

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN LOTTEMART DI
JAKARTA.**

RATNA RAMADHANI

8135161713



**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 SERVICE QUALITY, PRODUCT QUALITY AND
PROMOTION TOWARDS LOTTEMART CUSTOMER SATISFACTION IN
JAKARTA***

RATNA RAMADHANI

8135161713



*Memcerdaskan &
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

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2020

ABSTRAK

RATNA RAMADHANI, Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Lottemart di Jakarta. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan promosi terhadap kepuasan pelanggan hypermarket pada pelanggan di Jakarta. Penelitian ini dilakukan di lottemart di Jakarta, selama 6 bulan terhitung sejak Januari sampai dengan Juni 2020. Metode penelitian yang peneliti gunakan adalah metode survei dengan pendekatan korelasional, populasi yang digunakan adalah pelanggan Lottemart di Jakarta. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan teknik *Purposive Sampling* sebanyak 130 orang. Persamaan regresi yang dihasilkan adalah $\hat{Y} = 13,424 + 0,442 X_1$ untuk variabel kualitas produk, $\hat{Y} = 14,838 + 0,514 X_2$ untuk variabel kualitas produk, dan $\hat{Y} = 13,383 + 0,564 X_3$ untuk variabel promosi. 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 0,064, X_1 bernilai sebesar 0,093, X_2 bernilai sebesar 0,054 dan X_3 sebesar 0,085 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 pengaruh yang linier. Selanjutnya, dilakukan uji t dan dihasilkan Y atas X_1 thitung = 4,505 dan ttabel = 1,657 dan Y atas X_2 thitung = 4,161 dan ttabel = 1,657 dan Y atas X_3 thitung = 2,655 dan ttabel = 1,657. Nilai koefisien korelasi antara variabel kualitas pelayanan (X_1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,443 dan nilai koefisien korelasi antara variabel kualitas produk (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,422 dan nilai koefisien korelasi variabel promosi (X_3) terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,442. Jadi, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan serta pengaruh positif dan signifikan antara promosi terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian, dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan, kualitas produk dan promosi terhadap kepuasan pelanggan. Koefisien determinasi Y atas X_1 diperoleh sebesar 0,196 yang menunjukkan bahwa 19,6% variabel kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas pelayanan. Sementara itu, sisanya 80,4% dipengaruhi oleh faktor lain. Dan koefisien determinasi Y atas X_2 diperoleh sebesar 0,178 yang menunjukkan bahwa 17,8% variabel kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas pelayanan. sementara itu, sisanya 82,2% dipengaruhi oleh faktor lain. Serta koefisien determinasi Y atas X_3 diperoleh sebesar 0,196 yang menunjukkan bahwa 19,6% variabel kepuasan pelanggan ditentukan oleh promosi. Sementara itu, sisanya 80,4% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata kunci : Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Promosi

ABSTRACT

RATNA RAMADHANI, The Effect of Service Quality, Product Quality and Promotion on Lottemart Customer Satisfaction in Jakarta. The purpose of this study was to determine the effect of service quality, product quality and promotion on customer satisfaction for hypermarkets in customers in Jakarta. This research was conducted at Lottemart in Jakarta, for 6 months from January to June 2020. The research method used by researchers was a survey method with a correlational approach, the population used was Lottemart customers in Jakarta. The sampling technique used was Purposive Sampling as many as 130 people. The resulting regression equation is $\hat{Y} = 13.424 + 0.442 X1$ for product quality variables, $\hat{Y} = 14.838 + 0.514 X2$ for product quality variables, and $\hat{Y} = 13.383 + 0.564 X3$ for promotion variables. Test requirements analysis is the normality test with the Kolmogorov-Smimov test with a significance level (α) = 5% or 0.05 and produces a significant level of Y value of 0.064, X1 of 0.093, X2 of 0.054 and X3 of 0.085 because of the third significance level these variables > 0.05, it can be concluded that the data are normally distributed and can be used in further analysis. Linearity regression test of Y for X1 and Y for X2 produces a significance value in Linearity, which is 0,000 < 0.05, so it can be concluded that it has a linear effect. Next, a t test was carried out and yielded Y over X1 thitung = 4,505 and ttable = 1,657 and Y over X2 thitung = 4,161 and ttable = 1,657 and Y over X3 thitung = 2,655 and ttable = 1,657. Correlation coefficient between service quality (X1) to customer satisfaction (Y) is 0.443 and correlation coefficient between product quality (X2) to customer satisfaction (Y) is 0.422 and promotion variable correlation coefficient (X3) to customer satisfaction is .442. So, there is a positive and significant effect between service quality on customer satisfaction, positive and significant influence between product quality on customer satisfaction and a positive and significant effect between promotion on customer satisfaction. Thus, it can be concluded that there is a positive and significant influence between service quality, product quality and promotion of customer satisfaction. The coefficient of determination of Y over X1 was obtained at 0.196 which showed that 19.6% of the customer satisfaction variable was determined by the quality of service. Meanwhile, the remaining 80.4% is influenced by other factors. And the coefficient of determination of Y over X2 obtained by 0.178 which shows that 17.8% of the customer satisfaction variable is determined by the quality of service. Meanwhile, the remaining 82.2% is influenced by other factors. And the coefficient of determination of Y over X3 obtained by 0.196 which shows that 19.6% of customer satisfaction variables are determined by promotion. Meanwhile, the remaining 80.4% is influenced by other factors.

