

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan**

Kesimpulan yang dapat diambil dari analisis mengenai pengaruh persepsi kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap purchase intentions konsumen Mirota Kampus Babarsari dengan studi empirik dilakukan pada mahasiswa UAJY dan UPN adalah sebagai berikut :

1. Karakteristik responden dapat dikelompokkan dan dipersentasekan sebagai berikut :
  - a. Berdasarkan jenis kelamin, yaitu pria 54 orang (49,1%) dan wanita 56 orang (50,9%)
  - b. Berdasarkan usia, yaitu : responden yang berusia 17 sampai 19 tahun berjumlah 24 orang (21,8 %), responden berusia 20 sampai 22 tahun yang berjumlah 52 orang (47,3 %), responden berusia 23 sampai 25 tahun berjumlah 27 orang ( 24,5 %), responden yang berusia di atas 25 tahun berjumlah 7 orang (6,4 %).
  - c. Berdasarkan pendapatan per bulan, yaitu : responden yang mempunyai pendapatan per bulan Rp 199.999 atau kurang berjumlah 16 orang (14,5 %), responden yang mempunyai pendapatan per bulan Rp 200.000 sampai Rp 499.999 berjumlah 54 orang (49,1 %), responden yang mempunyai pendapatan per bulan Rp 500.000 sampai Rp 799.999 berjumlah 29 orang (26,4 %), responden yang mempunyai

pendapatan per bulan Rp 800.000 atau lebih berjumlah 11 orang (10 %).

d. Berdasarkan frekuensi berbelanja di Mirota Kampus Babarsari per bulan, yaitu : responden yang belum tentu setiap bulan berbelanja berjumlah 15 orang (13,6 %), responden yang frekuensi belanja per bulan sebanyak satu kali berjumlah 27 orang ( 24,5 %). responden yang frekuensi belanja per bulan sebanyak dua kali berjumlah 34 orang (30,9 %), responden yang frekuensi belanja per bulan sebanyak tiga kali berjumlah 20 orang (18,2 %), responden yang frekuensi belanja per bulan sebanyak empat kali berjumlah 4 orang (3,6 %), responden paling sering berbelanja di Mirota Kampus Babarsari setiap bulan berjumlah 10 orang (3,6 %).

e. Berdasarkan pertimbangan utama yang membuat tertarik berbelanja di Mirota Kampus Babarsari, yaitu : kelengkapan jenis barang berjumlah 20 orang (18,2%), pelayanan yang baik berjumlah 6 orang (5,5%), penampilan fisik toko berjumlah 0 (0%), tata letak barang berjumlah 4 orang (3,6%), kenyamanan suasana berjumlah 3 orang (2,7%), harga yang sesuai berjumlah 26 orang (23,6%), lokasi strategis 49 orang (44,5%), hadiah menarik berjumlah 2 orang (1,8%). Dari sini dapat diambil kesimpulan bahwa lokasi strategis menjadi pertimbangan utama konsumen tertarik berbelanja di Mirota Kampus Babarsari.

2. Pengaruh persepsi kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap purchase intentions kosumen Mirota Kampus Babarsari.

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda dan uji t maka dapat diambil kesimpulan bahwa dimensi *reliability* pada variabel persepsi kualitas pelayanan dan dimensi *service* pada variabel kepuasan pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap *purchase intentions*. Sedangkan dimensi yang lain tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *purchase intentions*. Dimensi *reliability* dan *service* dari variabel persepsi kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dapat menjelaskan variabel *purchase intentions* sebesar 45,6%, sedangkan sisanya sebesar 45,4% disebabkan variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.

3. Dari hasil analisis deskriptif dapat disimpulkan bahwa konsumen menilai kualitas pelayanan Mirota Kampus Babarsari agak baik. Konsumen juga merasa cukup puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Mirota. Konsumen tetap berminat berbelanja di Mirota Kampus Babarsari dengan tingkat minat yang sedang, artinya konsumen tidak harus selalu berbelanja di Mirota ataupun menghindari berbelanja di Mirota.

## 5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diuraikan diatas, maka penulis mencoba untuk memberikan saran yang kiranya bermanfaat.

1. Selama ini konsumen hanya merasa agak puas dengan pelayanan Mirota Kampus Babarsari tetapi belum benar-benar merasa puas, untuk itu perusahaan hendaknya meningkatkan lagi kualitas pelayanannya terutama pada bagian *problem solving*. Perusahaan hendaknya lebih peka dan

perhatian pada permasalahan-permasalahan yang di hadapi pelanggan dalam hal berbelanja. Dengan kualitas pelayanan yang baik, maka pelanggan akan terpuaskan, sehingga menimbulkan minat yang besar untuk berbelanja kembali di Mirota Kampus Babarsari.

2. Karena sebagian pelanggannya adalah mahasiswa yang mempunyai persepsi berbeda tentang kualitas pelayanan dan kepuasan, maka perusahaan perlu mempertimbangkan karakteristik mahasiswa sebagai konsumen, misalnya dari sisi umur, jenis kelamin, pendapatan, dan kebutuhan umumnya mahasiswa. Kemungkinan kepuasan bagi mereka adalah jika ditinjau dari segi kelengkapan jenis barang, harga, dan lokasi yang strategis. Untuk itu perusahaan hendaknya mempertahankan apa yang telah dilakukan selama ini, bahkan akan lebih baik lagi jika meningkatkan kelengkapan jenis barang yang dibutuhkan dengan harga yang terjangkau mahasiswa.

### **5.3. Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, yaitu :

1. Pengukuran persepsi kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan purchase intentions yang digunakan dalam penelitian ini hanya terbatas pada sektor retail, lebih spesifik lagi pada toko eceran yang besar seperti toserba (*department store*), *supermarket*, dan toko super. Hal ini memungkinkan adanya perbedaan hasil dan kesimpulan apabila dilakukan untuk sektor yang berbeda.

2. Responden yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang sebagian besar pendapatannya kurang dari Rp 800.000 dan masih bersumber dari orang tua. Sehingga beberapa item pertanyaan tentang kartu kredit pada pengukuran persepsi kualitas pelayanan tidak layak digunakan dalam menganalisis data. Pada penelitian mendatang sebaiknya menggunakan pelanggan yang sudah bekerja sebagai responden.
3. Karena keterbatasan waktu dan biaya yang dimiliki penulis maka responden yang digunakan dalam penelitian ini sebatas 110 responden saja yang terdiri dari mahasiswa UAJY dan UPN Yogyakarta yang bertempat tinggal atau kost di daerah Babarsari.. Mungkin jika tersedia waktu yang lebih lama dan biaya yang lebih besar maka dapat mengambil responden yang lebih banyak sehingga hasil penelitian akan lebih baik.

## DAFTAR PUSTAKA

Asakdiyah, Salamaton, (2005), “ *Analisis Hubungan Antara Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan dalam Pembentukan Intansi Pembelian Konsumen Matahari Group di Daerah Istimewa Yogyakarta*”, *Journal Akuntansi & Manajemen*, Volume XVI, Nomor 2, p. 129-139, Yogyakarta : STIE YKPN

Atmaja, Lukas Setia, (1997), “ *Memahami Statistik Bisnis*”, Buku 1, Yogyakarta : Andi

Dabholkar, Pratibha A., Dayle I Thorpe, dan Joseph O. Rentz, (1996), *A Measure of Service Quality for Retail Stores: Scale Development and Validation*, *Journal of the Academy of Marketing Science*, p. 3-15

Engel, James F., Roger D Blackwell, dan Paul W. Miniard, (1994), *Perilaku Konsumen*, Alih Bahasa Drs. FX. Budiyanto, Edisi keenam, Jilid 1, Jakarta Barat : Binarupa Aksara

Hadi, Sutrisno, (1991), *Analisis Butir untuk Instrumen Angket, Test dan Skala Nilai dengan Basica*, Yogyakarta : Andi Offset.

