pemimbing akademik yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama perkuliahan.
4. Ryna Parlyna, MBA selaku Ketua Program Studi Pendidikan Bisnis Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

5. Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta
6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi UNJ, khususnya dosen Program Studi Pendidikan Bisnis yang telah memberikan banyak ilmu bermanfaat bagi saya selama perkuliahan.
7. Pemerintah Provinsi DKI Jakarta khususnya Dinas P404 yang telah memberikan beasiswa KJMU selama saya menjalankan perkuliahan.
8. Kedua orang tua yang saya sayangi, yaitu Ibu Retno Hartini dan Bapak Acep Suhandi yang selalu memberikan semangat dan memfasilitasi saya dalam penulisan skripsi ini.
9. Arif, Indri, Virlia, Risna, Vania dan Dika yang selalu memberikan semangat dan memotivasi saya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman-teman Pendidikan Bisnis 2016 yang saling membantu sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.

Peneliti menyadari skripsi ini tidaklah sempurna dan masih banyak kekurangan. Maka dari itu Peneliti mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat yang berarti bagi pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 27 Juli 2020

Sekar Ayu Kirana

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Kebaruan Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
A. Latar Belakang Teori	12
1. Kepuasan Pelanggan (<i>Customer Satisfaction</i>)	12
2. Kepercayaan (<i>Trust</i>)	18
3. Pengalaman Pelanggan (<i>Customer Experience</i>)	23
B. Kerangka Teori dan Hipotesis	29
1. Kerangka Teori	29
2. Hipotesis	33
BAB III METODE PENELITIAN	34
A. Waktu dan Tempat Penelitian	34
1. Waktu Penelitian	34
2. Tempat Penelitian	34
B. Pendekatan Penelitian	34
C. Populasi dan Sampel	35

1. Populasi.....	35
2. Sampel	36
D. Penyusunan Instrumen	38
E. Teknik Pengumpulan Data	44
F. Teknik Analisis Data.....	44
1. Analisis Deskriptif	44
2. Uji Validitas dan Reliabilitas	45
3. Uji Persyaratan Analisis.....	48
4. Persamaan Regresi Linier Berganda.....	49
5. Uji Hipotesis	50
6. Analisis Koefisien Korelasi <i>Pearson</i>	50
7. Perhitungan Koefisien Determinasi	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	53
A. Deskripsi Data	53
1. Profil Responden.....	53
2. Profil Data	57
B. Pengujian Hipotesis	71
1. Pengujian Persyaratan Analisis	71
2. Persamaan Regresi Linier Berganda	74
3. Pengujian Hipotesis Penelitian.....	76
4. Pengujian Analisis Koefisien Korelasi <i>Pearson</i>	77
5. Pengujian Koefisien Determinasi.....	78
C. Pembahasan	80
1. Kepercayaan dan Pengalaman Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan..	80
2. Kepercayaan dengan Kepuasan Pelanggan.....	81
3. Pengalaman Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan.....	82
BAB V PENUTUP.....	84
A. Kesimpulan	84
B. Implikasi	85
C. Keterbatasan Penelitian	87
D. Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya.....	87
DAFTAR PUSTAKA	88

LAMPIRAN..... 92
DAFTAR RIWAYAT HIDUP..... 177



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Persentase Usaha <i>E-Commerce</i> di Indonesia menurut Tahun Mulai Usaha.....	2
Gambar 1.2 <i>E-Commerce</i> dengan Pengunjung Terbesar Kuartal III-2019.....	3
Gambar 1.3 Persentase Responden yang Mengalami Kendala ketika Berbelanja di Tokopedia.....	6
Gambar 1.4 Jenis Kendala yang Dialami Pelanggan Tokopedia.....	6
Gambar 2.1 Konstelasi Pengaruh Antar Variabel.....	33
Gambar 3.1 Pelaku Belanja <i>E-Commerce</i> Berdasarkan Usia.....	37
Gambar 3.2 Data Setiap Fakultas yang Memiliki Kendala.....	38
Gambar 4.1 Grafik Usia Responden.....	54
Gambar 4.2 Profil Program Studi Responden.....	56
Gambar 4.3 Profil Jenis Kelamin Responden.....	57
Gambar 4.4 Grafik Histogram Kepuasan Pelanggan.....	60
Gambar 4.5 Grafik Histogram Kepercayaan.....	64
Gambar 4.6 Grafik Histogram Pengalaman Pelanggan.....	69
Gambar 4.7 Grafik Pengaruh Kepercayaan dan Pengalaman Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	75