Keywords : Customer Satisfaction, Service Quality, Product Quality, Promotion


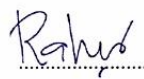
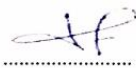


Lembar Pengesahan Skripsi

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PenanggungJawab
Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Ari Saptono, SE, M. Pd
NIP 197207152001121001

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Dr. Corry Yohana, MM NIP. 195909181985032011 (Ketua)		6 Agustus 2020
2	Rahmi, S.E, M.S.M NIP. 198305012018032001 (Sekretaris)		6 Agustus 2020
3	Ryna Parlyna, MBA NIP. 197701112008122003 (Penguji Ahli)		13 Juli 2020
4	Drs. Nurdin Hidayat, MM, M.Si NIP. 196610302000121001 (Pembimbing 1)		23 Juli 2020
5	Terrylina Arvinta Monoarfa, S.E, M.M NIDN. 8854660018 (Pembimbing 2)		5 Agustus 2020

Nama : Ratna Ramadhani
No. Registrasi : 8135161713
Program Studi : Pendidikan Bisnis
Tanggal Lulus : 27 Juli 2020

PERNYATAAN ORISINILITAS

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, Juni 2020

Yang membuat pernyataan



Ratna Ramadhani

NIM. 8135161713



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 : Ratna Ramadhani
NIM : 8135161713
Fakultas/Prodi : Ekonomi/Pendidikan Bisnis
Alamat email : ratnaramadhani1998@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 Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan
Lottemart di Jakarta

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya 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 penerbit 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, 31 Agustus 2020

Penulis

(Ratna Ramadhani)
nama dan tanda tangan

KATA PENGANTAR

Puji syukur Peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dan karunia-Nya sehingga Peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan Lottemart di Jakarta”.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Dalam penyusunan skripsi ini, Peneliti menyadari masih terdapat kekurangan dan skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa bantuan dari berbagai pihak.

Dalam kesempatan ini Peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Nurdin Hidayat, M.M., M.Si selaku dosen pembimbing I yang telah banyak berjasa dalam memberikan bimbingan, ilmu, saran dan motivasi dalam membimbing penulisan skripsi ini sekaligus selaku dosen pembimbing akademik yang telah membimbing dan mengarahkan saya selama perkuliahan.
2. Terrylina Arvinta Monoarfa, S.E., M.M sebagai dosen pembimbing II yang telah banyak berjasa dalam memberikan ilmu, arahan, saran dan dukungan dalam membimbing penelitian ini.
3. Ryna Parlyna, MBA selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Bisnis.
4. Dr. Ari Saptono, SE, M.Pd, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi, khususnya dosen-dosen Program Studi Pendidikan Bisnis yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat.
6. Orang tua dan juga adik saya yang selalu memberikan dukungan, doa dan motivasi kepada penulis dari awal hingga akhir.
7. Teman-teman Pendidikan Bisnis 2016 yang telah membantu sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.

Peneliti menyadari bahwa, dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Hal ini dikarenakan keterbatasan dan kemampuan Peneliti. Oleh karena itu, saran dan kritik dari berbagai pihak sangat peneliti harapkan.