Ihalauw, John J.O.I. dan Ristiyanti Prasetijo, (2005), *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta : Andi Offset

Kotler, Philip dan Gery Armstrong, (1997), *Dasar-Dasar Pemasaran*, Edisi Bahasa Indonesia, Jilid 1, Jakarta : Prenhallindo

Kotler, Philip, (1997), *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*, Edisi Bahasa Indonesia, Edisis Revisi, Jilid 1, Jakarta : Prenhallindo

Kotler, Philip, (1997), *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*, Edisi Bahasa Indonesia, Edisi Revisi, Jilid 2, Jakarta : Prenhallindo

Lupiyoadi, Rambat, (2001), *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek*, Jakarta : Salemba Empat

Ma'ruf, Jasman J., (2003), "*Prediksi Perilaku Niat Menggunakan Media Internet Untuk Berbelanja di Kalangan Pengguna Internet Indonesia*", Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen, Volume 3, Nomor 2, p. 151-168

Mowen, John C. dan Michael Minor, (2002), *Perilaku Konsumen*, Alih Bahasa Dr. Dwi Kartini Yahya, SE.,Spec.,Lic, Edisi kelima, Jilid 2, Jakarta : Erlangga

Rangkuti, Freddy, (2003), *Measuring Customer Satisfaction*, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama

Setyawan, Anton A. dan Ihwan Susila, (2004), "*Pengaruh Service Quality Perception terhadap Purchase Intentions*", *Usahawan*, No.7 Th XXXIII, p. 29-37

Sudarmanto, R. Gunawan, (2005), *Analisis Regresi Linier Ganda dengan SPSS*, Yogyakarta : Graha Ilmu

Sugiyono, (2000), *Statistik Untuk Penelitian*, Bandung : CV Afabeta

Teguh W, (2004), *Cara Mudah Melakukan Analisis Statistik dengan SPSS*, Yogyakarta : Gava Media

Zeithaml, Valerie A., Leonard L. Berry, dan A. Parasuraman, (1996), *The Behavioral Consequences of Service Quality*, Journal of Marketing, Volume 60, p. 31-46







*LAMPIRAN 1*

*KUESIONER DAN DATA RESPONDEN*

## DAFTAR PERTANYAAN

### A. KARAKTERISTIK RESPONDEN

Mohon anda memberi tanda silang (x) pada salah satu alternatif jawaban yang sesuai dengan diri anda.

1. Jenis Kelamin
  - a. Pria
  - b. Wanita
2. Usia anda
  - a. 17 tahun s/d 19 tahun
  - b. 20 tahun s/d 22 tahun
  - c. 23 tahun s/d 25 tahun
  - d. di atas 25 tahun
3. Pendapatan per bulan
  - a. di bawah Rp 199.999
  - b. Rp 200.000 s/d Rp 499.999
  - c. Rp 500.000 s/d Rp 799.999
  - d. Di atas Rp 800.000
4. Berapa kali anda berbelanja di Mirota Kampus Babarsari setiap bulannya?
  - a. Belum tentu setiap bulan
  - b. Satu kali
  - c. Dua kali
  - d. Tiga kali
  - e. Empat kali
  - f. Lebih dari empat kali
5. Apa pertimbangan utama yang membuat anda tertarik berbelanja di Mirota Kampus Babarsari?
  - a. Kelengkapan jenis barang
  - b. Pelayanan yang baik
  - c. Penampilan fisik toko
  - d. Tata letak barang
  - e. Kenyaman suasana
  - f. Harga yang sesuai
  - g. Lokasi strategis
  - h. Hadiah menarik

## B. PERSEPSI PELANGGAN TERHADAP PELAYANAN MIROTA KAMPUS BABARSARI

- Sejumlah pernyataan di bawah ini berhubungan dengan persepsi anda berdasarkan pengalaman anda berbelanja di Mirota Kampus Babarsari.
- Mohon anda memberi skor/nilai antara 1 sampai dengan 7 dengan cara memberi tanda silang (x) pada skor/nilai yang sesuai dengan pengalaman anda.
- Adapun ketentuan skor/nilai jawaban tersebut adalah sebagai berikut :  
 Skor 1 = sangat tidak setuju (STS)  
 Skor 2 = tidak setuju (TS)  
 Skor 3 = kurang setuju (KS)  
 Skor 4 = netral (N)  
 Skor 5 = agak setuju (AS)  
 Skor 6 = setuju (S)  
 Skor 7 = sangat setuju (SS)

NO.	PERSEPSI ANDA TERHADAP PELAYANAN MIROTA KAMPUS BABARSARI	STS	TS	KS	N	AS	S	SS
1	Mirota menggunakan peralatan yang modern.	1	2	3	4	5	6	7
2	Mirota menyediakan fasilitas berbelanja yang baik	1	2	3	4	5	6	7
3	Mirota menyediakan informasi tertulis seperti petunjuk letak barang, pamflet, label harga yang mudah dibaca.	1	2	3	4	5	6	7
4	Mirota selalu terjaga kebersihannya.	1	2	3	4	5	6	7
5	Tata ruang Mirota membuat anda mudah menemukan barang yang dibutuhkan.	1	2	3	4	5	6	7
6	Tata ruang Mirota membuat anda mudah berkeliling di dalam toko.	1	2	3	4	5	6	7
7	Mirota selalu menepati janjinya kepada anda.	1	2	3	4	5	6	7
8	Pelayanan Mirota selalu tepat waktu sesuai dengan janjinya.	1	2	3	4	5	6	7
9	Mirota melayani anda dengan cermat sehingga tidak pernah melakukan kesalahan pelayanan.	1	2	3	4	5	6	7
10	Barang yang anda butuhkan selalu tersedia setiap saat di Mirota.	1	2	3	4	5	6	7
11	Mirota selalu teliti mencatat transaksi penjualan.	1	2	3	4	5	6	7
12	Karyawan Mirota mempunyai pengetahuan cukup untuk menjawab pertanyaan anda.	1	2	3	4	5	6	7
13	Anda mempercayai karyawan Mirota	1	2	3	4	5	6	7

NO.	PERSEPSI ANDA TERHADAP PELAYANAN MIROTA KAMPUS BABARSARI	STS	TS	KS	N	AS	S	SS
✓ 14	Anda tidak pernah ragu melakukan transaksi dengan karyawan Mirota.	1	2	3	4	5	6	7
15	Karyawan Mirota cepat melayani anda.	1	2	3	4	5	6	7
✓ 16	Mirota selalu memberi kepastian kapan anda akan dilayani.	1	2	3	4	5	6	7
17	Walaupun sedang sibuk karyawan Mirota sanggup menangani dengan cepat permintaan anda.	1	2	3	4	5	6	7
✓ 18	Mirota selalu memberi perhatian khusus terhadap anda.	1	2	3	4	5	6	7
✓ 19	Karyawan Mirota selalu bersikap sopan terhadap anda.	1	2	3	4	5	6	7
✓ 20	Karyawan Mirota selalu menanggapi dengan sopan telepon dari anda.	1	2	3	4	5	6	7
21	Mirota bersedia menerima penukaran barang yang telah anda beli.	1	2	3	4	5	6	7
22	Ketika anda menghadapi masalah, Mirota membantu anda mengatasi masalah tersebut.	1	2	3	4	5	6	7
23	Setiap keluhan anda ditanggapi positif oleh karyawan Mirota dengan segera.	1	2	3	4	5	6	7
24	Barang yang ditawarkan di Mirota berkualitas tinggi.	1	2	3	4	5	6	7
25	Tempat parkir di Mirota sudah mencukupi.	1	2	3	4	5	6	7
26	Mirota beroperasi (buka) pada jam kerja yang cocok dengan kebutuhan waktu berbelanja anda.	1	2	3	4	5	6	7
27	Semua jenis kartu kredit diterima di Mirota.	1	2	3	4	5	6	7
28	Mirota menawarkan kartu kreditnya sendiri.	1	2	3	4	5	6	7

**C. KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN MIROTA KAMPUS BABARSARI**

- Sejumlah pernyataan di bawah ini berhubungan dengan kepuasan anda berbelanja di Mirota Kampus Babarsari.
- Mohon anda memberi skor/nilai antara 1 sampai dengan 7 dengan cara memberi tanda silang (x) pada skor/nilai yang sesuai dengan tingkat kepuasan anda.
- Adapun ketentuan skor/nilai jawaban tersebut adalah sebagai berikut :  
 Skor 1 = sangat tidak setuju (STS)  
 Skor 2 = tidak setuju (TS)  
 Skor 3 = kurang setuju (KS)  
 Skor 4 = netral (N)  
 Skor 5 = agak setuju (AS)  
 Skor 6 = setuju (S)  
 Skor 7 = sangat setuju (SS)