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Kisi-Kisi Instrumen Variabel Kepuasan Pelanggan	39
Tabel 3.2 Kisi-Kisi Instrumen Kepercayaan	39
Tabel 3.3 Kisi-Kisi Instrumen Pengalaman Pelanggan.....	41
Tabel 3.4 Skala Penilaian Instrumen.....	43
Tabel 3.5 Koefisien Korelasi.....	51
Tabel 4.1 Profil Usia Responden	53
Tabel 4.2 Profil Program Studi Responden	55
Tabel 4.3 Profil Jenis Kelamin Responden	56
Tabel 4.4 Statistik Deskriptif Kepuasan Pelanggan.....	59
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Kepuasan Pelanggan.....	59
Tabel 4.6 Rata-rata Hitung Skor Indikator Kepuasan Pelanggan	61
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Kepercayaan	62
Tabel 4.8 Distribusi frekuensi Kepercayaan	63
Tabel 4.9 Rata-rata Hitung Skor Indikator Kepercayaan.....	65
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Pengalaman Pelanggan	67
Tabel 4.11 Distribusi Frekuensi Pengalaman Pelanggan.....	68
Tabel 4.12 Rata-rata Hitung Skor Indikator Pengalaman Pelanggan	70
Tabel 4.13 Uji Linieritas Variabel X_1 terhadap Y.....	73
Tabel 4.14 Uji Linieritas Variabel X_2 terhadap Y.....	73
Tabel 4.15 Uji Persamaan Regresi Linier Berganda.....	74
Tabel 4.16 Uji Analisis Koefisien Korelasi Pearson.....	77
Tabel 4.17 Uji Koefisien Determinasi Secara Keseluruhan.....	78
Tabel 4.18 Uji Koefisien Determinasi Kepercayaan (X_1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).....	79
Tabel 4.19 Uji Koefisien Determinasi Pengalaman Pelanggan (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).....	80

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kartu Konsultasi Bimbingan Penulisan Skripsi	92
Lampiran 2 Format Saran dan Perbaikan Penulisan Skripsi	93
Lampiran 3 Survei Awal Penelitian	94
Lampiran 4 Kuesioner Uji Coba Penelitian Variabel Y (Kepuasan Pelanggan) ..	96
Lampiran 5 Uji Validitas dan Uji Coba Instrumen Variabel Y (Kepuasan Pelanggan).....	99
Lampiran 6 Perhitungan Analisis Butir Variabel Y (Kepuasan Pelanggan).....	100
Lampiran 7 Data Perhitungan Validitas Variabel Y (Kepuasan Pelanggan)	101
Lampiran 8 Perhitungan Varians Butir, Varians Total dan Uji Reliabilitas Variabel Y (Kepuasan Pelanggan)	102
Lampiran 9 Kuesioner Uji Coba Penelitian Variabel X ₁ (Kepercayaan).....	103
Lampiran 10 Uji Validitas Data Uji Coba Instrumen Variabel X ₁ (Kepercayaan)	107
Lampiran 11 Perhitungan Analisis Butir Variabel X ₁ (Kepercayaan)	108
Lampiran 12 Data Perhitungan Validitas Variabel X ₁ (Kepercayaan)	109
Lampiran 13 Perhitungan Varians Butir, Varians Total dan Uji Reliabilitas Variabel X ₁ (Kepercayaan)	110
Lampiran 14 Kuesioner Uji Coba Penelitian Variabel X ₂ (Pengalaman Pelanggan)	111
Lampiran 15 Uji Validitas Data Uji Coba Instrumen Variabel X ₂ (Pengalaman Pelanggan).....	115
Lampiran 16 Perhitungan Analisis Butir Variabel X ₂ (Pengalaman Pelanggan)	116
Lampiran 17 Data Perhitungan Validitas Variabel X ₂ (Pengalaman Pelanggan)	117
Lampiran 18 Perhitungan Varians Butir, Varians Total dan Uji Reliabilitas Variabel X ₂ (Pengalaman Pelanggan)	118
Lampiran 19 Kuesioner Final Penelitian Variabel Y (Kepuasan Pelanggan).....	119
Lampiran 20 Data Mentah Variabel Y (Kepuasan Pelanggan).....	122
Lampiran 21 Perhitungan Range, Nilai Minimum, Nilai Maksimum, Jumlah Nilai, Rata-rata, Varian dan Simpangan Baku Variabel Y (Kepuasan Pelanggan)	126
Lampiran 22 Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram Variabel Y (Kepuasan Pelanggan).....	127
Lampiran 23 Skor Indikator Dominan Variabel Y (Kepuasan Pelanggan)	128
Lampiran 24 Kuesioner Final Penelitian Variabel X ₁ (Kepercayaan)	129
Lampiran 25 Data Mentah Variabel X ₁ (Kepercayaan)	133
Lampiran 26 Perhitungan Range, Nilai Minimum, Nilai Maksimum, Jumlah Nilai, Rata-rata, Varian dan Simpangan Baku Variabel X ₁ (Kepercayaan)	137
Lampiran 27 Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram Variabel X ₁ (Kepercayaan)	138
Lampiran 28 Skor Indikator Dominan Variabel X ₁ (Kepercayaan).....	139
Lampiran 29 Kuesioner Final Penelitian Variabel X ₂ (Pengalaman Pelanggan)	140
Lampiran 30 Data Mentah Variabel X ₂ (Pengalaman Pelanggan).....	144
Lampiran 31 Perhitungan Range, Nilai Minimum, Nilai Maksimum, Jumlah Nilai, Rata-rata, Varian dan Simpangan Baku Variabel X ₂ (Pengalaman Pelanggan)	147