Jakarta, Juni 2020

Ratna Ramadhani

DAFTAR ISI

ABSTRAK	III
ABSTRACT.....	IV
LEMBAR PENGESAHAN.....	V
LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	VII
KATA PENGANTAR.....	VIII
DAFTAR ISI.....	X
DAFTAR GAMBAR.....	XIV
DAFTAR TABEL.....	XV
DAFTAR LAMPIRAN	XVII
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Kebaruan Penelitian.....	10
BAB II.....	12
KAJIAN PUSTAKA.....	12
A. Deskripsi Konseptual.....	12
1. Kepuasan Pelanggan	12
2. Kualitas Pelayanan	16
3. Kualitas Produk	23
4. Promosi.....	29
B. Kerangka Teori dan Hipotesis.....	46
1. Hubungan Antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan.....	46
2. Hubungan Antara Kualitas Produk dengan Kepuasan Pelanggan.....	46
3. Hubungan Antara Promosi dengan Kepuasan Pelanggan	47
BAB III.....	49

METODE PENELITIAN	49
A. Waktu Dan Tempat Penelitian	49
B. Pendekatan Penelitian	49
1. Metode	49
2. Konstelasi Pengaruh antar Variabel	51
C. Populasi Dan Sampel	52
1. Populasi	52
2. Sampel	53
D. Penyusunan Instrumen	54
1. Kepuasan Pelanggan (Y)	55
a. Definisi Konseptual.....	55
b. Definisi Operasional	55
c. Kisi-kisi Instrumen	55
d. Validasi Instrumen.....	57
2. Kualitas Pelayanan (X_1)	61
a. Definisi Konseptual.....	61
b. Definisi Operasional	61
c. Kisi-kisi Instrumen	62
d. Validasi Instrumen.....	65
3. Kualitas Produk (X_2)	68
a. Definisi Konseptual.....	68
b. Definisi Operasional	68
c. Kisi-kisi Instrumen	69
d. Validasi Instrumen.....	71
4. Promosi (X_3).....	74
a. Definisi Konseptual.....	74
b. Definisi Operasional	74
c. Kisi-kisi Instrumen	75
d. Validasi Instrumen.....	77
E. Teknik Pengumpulan Data	81
F. Teknik Analisis Data	82
1. Uji Persyaratan Analisis.....	82

a. Uji Normalitas	82
b. Uji Linieritas	83
2. Persamaan Regresi Linier Berganda	84
3. Uji Hipotesis	85
a. Uji Signifikasi Parsial (Uji t)	85
4. Analisis Koefisien Korelasi Pearson	86
5. Perhitungan Koefisien Determinasi	86
BAB IV	88
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	88
A. Deskripsi Data	88
1. Profil Responden	88
2. Profil Data	90
a. Data Kepuasan Pelanggan	91
b. Data Kualitas Pelayanan	95
c. Data Kualitas Produk	101
d. Data Promosi	105
B. Teknik Analisis Data	109
1. Pengujian Persyaratan Analisis	109
a. Uji Normalitas	109
b. Uji Linieritas	110
2. Persamaan Regresi Linier Berganda	113
3. Pengujian Hipotesis Penelitian	118
a. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)	118
4. Pengujian Analisis Korelasi <i>Pearson</i>	119
5. Pengujian Koefisien Determinasi	121
a. Koefisien Determinasi Secara Keseluruhan	121
b. Koefisien Determinasi X1 terhadap Y	122
c. Koefisien Determinasi X2 terhadap Y	123
d. Koefisien Determinasi X3 terhadap Y	124
C. Teknik Analisis Data	125
1. Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Promosi dengan Kepuasan Pelanggan	125
2. Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan	126

3. Kualitas Produk dengan Kepuasan Pelanggan	127
4. Promosi dengan Kepuasan Pelanggan	128
BAB V	131
KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN.....	131
A. Kesimpulan.....	131
B. Implikasi	132
C. Saran	134
DAFTAR PUSTAKA	136
LAMPIRAN	143
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	214