NO.	KEPUASAN ANDA TERHADAP PELAYANAN MIROTA KAMPUS BABARSARI	STS	TS	KS	N	AS	S	SS
1	Anda merasa puas terhadap harga barang di Mirota karena sesuai dengan mutunya.	1	2	3	4	5	6	7
2	Anda merasa puas terhadap keramahan karyawan Mirota dalam melayani kebutuhan anda.	1	2	3	4	5	6	7
3	Anda merasa puas terhadap kecepatan karyawan Mirota dalam melayani kebutuhan anda.	1	2	3	4	5	6	7
4	Anda merasa puas terhadap kenyamanan berbelanja di Mirota.	1	2	3	4	5	6	7
5	Anda merasa puas terhadap keamanan berbelanja di Mirota.	1	2	3	4	5	6	7
6	Anda merasa puas terhadap citra (nama baik) Mirota.	1	2	3	4	5	6	7
7	Anda merasa puas terhadap pelayanan Mirota secara keseluruhan.	1	2	3	4	5	6	7

#### D. MINAT PELANGGAN TERHADAP MIROTA KAMPUS BABARSARI

- Sejumlah pernyataan di bawah ini berhubungan dengan minat anda terhadap Mirota Kampus Babarsari.
- Mohon anda memberi skor/nilai antara 1 sampai dengan 7 dengan cara memberi tanda silang (x) pada skor/nilai yang sesuai dengan minat anda.
- Adapun ketentuan skor/nilai jawaban tersebut adalah sebagai berikut :  
Skor 1 = sangat tidak setuju (STS)  
Skor 2 = tidak setuju (TS)  
Skor 3 = kurang setuju (KS)  
Skor 4 = netral (N)  
Skor 5 = agak setuju (AS)  
Skor 6 = setuju (S)  
Skor 7 = sangat setuju (SS)

NO.	MINAT ANDA TERHADAP MIROTA KAMPUS BABARSARI	STS	TS	KS	N	AS	S	SS
1	Anda akan mengatakan hal-hal yang positif tentang Mirota kepada orang lain.	1	2	3	4	5	6	7
2	Anda akan merekomendasikan Mirota kepada orang yang minta nasehat anda tentang tempat berbelanja.	1	2	3	4	5	6	7
3	Anda akan mendorong teman dan keluarga anda agar berbelanja di Mirota.	1	2	3	4	5	6	7
4	Mirota adalah pilihan pertama anda ketika mempertimbangkan tempat berbelanja.	1	2	3	4	5	6	7
5	Anda akan lebih sering berbelanja di Mirota dalam beberapa waktu ke depan.	1	2	3	4	5	6	7
6	Anda Tidak ada keinginan untuk jarang berbelanja di Mirota Kampus Babarsari di waktu mendatang.	1	2	3	4	5	6	7
7	Anda tidak ada keinginan untuk beralih dari Mirota Kampus Babarsari ke Toserba lain yang menawarkan harga yang lebih pantas.	1	2	3	4	5	6	7
8	Anda akan tetap berbelanja di Mirota walaupun harga barangnya sedikit naik.	1	2	3	4	5	6	7
9	Untuk manfaat yang anda terima dari Mirota, anda rela membayar dengan harga lebih tinggi dibanding jika berbelanja di Toserba lain.	1	2	3	4	5	6	7
10	Anda tidak akan beralih ke Toserba lain walaupun pernah mengalami masalah dengan pelayanan Mirota Kampus Babarsari.	1	2	3	4	5	6	7
11	Anda tidak akan mengeluh ke pelanggan lain walaupun pernah mengalami masalah dengan pelayanan Mirota Kampus Babarsari.	1	2	3	4	5	6	7
12	Anda tidak akan mengadakan kepada lembaga eksternal, misalnya ke LBH dan media masa walaupun pernah mengalami masalah dengan pelayanan Mirota.	1	2	3	4	5	6	7
13	Anda akan lebih memilih mengeluh/complain kepada karyawan Mirota Kampus Babarsari jika mengalami masalah dengan pelayanan Mirota Kampus Babarsari.	1	2	3	4	5	6	7

### DATA KARAKTERISTIK RESPONDEN

No.	J. Kelamin	Usia	Pendapatan	Frekuensi berbelanja/bulan	Pertimbangan Utama Berbelanja
1	Wanita	23th-25th	Rp200.000-Rp499.999	1 kali	Lokasi strategis
2	Wanita	23th-25th	Rp200.000-Rp499.999	1 kali	Kenyamanan Suasana
3	wanita	17th-19th	Rp200.000-Rp499.999	2 kali	pelayanan yang baik
4	Pria	17th -19th	500.000-799.999	2 kali	lokasi strategis
5	wanita	20th-22th	500.000-799.999	1 kali	lokasi strategis
6	wanita	20th-22th	Rp200.000-Rp499.999	3 kali	harga yang sesuai
7	Pria	20th-22th	Rp200.000-Rp499.999	belum tentu setiap bulan	lokasi strategis
8	Pria	23th-25th	Rp200.000-Rp499.999	2 kali	harga yang sesuai
9	wanita	> 25 th	500.000-799.999	+ 4 kali	kelengkapan jenis barang
10	wanita	23th-25th	> Rp800.000	1 kali	kelengkapan jenis barang
11	wanita	23th-25th	500.000-799.999	belum tentu setiap bulan	kelengkapan jenis barang
12	Pria	20th-22th	500.000-799.999	3 kali	lokasi strategis
13	Pria	17th-19th	Rp200.000-Rp499.999	2 kali	lokasi strategis
14	Pria	20th-22th	Rp200.000-Rp499.999	1 kali	lokasi strategis
15	Pria	20th-22th	> Rp800.000	1 kali	hadiah menarik
16	Pria	23th-25th	Rp200.000-Rp499.999	+ 4 kali	lokasi strategis
17	Pria	> 25 th	< Rp199.999	belum tentu setiap bulan	harga yang sesuai
18	wanita	23th-25th	500.000-799.999	2 kali	lokasi strategis
19	Pria	20th-22th	Rp200.000-Rp499.999	3 kali	kelengkapan jenis barang
20	wanita	20th-22th	Rp200.000-Rp499.999	3 kali	kelengkapan jenis barang
21	Pria	20th-22th	Rp200.000-Rp499.999	2 kali	lokasi strategis
22	Pria	23th-25th	Rp200.000-Rp499.999	belum tentu setiap bulan	lokasi strategis
23	wanita	17th-19th	Rp200.000-Rp499.999	4 kali	harga yang sesuai
24	wanita	20th-22th	> Rp800.000	+ 4 kali	lokasi strategis
25	wanita	20th-22th	Rp200.000-Rp499.999	1 kali	lokasi strategis
26	Pria	17th-19th	< Rp199.999	1 kali	lokasi strategis
27	wanita	17th-19th	Rp200.000-Rp499.999	2 kali	kelengkapan jenis barang
28	wanita	17th-19th	Rp200.000-Rp499.999	2 kali	lokasi strategis
29	wanita	20th-22th	Rp200.000-Rp499.999	belum tentu setiap bulan	kelengkapan jenis barang
30	Pria	20th-22th	Rp200.000-Rp499.999	1 kali	kelengkapan jenis barang
31	Pria	20th-22th	< Rp199.999	2 kali	lokasi strategis
32	wanita	23th-25th	< Rp199.999	1 kali	lokasi strategis