Lampiran 32 Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram Variabel X_2 (Pengalaman Pelanggan).....	148
Lampiran 33 Skor Indikator Dominan Variabel X_2 (Pengalaman Pelanggan) ...	149
Lampiran 34 Data Mentah Variabel X_1 (Kepercayaan) dan X_2 (Pengalaman Pelanggan) dengan Y (Kepuasan Pelanggan)	150
Lampiran 35 Perhitungan Uji Normalitas	154
Lampiran 36 Perhitungan Uji Kolinieran Regresi X_1 dengan Y	155
Lampiran 37 Perhitungan Persamaan Regresi Linier Sederhana $\hat{Y} = a + bX_1$...	156
Lampiran 38 Perhitungan Uji Signifikansi Parsial (Uji t) X_1 dengan Y	157
Lampiran 39 Perhitungan Korelasi Pearson X_1 dengan Y	158
Lampiran 40 Perhitungan Koefisien Determinasi X_1 dengan Y	159
Lampiran 41 Perhitungan Uji Kolinieran Regresi X_2 dengan Y	160
Lampiran 42 Perhitungan Persamaan Regresi Linier Sederhana $\hat{Y} = a + bX_2$...	161
Lampiran 43 Perhitungan Uji Signifikansi Parsial (Uji t) X_2 dengan Y	162
Lampiran 44 Perhitungan Korelasi Pearson X_2 dengan Y	163
Lampiran 45 Perhitungan Koefisien Determinasi X_2 dengan Y	164
Lampiran 46 Perhitungan Persamaan Regresi Linier Berganda $\hat{Y} = a + bX_1 + cX_2$	165
Lampiran 47 Perhitungan Uji Signifikansi Parsial (Uji t) X_1 dan X_2 dengan Y .	166
Lampiran 48 Perhitungan Koefisien Korelasi Pearson X_1 dan X_2 dengan Y	167
Lampiran 49 Perhitungan Koefisien Determinasi X_1 dan X_2 dengan Y	168
Lampiran 50 Tabel Nilai r <i>Product Moment</i>	169
Lampiran 51 Tabel Nilai Distribusi t	170
Lampiran 52 Daftar Nama Responden Survei Uji Coba.....	171
Lampiran 53 Daftar Nama Responden Survei Final	172
Lampiran 54 Surat Keterangan Hasil Pindai Uji Kemiripan Naskah	176