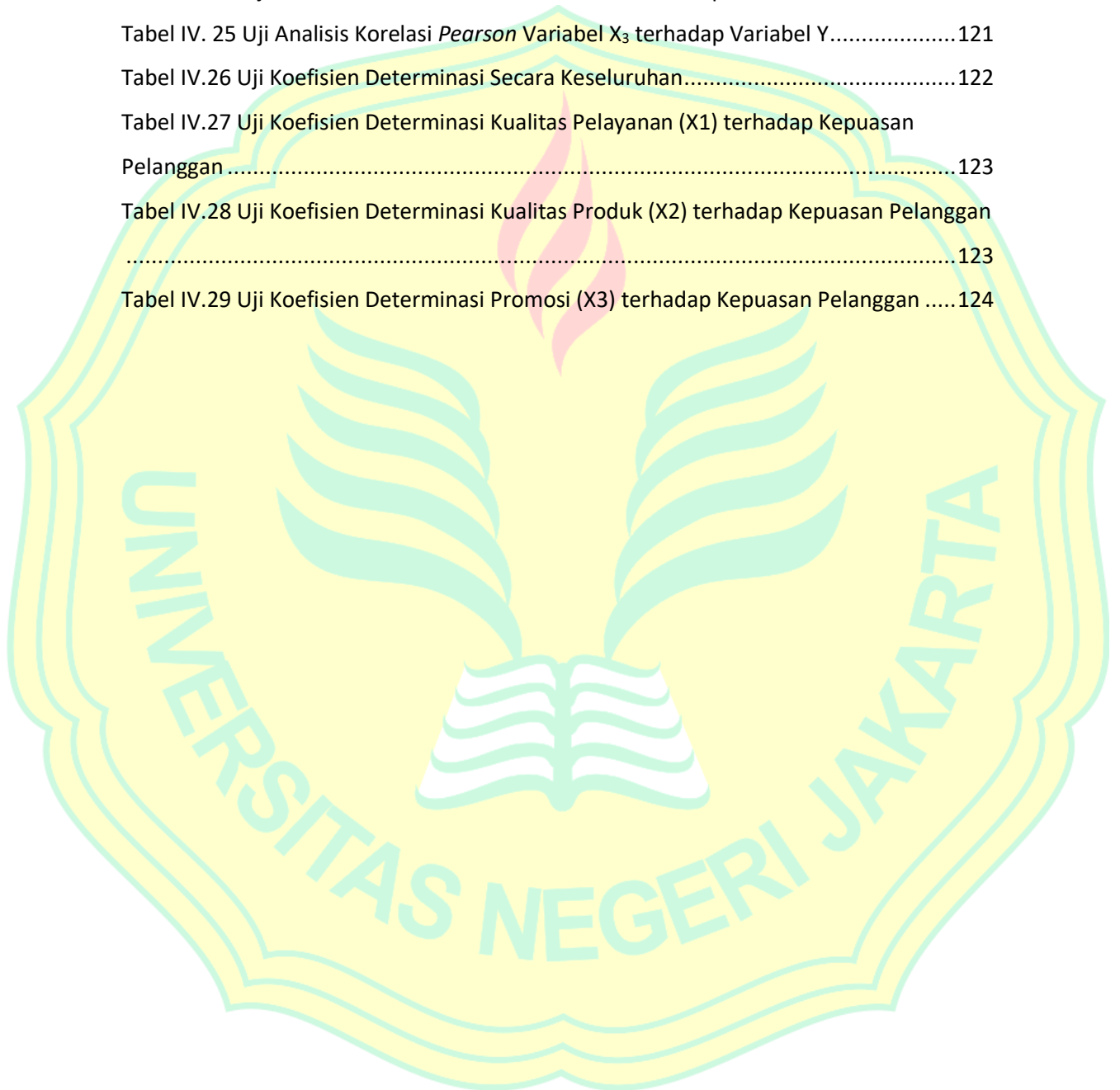
DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Hasil Survei Awal LotteMart	4
Gambar I.2 Hasil Survei Awal LotteMart di Jakarta	4
Gambar III.1 Konstelasi X1, X2 dan X3 (Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Promosi) dengan Y (Kepuasan Pelanggan).....	52
Gambar III.2 Daerah Penerimaan dan Penolakan H0 (Uji t)	86
Gambar IV.1 Grafik Usia	89
Gambar IV.2 Grafik Jenis Pekerjaan	90
Gambar IV.3 Grafik Histogram Kepuasan Pelanggan	93
Gambar IV.4 Grafik Histogram Kualitas Pelayanan.....	98
Gambar IV.5 Grafik Histogram Kualitas Produk.....	103
Gambar IV.6 Grafik Histogram Promosi	107
Gambar IV. 7 Grafik Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Persamaan Regresi $\hat{Y} = 13,424 + 0.442 X_1$	114
Gambar IV. 8 Grafik Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Persamaan Regresi $\hat{Y} = 14,838 + 0.514 X_2$	116
Gambar IV. 9 Grafik Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Persamaan Regresi $\hat{Y} = 13,383 + 0.564 X_3$	117