33	wanita	23th-25th	< Rp199.999	1 kali	harga yang sesuai
34	Pria	20th-22th	500.000-799.999	1 kali	lokasi strategis
35	Pria	20th-22th	500.000-799.999	2 kali	harga yang sesuai
36	Pria	20th-22th	Rp200.000-Rp499.999	2 kali	harga yang sesuai
37	Pria	20th-22th	500.000-799.999	2 kali	kelengkapan jenis barang
38	wanita	23th-25th	Rp200.000-Rp499.999	belum tentu setiap bulan	lokasi strategis
39	wanita	17th-19th	> Rp800.000	+ 4 kali	kelengkapan jenis barang
40	wanita	20th-22th	> Rp800.000	+ 4 kali	kelengkapan jenis barang
41	wanita	17th-19th	500.000-799.999	2 kali	harga yang sesuai
42	Pria	> 25 th	< Rp199.999	2 kali	lokasi strategis
43	Pria	17th-19th	Rp200.000-Rp499.999	belum tentu setiap bulan	kelengkapan jenis barang
44	Pria	> 25 th	Rp200.000-Rp499.999	2 kali	lokasi strategis
45	Pria	23th-25th	< Rp199.999	3 kali	harga yang sesuai
46	Pria	23th-25th	< Rp199.999	belum tentu setiap bulan	harga yang sesuai
47	Pria	23th-25th	< Rp199.999	1 kali	lokasi strategis
48	wanita	20th-22th	< Rp199.999	1 kali	harga yang sesuai
49	wanita	> 25 th	Rp200.000-Rp499.999	2 kali	harga yang sesuai
50	Pria	20th-22th	Rp200.000-Rp499.999	2 kali	harga yang sesuai
51	Pria	20th-22th	< Rp199.999	1 kali	lokasi strategis
52	Pria	23th-25th	< Rp199.999	2 kali	harga yang sesuai
53	Pria	23th-25th	< Rp199.999	belum tentu setiap bulan	lokasi strategis
54	wanita	20th-22th	500.000-799.999	1 kali	pelayanan yang baik
55	wanita	20th-22th	500.000-799.999	belum tentu setiap bulan	lokasi strategis
56	Pria	17th-19th	500.000-799.999	2 kali	kenyamanan suasana
57	Pria	20th-22th	500.000-799.999	2 kali	kelengkapan jenis barang
58	Pria	20th-22th	Rp200.000-Rp499.999	4 kali	harga yang sesuai
59	wanita	20th-22th	Rp200.000-Rp499.999	4 kali	lokasi strategis
60	wanita	20th-22th	500.000-799.999	2 kali	harga yang sesuai
61	wanita	23th-25th	> Rp800.000	3 kali	lokasi strategis
62	wanita	20th-22th	Rp200.000-Rp499.999	3 kali	harga yang sesuai
63	wanita	17th-19th	500.000-799.999	1 kali	lokasi strategis
64	wanita	17th-19th	500.000-799.999	2 kali	tata letak barang
65	wanita	20th-22th	Rp200.000-Rp499.999	+ 4 kali	lokasi strategis
66	wanita	17th-19th	> Rp800.000	belum tentu setiap bulan	harga yang sesuai
67	Pria	17th-19th	< Rp199.999	2 kali	lokasi strategis



68	Pria	20th-22th	Rp200.000-Rp499.999	1 kali	harga yang sesuai
69	Pria	20th-22th	500.000-799.999	3 kali	lokasi strategis
70	Pria	23th-25th	Rp200.000-Rp499.999	1 kali	kelengkapan jenis barang
71	Pria	> 25 th	Rp200.000-Rp499.999	belum tentu setiap bulan	lokasi strategis
72	wanita	17th-19th	Rp200.000-Rp499.999	3 kali	pelayanan yang baik
73	wanita	20th-22th	Rp200.000-Rp499.999	3 kali	kelengkapan jenis barang
74	wanita	20th-22th	Rp200.000-Rp499.999	2 kali	lokasi strategis
75	wanita	20th-22th	Rp200.000-Rp499.999	2 kali	pelayanan yang baik
76	wanita	17th-19th	Rp200.000-Rp499.999	2 kali	lokasi strategis
77	wanita	20th-22th	500.000-799.999	belum tentu setiap bulan	harga yang sesuai
78	Pria	17th-19th	< Rp199.999	1 kali	hadiah menarik
79	wanita	20th-22th	Rp200.000-Rp499.999	2 kali	harga yang sesuai
80	wanita	20th-22th	Rp200.000-Rp499.999	1 kali	lokasi strategis
81	Pria	20th-22th	Rp200.000-Rp499.999	2 kali	lokasi strategis
82	wanita	23th-25th	Rp200.000-Rp499.999	belum tentu setiap bulan	kelengkapan jenis barang
83	Pria	23th-25th	Rp200.000-Rp499.999	1 kali	kelengkapan jenis barang
84	wanita	20th-22th	500.000-799.999	+ 4 kali	lokasi strategis
85	Pria	23th-25th	500.000-799.999	3 kali	lokasi strategis
86	wanita	17th-19th	Rp200.000-Rp499.999	3 kali	lokasi strategis
87	Pria	20th-22th	Rp200.000-Rp499.999	1 kali	lokasi strategis
88	Pria	20th-22th	< Rp199.999	1 kali	pelayanan yang baik
89	wanita	20th-22th	Rp200.000-Rp499.999	2 kali	tata letak barang
90	wanita	20th-22th	500.000-799.999	+ 4 kali	lokasi strategis
91	wanita	20th-22th	Rp200.000-Rp499.999	1 kali	kelengkapan jenis barang
92	wanita	23th-25th	500.000-799.999	3 kali	harga yang sesuai
93	Pria	20th-22th	Rp200.000-Rp499.999	2 kali	lokasi strategis
94	Pria	23th-25th	> Rp800.000	3 kali	lokasi strategis
95	wanita	20th-22th	500.000-799.999	+ 4 kali	pelayanan yang baik
96	wanita	17th-19th	Rp200.000-Rp499.999	+ 4 kali	kelengkapan jenis barang
97	Pria	17th-19th	500.000-799.999	3 kali	lokasi strategis
98	wanita	20th-22th	Rp200.000-Rp499.999	1 kali	lokasi strategis
99	wanita	23th-25th	Rp200.000-Rp499.999	3 kali	harga yang sesuai
100	Pria	> 25 th	500.000-799.999	belum tentu setiap bulan	lokasi strategis
101	Pria	20th-22th	500.000-799.999	3 kali	harga yang sesuai
102	Pria	17th-19th	500.000-799.999	3 kali	tata letak barang

103	wanita	20th-22th	Rp200.000-Rp499.999	2 kali	lokasi strategis
104	wanita	23th-25th	> Rp800.000	3 kali	tata letak barang
105	Pria	23th-25th	> Rp800.000	3 kali	kenyamanan suasana
106	Pria	17th-19th	500.000-799.999	2 kali	lokasi strategis
107	Pria	20th-22th	Rp200.000-Rp499.999	2 kali	harga yang sesuai
108	Pria	23th-25th	Rp200.000-Rp499.999	2 kali	harga yang sesuai
109	wanita	17th-19th	> Rp800.000	4 kali	lokasi strategis
110	Pria	20th-22th	Rp200.000-Rp499.999	1 kali	kelengkapan jenis barang

#### DATA PERSEPSI PELANGGAN TERHADAP PELAYANAN MIROTA KAMPUS BABARSARI

No	q1	q2	q3	q4	q5	q6	q7	q8	q9	q10	q11	q12	q13	q14	q15	q16	q17	q18	q19	q20	q21	q22	q23	q24	q25	q26	q27	q28
1	5	6	5	6	4	5	5	6	7	5	4	7	7	7	7	4	4	6	7	7	7	5	7	5	7	7	4	4
2	7	5	5	7	6	5	5	7	7	5	6	6	6	5	7	4	5	7	6	6	6	7	6	7	7	4	2	2
3	5	6	5	5	5	5	5	6	5	5	5	6	6	3	5	3	6	6	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4
4	5	7	5	5	5	5	5	5	6	5	6	5	5	6	5	2	7	5	5	5	5	5	5	5	6	5	4	4
5	6	5	5	6	6	5	5	6	6	5	4	5	5	5	6	6	5	6	6	7	6	6	7	6	6	5	3	3
6	2	2	1	2	2	5	3	3	3	1	2	1	3	4	4	2	1	4	1	3	2	3	2	1	2	4	3	2
7	3	3	3	3	4	2	1	1	4	1	4	3	1	5	5	2	1	5	3	5	3	3	4	5	3	4	2	1
8	1	1	3	1	4	3	2	4	3	1	1	1	4	2	1	3	1	1	5	1	1	4	1	2	4	4	4	4
9	5	3	4	4	4	3	4	4	5	2	4	3	2	5	5	3	5	4	3	3	5	3	5	4	5	3	6	4
10	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	3	5	2	5	2	4	1	4	3	2	2	2	2	4	4
11	7	5	7	6	6	5	6	6	6	6	6	5	5	7	7	6	7	6	6	4	7	4	7	6	7	6	6	5
12	5	6	5	7	5	6	6	7	7	5	4	7	7	6	7	7	7	7	7	4	7	6	6	6	7	5	1	4
13	4	4	3	4	4	3	3	3	4	1	4	3	5	4	6	5	3	1	4	5	3	5	4	6	5	3	2	2
14	7	5	7	5	4	5	7	7	7	5	4	7	7	5	7	5	4	7	7	5	3	7	7	7	7	5	7	7
15	5	6	5	7	7	5	5	7	7	7	4	7	7	5	7	5	4	7	7	5	4	5	5	5	7	5	4	4
16	3	5	3	4	3	4	3	4	4	4	2	5	1	3	5	1	2	2	4	5	4	5	5	2	4	5	3	5
17	4	3	5	4	5	5	5	3	5	3	1	3	3	1	1	5	3	5	5	5	5	4	5	1	5	4	6	5
18	5	2	5	5	5	5	5	2	4	2	2	2	2	5	5	1	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4
19	7	5	5	4	6	6	5	4	7	3	3	5	5	5	6	2	7	4	4	5	6	4	5	4	7	3	6	4
20	3	4	3	3	4	3	3	5	4	3	4	4	4	2	4	1	4	5	3	5	5	4	5	4	5	3	3	1
21	5	4	3	4	5	5	4	4	5	2	4	5	5	5	5	2	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	3