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 <i>Top Brand Index</i> Hypermarket di Indonesia	3
Tabel III.1 Kisi-kisi Instrumen Kepuasan Pelanggan	56
Tabel III.2 Skala Penilaian Instrumen Kepuasan Pelanggan	57
Tabel III.3 Kisi-kisi Instrumen Kualitas Pelayanan	62
Tabel III.4 Skala Penilaian Instrumen Kualitas Pelayanan	65
Tabel III.5 Kisi-Kisi Instrumen Kualitas Produk.....	69
Tabel III.6 Skala Penilaian Instrumen Kualitas Pelayanan	71
Tabel III.7 Kisi-Kisi Instrumen Promosi	75
Tabel III.8 Skala Penilaian Instrumen Promosi.....	77
Tabel IV.1 Profil Responden Usia Grafik Usia	88
Tabel IV.2 Profil Responden Jenis Pekerjaan.....	89
Tabel IV.3 Statistika Deskriptif Kepuasan Pelanggan	92
Tabel IV.4 Distribusi Frekuensi Kepuasan Pelanggan.....	92
Tabel IV.5 Rata-rata Hitung Skor Indikator Kepuasan Pelanggan.....	94
Tabel IV.6 Statistika Deskriptif Kualitas Pelayanan.....	96
Tabel IV.7 Distribusi Frekuensi Kualitas Pelayanan.....	97
Tabel IV.8 Rata-rata Hitung Skor Indikator Kualitas Pelayanan.....	99
Tabel IV.9 Statistika Deskriptif Kualitas Produk.....	102
Tabel IV.10 Distribusi Frekuensi Kualitas Produk.....	102
Tabel IV.11 Rata-rata Hitung Skor Indikator Kualitas Produk.....	104
Tabel IV.12 Statistika Deskriptif Promosi	106
Tabel IV.13 Distribusi Frekuensi Promosi	106
Tabel IV.14 Rata-rata Hitung Skor Indikator Promosi	108
Tabel IV.15 Uji Normalitas.....	110
Tabel IV.16 Uji Linieritas Variabel X1 terhadap Y.....	111
Tabel IV. 17 Uji Linieritas Variabel X2 dengan Variabel Y	112
Tabel IV.18 Uji Linieritas Variabel X3 dengan Variabel Y.....	112
Tabel IV.19 Uji Persamaan Regresi Linier Sederhana X_1	113
Tabel IV. 20 Uji Persamaan Regresi Linier Sederhana X_2	115

Tabel IV. 21 Uji Persamaan Regresi Linier Sederhana X_3	116
Tabel IV.22 Uji Signifikansi Parsial (Uji t)	118
Tabel IV.23 Uji Analisis Korelasi <i>Pearson</i> Variabel X_1 terhadap Variabel Y.....	119
Tabel IV. 24 Uji Analisis Korelasi <i>Pearson</i> Variabel X_2 terhadap Variabel Y.....	120
Tabel IV. 25 Uji Analisis Korelasi <i>Pearson</i> Variabel X_3 terhadap Variabel Y.....	121
Tabel IV.26 Uji Koefisien Determinasi Secara Keseluruhan.....	122
Tabel IV.27 Uji Koefisien Determinasi Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan	123
Tabel IV.28 Uji Koefisien Determinasi Kualitas Produk (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan	123
Tabel IV.29 Uji Koefisien Determinasi Promosi (X3) terhadap Kepuasan Pelanggan	124