22	7	6	6	6	6	7	6	6	7	6	6	6	6	6	6	6	7	6	7	7	7	7	7	7	7	6	5	5	
23	6	7	5	6	6	7	5	7	7	5	7	6	6	5	7	7	7	7	6	6	7	7	6	7	7	6	2	1	
24	5	5	5	5	5	6	5	5	5	5	4	5	5	5	7	4	3	5	7	7	7	5	7	5	5	5	3	1	
25	7	7	6	7	7	7	7	6	7	7	5	7	6	5	5	7	7	7	7	6	7	7	7	7	7	7	4	4	
26	7	5	4	4	6	5	6	5	7	4	6	4	4	5	7	5	7	5	5	5	7	7	7	7	5	5	4	4	
27	3	3	5	3	5	3	5	6	3	3	2	3	3	3	4	3	2	6	3	4	3	3	5	3	3	3	4	4	
28	4	3	1	5	1	3	5	3	6	1	5	1	1	1	4	1		3	5	3	5	5	6	5	5	2	4	1	
29	1	1	3	2	1	3	3	3	3	1	1	2	2	1	1	2	2	2	4	3	2	3	4	1	1	1	3	5	
30	3	1	3	1	3	3	3	1	3	3	1	2	2	1	3	1	2	1	3	1	2	3	4	3	4	3	2	2	
31	3	6	6	6	3	3	4	4	3	3	6	4	4	6	5	5	6	4	6	4	6	3	6	5	3	6	3	5	
32	4	5	2	5	3	3	4	4	5	5	6	6	6	6	6	5	4	5	5	2	2	3	4	3	6	5	5		
33	5	3	5	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	2	4	6	5	
34	2	3	6	3	6	6	1	4	3	3	4	2	3	3	5	3	2	2	2	4	2	5	5	3	5	5	6	3	
35	4	5	5	6	5	3	4	4	5	3	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	3	4	4	4	5	5	4	4	
36	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5	6	6	6	6	5	5	5	5	5	6	6	6	5	5	5	5	5	6	6
37	6	5	6	4	5	2	4	4	5	2	6	3	6	6	3	3	4	2	3	4	4	3	2	4	1	5	6	6	
38	2	6	5	6	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	6	4	5	4	4	4	3	6	3	3	
39	5	5	7	7	4	6	6	4	4	6	4	4	4	6	6	6	6	4	7	7	7	7	5	4	5	4	6	6	
40	6	6	6	6	6	6	5	6	6	4	7	6	6	6	6	6	6	6	7	6	4	4	6	6	6	4	5	1	
41	6	5	2	3	6	6	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	4	4	5	3	3	3	6	6	1	
42	4	6	3	6	6	4	6	6	6	2	6	2	5	6	6	5	4	4	6	6	2	6	5	4	2	2	6	6	
43	2	2	6	2	6	3	4	3	5	1	4	3	1	5	1	2	2	1	6	6	4	6	5	1	1	1	3	4	
44	4	4	7	4	4	2	4	4	5	5	5	7	5	6	1	5	4	2	5	4	5	4	4	5	2	7	6	5	
45	6	6	6	5	5	4	4	4	5	6	6	6	5	6	6	5	5	4	5	4	6	5	5	6	6	6	6	6	
46	6	4	6	4	3	3	4	4	4	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	6	6	4	6	1	4	6	5	
47	6	6	6	6	6	5	6	5	5	5	5	5	6	6	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	6	5	3	
48	6	6	6	6	3	3	6	6	6	3	5	6	6	6	6	6	3	3	6	6	6	6	6	3	3	6	4	6	
49	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5	6	5	6	6	5	5	3	3	4	4	5	4	4	4	4	6	7	6	
50	3	5	3	6	6	5	4	4	4	3	5	3	4	5	3	5	6	5	5	4	4	4	6	6	6	6	4	4	
51	1	4	6	5	5	1	4	2	5	5	5	6	4	4	6	4	4	2	4	4	4	5	6	5	4	1	6	6	6
52	6	6	7	5	7	7	4	5	4	3	6	5	4	7	6	6	6	4	6	4	4	4	6	4	5	6	7	6	6
53	6	6	2	6	4	5	3	5	5	5	6	6	6	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	6	6	5	5
54	3	2	3	6	4	4	6	6	3	3	6	6	6	6	6	4	6	4	6	6	4	4	4	4	2	7	7	6	
55	3	3	3	4	3	3	4	4	6	3	6	4	4	6	6	6	6	6	6	6	4	4	4	4	5	6	6	3	5
56	5	5	4	6	5	3	4	5	6	5	6	6	6	5	5	5	6	3	6	4	6	5	6	5	6	6	5	5	

57	6	7	7	7	7	7	4	4	6	7	7	4	6	7	6	6	5	4	3	4	4	4	4	4	7	7	4	4
58	3	4	4	6	6	5	6	6	6	3	4	4	4	4	7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	5	4	2
59	2	6	3	7	3	3	1	6	1	6	7	6	5	6	4	6	1	1	6	4	1	1	3	4	2	2	4	5
60	5	6	3	6	3	3	4	4	5	5	5	5	4	6	6	4	5	4	4	4	3	4	4	5	1	5	3	5
61	5	5	5	5	5	5	4	5	6	6	6	6	5	5	5	4	5	5	6	4	6	5	6	6	6	6	6	6
62	6	6	6	6	5	5	4	4	5	1	6	6	6	6	5	5	2	2	6	4	2	6	4	5	2	7	4	4
63	6	6	6	6	6	5	4	3	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	6	4	3	4	3	5	6	6	4	5
64	6	5	5	5	5	5	4	4	6	5	5	5	5	5	3	3	3	5	5	5	5	5	4	6	2	6	3	4
65	4	5	4	6	5	3	4	6	6	6	6	6	6	4	4	3	6	6	4	4	4	6	6	6	6	6	6	4
66	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	5	4
67	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	5	4	2	3	3	4	3	6	6	6
68	3	3	5	5	3	2	4	4	3	5	3	5	4	1	2	3	1	3	2	4	2	3	3	5	3	3	6	6
69	5	5	6	6	6	6	4	4	4	5	6	5	5	4	5	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	6	4	4
70	6	6	6	4	4	4	4	4	6	4	5	6	4	4	6	4	4	4	6	6	7	7	6	4	4	7	6	6
71	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	5	5	6	6	6	5	5	6	4	4	5	5	5	4	6	4	6
72	6	6	6	7	5	6	4	5	6	3	5	5	6	6	5	6	3	3	4	4	3	5	4	4	3	5	3	4
73	3	3	6	6	7	6	4	4	5	5	4	3	4	4	6	5	6	5	5	4	4	4	5	3	5	3	6	6
74	5	5	3	5	5	3	4	4	3	2	5	5	5	5	5	3	3	4	3	4	4	4	4	5	5	5	7	3
75	5	3	3	4	3	2	5	6	2	2	6	3	5	6	3	4	3	2	3	5	5	3	5	4	5	6	6	3
76	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5	6	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	4	3	4	6	5	5
77	3	6	3	6	4	5	4	4	6	2	6	5	4	6	5	3	2	2	6	4	3	2	2	3	3	6	6	5
78	4	4	4	4	3	1	1	1	1	1	6	2	1	4	2	3	1	3	1	3	1	1	1	3	3	5	6	6
79	6	6	3	3	6	5	5	5	3	3	3	3	3	5	3	3	1	1	3	3	5	3	3	3	5	1	5	5
80	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	6	5
81	6	6	5	5	6	4	3	4	3	3	5	5	4	6	5	6	4	2	4	5	2	3	3	4	1	6	3	4
82	2	4	6	5	5	6	5	5	2	3	5	3	4	3	3	3	2	3	5	4	2	2	2	3	3	5	4	4
83	3	6	6	6	6	3	6	6	4	6	6	6	6	6	4	6	4	6	6	6	6	6	4	6	3	6	5	3
84	3	3	3	4	3	4	3	3	2	2	3	1	3	4	3	3	1	1	1	2	3	3	2	4	4	4	6	6
85	6	6	6	6	6	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	6	6	4	4
86	4	6	6	6	3	2	4	4	2	1	4	4	4	4	5	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	6	5	5
87	6	6	6	6	6	6	4	6	4	3	5	5	5	6	5	4	4	4	4	4	1	4	4	5	2	7	4	4
88	4	6	4	7	6	7	4	4	5	3	3	3	4	4	6	5	7	4	3	4	4	4	4	5	3	6	5	3
89	4	5	5	5	5	4	5	4	3	2	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5
90	6	5	4	6	6	6	4	4	4	3	4	6	6	5	4	4	4	4	6	4	4	4	6	5	3	6	5	4
91	4	5	5	5	6	4	3	3	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	6	6	4	3

92	5	4	7	5	4	5	4	4	4	5	3	6	5	5	6	5	5	6	4	4	4	6	5	4	3	3	6	2	3
93	5	5	5	3	3	3	4	4	4	5	5	5	5	5	6	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	6	6	1	3
94	3	6	6	6	4	4	6	6	6	3	3	4	3	6	6	5	6	7	7	7	6	6	6	7	7	3	7	3	3
95	3	3	5	5	5	4	4	4	4	4	2	4	4	4	5	2	2	3	4	4	4	2	3	4	2	1	4	4	4
96	5	4	7	5	4	5	4	4	4	5	3	6	5	5	5	5	5	4	4	4	6	6	6	5	5	6	6	3	4
97	3	5	6	6	5	5	5	6	3	6	6	6	5	5	6	5	5	3	4	4	4	5	3	3	5	6	6	2	3
98	5	7	4	5	2	6	6	4	6	3	6	6	6	6	4	5	6	5	4	5	4	4	4	5	3	5	6	5	5
99	3	4	3	4	6	5	6	6	3	2	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	5	4	4	3	2	5	4	4
100	6	4	6	6	6	4	4	4	6	3	6	4	6	6	4	4	4	3	6	4	4	6	6	4	4	6	4	6	6
101	6	6	3	6	6	6	4	6	6	3	6	4	4	6	6	4	6	4	3	4	4	4	4	4	6	6	6	5	5
102	4	4	5	4	6	3	4	4	6	6	4	4	4	4	4	4	3	4	4	6	4	5	4	4	3	6	6	5	5
103	4	6	6	4	3	3	2	3	3	5	4	2	4	3	3	3	1	2	4	4	4	3	4	3	3	4	5	5	5
104	2	5	6	4	6	6	6	6	6	6	5	5	5	6	6	6	6	6	6	4	6	6	4	4	5	6	4	3	3
105	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	2	3	2	3	3	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4
106	3	4	3	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	6	5
107	4	4	4	6	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	6	5	3	3	4	6	5
108	5	6	6	6	5	5	5	5	5	5	6	5	5	6	5	5	5	5	6	4	5	5	5	6	5	5	5	6	6
109	3	5	6	4	6	6	6	6	6	6	5	5	5	6	6	6	6	6	6	4	6	6	4	4	5	6	3	4	4
110	5	5	5	5	5	5	4	4	5	6	7	6	6	6	6	6	5	4	4	4	4	7	5	6	6	6	7	4	4

**DATA KEPUASAN PELANGGAN DAN PURCHASE INTENTIONS**

No.	Kepuasan pelanggan							Purchase intention												
	q1kp	q2kp	q3kp	q4kp	q5kp	q6kp	q7kp	q1pi	q2pi	q3pi	q4pi	q5pi	q6pi	q7pi	q8pi	q9pi	q10pi	q11pi	q12pi	q13pi
1	6	5	6	6	6	5	6	6	7	7	7	6	6	6	3	4	4	3	7	7
2	4	4	3	4	4	3	5	5	7	7	7	5	6	5	4	4	4	4	5	7
3	4	5	4	4	5	5	5	5	6	6	6	5	4	4	4	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	5	5	6	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	6	5	6	5	5	5	4	5	6	6	6
6	6	6	6	6	5	6	6	4	6	5	6	5	5	4	4	5	4	2	2	5
7	3	3	3	4	2	4	5	1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	3	3
8	5	4	4	4	5	3	3	3	3	3	4	3	2	1	1	2	3	4	4	4
9	4	3	4	4	4	3	2	3	6	4	3	4	6	4	4	3	3	3	6	6

10	5	4	4	3	5	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	5	4	4	4	5
11	5	4	4	4	5	6	6	7	6	6	7	6	7	7	6	6	6	6	6	6
12	6	6	6	6	5	6	7	5	6	6	6	6	7	7	7	7	6	6	5	5
13	4	3	3	5	4	3	3	6	4	4	4	4	7	3	4	4	3	3	7	4
14	4	4	4	2	4	7	7	6	6	7	7	5	5	5	3	3	5	5	5	5
15	4	3	3	3	4	4	4	5	4	2	2	3	2	3	3	3	3	3	6	3
16	5	5	5	4	5	3	3	5	6	5	5	6	5	5	3	3	5	5	5	5
17	5	2	4	6	1	1	4	4	5	4	4	4	4	3	2	2	4	4	4	4
18	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	6	6	7
19	5	5	6	6	5	6	6	4	7	7	6	7	6	4	3	3	4	4	4	7
20	6	6	6	5	6	5	5	7	4	4	7	7	7	3	3	6	6	3	6	4
21	5	5	6	6	5	6	6	5	6	6	6	7	6	6	4	4	3	3	4	6
22	6	6	6	6	6	6	6	5	7	7	7	7	6	5	3	3	4	4	5	7
23	6	6	6	4	6	6	6	6	6	4	4	4	6	4	6	4	4	4	6	4
24	6	5	5	6	6	6	6	5	4	4	3	2	4	2	4	2	4	4	7	7
25	7	6	6	7	6	7	6	6	7	7	7	7	5	5	6	6	6	5	6	7
26	6	6	6	6	6	6	6	7	6	5	5	6	6	5	4	4	6	6	7	6
27	5	5	5	3	5	3	3	5	6	6	6	6	6	6	5	3	4	6	4	6
28	5	3	3	4	5	4	4	4	6	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5
29	4	3	3	2	4	2	2	2	5	4	4	3	4	2	1	4	1	1	1	4
30	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	3	4	3	5	5	6	4
31	5	5	5	4	6	5	5	5	5	5	5	6	6	4	5	4	6	6	7	6
32	6	3	2	2	5	6	3	6	5	5	1	2	3	3	3	3	3	4	4	5
33	4	4	4	4	4	5	6	4	4	4	4	5	4	6	3	4	3	3	3	6
34	6	4	5	6	6	5	6	5	5	4	4	4	4	2	1	1	1	2	2	6
35	7	7	7	7	7	7	7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	6	6	7
36	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	6	5	5	3	3	2	2	3	6
37	6	6	6	6	6	6	6	4	5	5	6	6	6	6	4	6	6	6	6	6
38	2	3	2	3	5	4	3	4	5	3	5	5	3	1	1	1	1	3	4	4
39	3	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
40	5	4	3	4	4	4	4	6	6	6	6	6	4	4	4	4	4	4	4	4
41	4	1	1	2	6	5	1	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4
42	6	5	5	5	6	6	5	4	4	6	6	4	4	4	2	2	4	4	4	7
43	6	6	6	5	6	6	6	4	5	4	4	3	4	2	1	4	1	1	1	2
44	5	3	3	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	3	2	2	4	4	4	7