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Penelitian	143
Lampiran 2 Kartu Konsultasi.....	144
Lampiran 3 Format Saran dan Perbaikan	146
Lampiran 4 Survei Awal Penelitian.....	147
Lampiran 5 Kuesioner Uji Coba Penelitian Variabel Y (Kepuasan Pelanggan).....	150
Lampiran 6 Skor Uji Coba Instrumen Variabel Y (Kepuasan Pelanggan).....	152
Lampiran 7 Uji Validitas Data Uji Coba Instrumen Variabel Y (Kepuasan Pelanggan)	153
Lampiran 8 Perhitungan Variabel Butir, Varians Total dan Uji Realibilitas Variabel Y (Kepuasan Pelanggan)	154
Lampiran 9 Kuesioner Uji Coba Penelitian Variabel X ₁ (Kualitas Pelayanan)	155
Lampiran 10 Uji Validitas Data Uji Coba Instrumen Variabel X ₁ (Kualitas Pelayanan)....	158
Lampiran 11 Data Perhitungan Validitas Variabel X ₁ (Kualitas Pelayanan).....	159
Lampiran 12 Perhitungan Variabel Butir, Varians Total dan Uji Realibilitas Variabel X ₁ (Kualitas Pelayanan).....	160
Lampiran 13 Kuesioner Uji Coba Penelitian Variabel X ₂ (Kualitas Produk)	161
Lampiran 14 Uji Validitas Data Uji Coba Instrumen Variabel X ₂ (Kualitas Produk).....	163
Lampiran 15 Data Perhitungan Validitas Variabel X ₂ (Kualitas Produk).....	164
Lampiran 16 Perhitungan Varians Butir, Varians Total dan Uji Reliabilitas Variabel X ₂ (Kualitas Produk).....	165
Lampiran 17 Kuesioner Uji Coba Penelitian Variabel X ₃ (Promosi).....	166
Lampiran 18 Uji Validitas Data Uji Coba Instrumen Variabel X ₃ (Promosi)	168
Lampiran 19 Data Perhitungan Validitas Variabel X ₃ (Promosi)	169
Lampiran 20 Perhitungan Variabel Butir, Varians Total dan Uji Reliabilitas Variabel X ₃ (Promosi)	170
Lampiran 21 Kuesioner Final Penelitian Variabel Y (Kepuasan Pelanggan).....	171
Lampiran 22 Data Mentah Variabel Y (Kepuasan Pelanggan)	173
Lampiran 23 Perhitungan Range, Nilai Minimum, Nilai Maksimum, Jumlah Nilai, Rata-rata, Varian dan Simpangan Baku Variabel Y (Kepuasan Pelanggan)	175
Lampiran 24 Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram Variabel Y (Kepuasan Pelanggan)	176

Lampiran 25 Kuesioner Final Penelitian Variabel X_1 (Kualitas Pelayanan)	178
Lampiran 26 Data Mentah Variabel X_1 (Kualitas Pelayanan).....	180
Lampiran 27 Perhitungan Range, Nilai Minimum, Nilai Maksimum, Jumlah Nilai, Rata-rata, Varian dan Simpangan Baku Variabel X_1 (Kualitas Pelayanan).....	182
Lampiran 28 Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram Variabel X_1 (Kualitas Pelayanan)	183
Lampiran 29 Kuesioner Final Penelitian Variabel X_2 (Kualitas Produk).....	185
Lampiran 30 Data Mentah Variabel X_2 (Kualitas Produk).....	187
Lampiran 31 Perhitungan Range, Nilai Minimum, Nilai Maksimum, Jumlah Nilai, Rata-rata, Varian dan Simpangan Baku Variabel X_2 (Kualitas Produk).....	189
Lampiran 32 Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram Variabel X_2 (Kualitas Produk).....	190
Lampiran 33 Kuesioner Final Penelitian Variabel X_3 (Promosi)	192
Lampiran 34 Data Mentah Variabel X_3 (Promosi).....	194
Lampiran 35 Perhitungan Range, Nilai Minimum, Nilai Maksimum, Jumlah Nilai, Rata-rata, Varian dan Simpangan Baku Variabel X_3 (Promosi)	196
Lampiran 36 Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram Variabel X_3 (Promosi)	197
Lampiran 37 Data Mentah Variabel X_1 (Kualitas Pelayanan), X_2 (Kualitas Produk), dan X_3 (Promosi) dengan Y (Kepuasan Pelanggan).....	199
Lampiran 38 Perhitungan Uji Normalitas	201
Lampiran 39 Perhitungan Uji Kolinieran Regresi X_1 dengan Y	202
Lampiran 40 Perhitungan Keberartian Regresi X_1 dengan Y	203
Lampiran 41 Perhitungan Koefisien Determinasi X_1 terhadap Y	204
Lampiran 42 Perhitungan Kolinieran X_2 terhadap Y.....	205
Lampiran 43 Perhitungan Uji Keberartian Regresi X_2 dengan Y	206
Lampiran 44 Perhitungan Koefisien Determinasi X_2 terhadap Y	207
Lampiran 45 Perhitungan Kolinieran X_3 dengan Y	208
Lampiran 46 Perhitungan Uji Keberartian Regresi X_3 dengan Y.....	209
Lampiran 47 Perhitungan Koefisien Determinasi X_3	210
Lampiran 48 Uji Signifikansi Parsial (Uji t)	211
Lampiran 49 Tabel Nilai-nilai untuk Distribusi t.....	212