45	7	6	5	6	4	6	6	5	6	5	6	6	5	5	5	6	6	6	7	7
46	5	5	4	5	5	4	5	5	6	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
47	6	4	4	6	6	6	4	6	6	6	5	6	5	3	2	2	3	3	3	6
48	6	5	5	6	6	6	6	6	6	5	6	5	5	5	5	6	5	3	3	3
49	1	1	1	2	3	5	3	6	6	6	5	5	3	3	5	3	6	3	3	7
50	4	2	5	4	4	4	4	4	5	4	5	6	4	3	5	4	5	6	4	6
51	7	4	7	4	4	4	4	6	6	4	2	2	4	2	2	2	4	4	1	2
52	6	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6	3	4	3	2	2	2	2	3	3
53	3	4	4	4	6	5	6	5	4	5	4	5	4	4	4	3	4	5	5	5
54	4	1	1	3	3	3	1	2	3	3	2	2	3	4	2	1	4	2	4	5
55	5	3	3	5	5	5	5	4	3	3	5	5	3	2	2	3	4	3	3	5
56	6	4	6	6	6	6	6	6	6	6	6	4	4	4	6	4	4	3	2	6
57	6	5	5	6	6	6	6	6	7	7	6	6	6	7	6	6	6	6	6	7
58	5	5	5	6	4	6	5	4	6	4	4	4	6	4	6	4	4	4	6	6
59	6	4	4	6	6	6	6	3	3	3	6	6	6	2	2	5	5	2	5	5
60	4	4	2	3	3	5	4	5	5	5	5	6	6	6	7	7	5	5	6	6
61	6	5	6	6	6	7	7	4	4	4	6	4	4	5	5	5	5	4	3	6
62	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	3	4	5	5	4	4	4	4
63	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
64	4	4	4	4	4	4	4	7	4	4	3	2	4	2	4	2	4	4	7	6
65	4	6	4	6	3	4	4	4	5	3	3	5	3	4	2	2	4	4	4	7
66	4	2	3	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	3	3	2	2	4	5
67	4	1	1	2	4	4	4	5	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	6
68	6	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	3	3	5	5	6	6
69	6	4	4	4	4	4	5	6	5	5	5	4	7	4	4	4	1	2	2	4
70	3	3	2	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	1	2	4	2	2
71	4	3	3	4	4	4	3	4	5	4	3	4	4	4	5	3	4	4	3	5
72	5	6	5	6	6	6	5	6	5	5	5	3	4	4	4	5	3	4	4	4
73	3	3	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	2	3	4	4	4	4	7
74	6	6	6	5	5	5	4	5	5	3	3	5	3	3	4	5	6	4	6	3
75	6	6	5	6	5	6	6	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	6
76	3	2	3	3	6	4	3	3	3	3	3	3	6	2	3	3	2	2	6	2
77	6	4	6	5	4	4	5	4	4	4	3	4	4	3	4	4	6	6	4	5
78	1	2	2	1	1	1	2	2	3	1	1	2	1	1	1	1	1	1	5	5
79	6	5	5	6	6	6	6	4	4	4	7	5	4	4	4	4	4	4	6	4

80	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	4	4	5	5	5	4	5	5
81	6	6	5	6	6	6	6	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5
82	5	3	2	3	5	3	1	3	3	3	5	3	3	2	2	2	2	1	3	4
83	6	5	5	3	3	5	3	6	6	5	4	5	6	6	6	6	6	5	4	5
84	5	3	3	5	6	5	4	4	5	3	3	4	5	2	4	2	4	3	6	5
85	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	4	2	2	3	3	4	6
86	7	3	6	7	7	7	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	6
87	5	5	5	4	4	5	4	6	6	6	6	6	6	3	3	3	2	2	5	4
88	4	6	4	5	6	4	6	6	6	5	5	4	4	4	4	6	4	5	4	4
89	5	5	5	4	4	5	5	4	4	6	4	6	4	4	3	4	4	4	4	5
90	7	6	6	3	6	6	6	4	5	5	5	6	5	4	4	4	3	3	5	5
91	6	6	5	5	6	5	6	6	6	5	5	5	5	5	5	6	5	5	5	6
92	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	4	3	3	4	5	6	7	7
93	2	4	4	3	4	5	4	4	5	5	6	5	3	5	3	2	2	3	5	5
94	6	6	5	5	3	6	5	6	6	6	5	5	5	5	6	6	6	6	5	6
95	2	4	4	3	3	4	4	4	5	3	2	2	4	2	2	1	1	1	4	6
96	5	5	5	5	6	5	5	4	5	4	5	6	3	4	4	4	3	4	5	7
97	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	3	4	4	4	4	5	4	2	5	6
98	5	5	3	4	5	6	5	6	6	6	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3
99	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	5	5	5	5	5	1	5	3
100	6	4	3	3	3	4	4	4	3	2	2	2	2	2	1	1	2	2	4	6
101	4	5	5	5	5	5	6	4	3	4	2	4	4	3	4	3	3	4	6	4
102	4	4	3	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	3
103	2	5	2	3	6	4	1	2	2	2	2	4	4	2	2	2	2	2	2	2
104	4	2	4	2	2	3	4	4	4	4	7	5	4	4	4	4	4	4	6	4
105	6	4	5	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	5	3	3	3	4	4
106	5	3	4	5	6	5	4	4	5	5	5	4	4	3	3	3	4	4	6	7
107	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4
108	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5	2	5	2	6	6
109	5	5	5	5	4	5	5	5	6	6	6	5	6	4	3	4	6	2	7	5
110	6	6	6	6	6	6	7	5	5	5	5	6	6	6	5	5	6	6	6	6





*LAMPIRAN 2*

*ANALISIS*

*VALIDITAS DAN RELIABILITAS*

## Reliability

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.975	28

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
q1	128.17	1218.695	.901	.974
q2	128.57	1221.840	.883	.974
q3	128.57	1248.944	.808	.974
q4	127.50	1236.534	.894	.974
q5	128.27	1248.271	.778	.974
q6	128.30	1252.355	.787	.974
q7	127.40	1255.421	.828	.974
q8	127.37	1244.033	.795	.974
q9	127.60	1233.352	.895	.974
q10	128.27	1226.409	.864	.974
q11	128.07	1247.926	.738	.975
q12	128.53	1214.257	.870	.974
q13	128.57	1227.013	.783	.974
q14	127.70	1249.321	.731	.975
q15	127.67	1241.195	.734	.975
q16	128.33	1242.299	.717	.975
q17	128.53	1220.671	.753	.975
q18	127.30	1241.114	.769	.974
q19	127.07	1265.720	.759	.975
q20	127.43	1258.323	.732	.975
q21	128.03	1234.861	.777	.974
q22	128.00	1257.172	.783	.974
q23	127.63	1245.895	.796	.974
q24	128.20	1226.234	.797	.974
q25	127.67	1228.713	.875	.974
q26	128.47	1258.602	.756	.974
q27	129.03	1317.551	.180	.977
q28	129.37	1312.792	.210	.977

## Reliability

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.901	7

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
st1	27.71	40.263	.667	.892
st2	28.24	38.457	.742	.883
st3	28.23	37.663	.773	.879
st4	28.08	38.498	.756	.881
st5	27.79	42.057	.593	.899
st6	27.74	40.233	.716	.886
st7	27.93	38.196	.720	.886

## Reliability

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.911	13

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
pi_1	51.77	133.957	.548	.907
pi_2	51.51	131.280	.659	.903
pi_3	51.86	126.779	.736	.900
pi_4	51.86	126.724	.644	.903
pi_5	51.85	127.098	.716	.900
pi_6	52.03	129.605	.654	.903
pi_7	52.65	125.054	.764	.898
pi_8	52.79	124.882	.725	.900
pi_9	52.85	126.694	.652	.903
pi_10	52.60	125.050	.728	.900
pi_11	52.75	128.320	.616	.904
pi_12	51.96	132.934	.441	.912
pi_13	51.39	136.717	.362	.915



*LAMPIRAN 3*

*ANALISIS PERSENTASE*

## Frequency Table

### GENDER

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pria	54	49.1	49.1	49.1
	wanita	56	50.9	50.9	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

### USIA

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17 - 19 th	24	21.8	21.8	21.8
	20 - 22 th	52	47.3	47.3	69.1
	23 - 25 th	27	24.5	24.5	93.6
	+ 25 th	7	6.4	6.4	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

### PENDAPATAN PER BULAN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	- 199.999	16	14.5	14.5	14.5
	200.000 - 499.999	54	49.1	49.1	63.6
	500.000 - 799.999	29	26.4	26.4	90.0
	+ 800.000	11	10.0	10.0	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

### FREKUENSI KE MIROTA PER BULAN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	belum tentu setiap bulan	15	13.6	13.6	13.6
	1 kali	27	24.5	24.5	38.2
	2 kali	34	30.9	30.9	69.1
	3 kali	20	18.2	18.2	87.3
	4 kali	4	3.6	3.6	90.9
	+ 4 kali	10	9.1	9.1	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

### PERTIMBANGAN UTAMA KE MIROTA

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	kelengkapan jenis barang	20	18.2	18.2	18.2
	pelayanan yang baik	6	5.5	5.5	23.6
	tata letak barang	4	3.6	3.6	27.3
	kenyamanan suasana	3	2.7	2.7	30.0
	harga yang sesuai	26	23.6	23.6	53.6
	lokasi strategis	49	44.5	44.5	98.2
	hadiah menarik	2	1.8	1.8	100.0
	Total	110	100.0	100.0	



*LAMPIRAN 4*

*ANALISIS REGRESI DAN*

*ONE-SAMPLE T TEST*

## Regression

### Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	st_service		Stepwise (Criteria: Probability-of- F-to-enter <= .050, Probability y-of- F-to-remo ve >= . 100).
2	reliability		Stepwise (Criteria: Probability y-of- F-to-enter <= .050, Probability y-of- F-to-remo ve >= . 100).

a. Dependent Variable: rt2\_pi

### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.565 <sup>a</sup>	.319	.312	.781
2	.683 <sup>b</sup>	.466	.456	.695

a. Predictors: (Constant), st\_service

b. Predictors: (Constant), st\_service, reliability

### ANOVA<sup>c</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	30.855	1	30.855	50.521	.000 <sup>a</sup>
	Residual	65.959	108	.611		
	Total	96.814	109			
2	Regression	45.154	2	22.577	46.763	.000 <sup>b</sup>
	Residual	51.659	107	.483		
	Total	96.814	109			

a. Predictors: (Constant), st\_service

b. Predictors: (Constant), st\_service, reliability

c. Dependent Variable: rt2\_pi



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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.125	.321		6.618	.000
	st_service	.490	.069	.565	7.108	.000
2	(Constant)	.462	.418		1.104	.272
	st_service	.429	.062	.494	6.887	.000
	reliability	.376	.069	.391	5.442	.000

a. Dependent Variable: rt2\_pi

**Excluded Variables<sup>c</sup>**

Model		Beta In	t	Sig.	Partial Correlation	Collinearity Statistics
						Tolerance
1	physical_aspect	.292 <sup>a</sup>	3.729	.000	.339	.918
	reliability	.391 <sup>a</sup>	5.442	.000	.466	.968
	personal_interaction	.370 <sup>a</sup>	5.044	.000	.438	.958
	problem_solving	.329 <sup>a</sup>	4.260	.000	.381	.910
	policy	.350 <sup>a</sup>	4.735	.000	.416	.964
	st_price	.050 <sup>a</sup>	.456	.650	.044	.536
	st_image	.218 <sup>a</sup>	2.055	.042	.195	.542
	st_all	.245 <sup>a</sup>	2.253	.026	.213	.516
2	physical_aspect	.005 <sup>b</sup>	.050	.960	.005	.440
	personal_interaction	.126 <sup>b</sup>	.906	.367	.088	.258
	problem_solving	.131 <sup>b</sup>	1.403	.164	.135	.565
	policy	.165 <sup>b</sup>	1.763	.081	.169	.557
	st_price	.044 <sup>b</sup>	.459	.647	.045	.536
	st_image	.049 <sup>b</sup>	.477	.634	.046	.481
	st_all	.104 <sup>b</sup>	1.013	.313	.098	.476

a. Predictors in the Model: (Constant), st\_service

b. Predictors in the Model: (Constant), st\_service, reliability

c. Dependent Variable: rt2\_pi

## T-Test

### One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
physical_aspect	110	4.8379	1.03172	.09837
reliability	110	5.1618	.97998	.09344
personal_interaction	110	4.9576	1.00851	.09616
problem_solving	110	4.4242	1.21401	.11575
policy	110	4.5636	1.15094	.10974
st_price	110	4.91	1.275	.122
st_service	110	4.5341	1.08655	.10360
st_image	110	4.88	1.210	.115
st_all	110	4.69	1.406	.134
pi_loyalty	110	4.7182	1.05702	.10078
pi_switch	110	4.1500	1.17025	.11158
pi_pay_more	110	3.6682	1.33113	.12692
pi_external_response	110	4.0545	1.20526	.11492
pi_internal_response	110	5.10	1.361	.130

### One-Sample Test

	Test Value = 4					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
physical_aspect	8.518	109	.000	.83788	.6429	1.0328
reliability	12.434	109	.000	1.16182	.9766	1.3470
personal_interaction	9.958	109	.000	.95758	.7670	1.1482
problem_solving	3.665	109	.000	.42424	.1948	.6537
policy	5.136	109	.000	.56364	.3461	.7811
st_price	7.480	109	.000	.909	.67	1.15
st_service	5.155	109	.000	.53409	.3288	.7394
st_image	7.646	109	.000	.882	.65	1.11
st_all	5.154	109	.000	.691	.43	.96
pi_loyalty	7.126	109	.000	.71818	.5184	.9179
pi_switch	1.344	109	.182	.15000	-.0711	.3711
pi_pay_more	-2.614	109	.010	-.33182	-.5834	-.0803
pi_external_response	.475	109	.636	.05455	-.1732	.2823
pi_internal_response	8.477	109	.000	1.100	.84	1.36



LAMPIRAN 5

*Tabel r dan Tabel t*

df	r0.5	t0.5
1	0,997	12,70
2	0,997	4,30
3	0,997	3,18
4	0,950	2,77
5	0,878	2,57
6	0,811	2,44
7	0,754	2,36
8	0,707	2,30
9	0,666	2,26
10	0,632	2,22
11	0,602	2,20
12	0,576	2,17
13	0,553	2,60
14	0,532	2,14
15	0,514	2,13
16	0,497	2,12
17	0,482	2,11
18	0,468	2,10
19	0,456	2,09
20	0,444	2,08
21	0,433	2,08
22	0,423	2,07
23	0,413	2,06
24	0,404	2,06
25	0,396	2,06
26	0,388	2,05
27	0,381	2,05
28	0,374	2,04
29	0,367	2,04
30	0,361	2,04
31	0,355	2,02
32	0,349	2,02
33	0,344	2,02
34	0,339	2,02
35	0,334	2,02
36	0,329	2,02
37	0,325	2,02
38	0,320	2,02
39	0,316	2,02
40	0,312	2,02

df	r0.5	t0.5
41	0,308	2,00
42	0,304	2,00
43	0,301	2,00
44	0,297	2,00
45	0,294	2,00
46	0,291	2,00
47	0,288	2,00
48	0,284	2,00
49	0,281	2,00
50	0,279	2,00
51	0,266	2,00
52	0,266	2,00
53	0,266	2,00
54	0,266	2,00
55	0,266	2,00
56	0,254	2,00
57	0,254	2,00
58	0,254	2,00
59	0,254	2,00
60	0,254	2,00
61	0,244	1,98
62	0,244	1,98
63	0,244	1,98
64	0,244	1,98
65	0,244	1,98
66	0,235	1,98
67	0,235	1,98
68	0,235	1,98
69	0,235	1,98
70	0,235	1,98
71	0,227	1,98
72	0,227	1,98
73	0,227	1,98
74	0,227	1,98
75	0,227	1,98
76	0,220	1,98
77	0,220	1,98
78	0,220	1,98
79	0,220	1,98
80	0,220	1,98

df	r0.5	t0.5
81	0,213	1,98
82	0,213	1,98
83	0,213	1,98
84	0,213	1,98
85	0,213	1,98
86	0,207	1,98
87	0,207	1,98
88	0,207	1,98
89	0,207	1,98
90	0,207	1,98
91	0,202	1,98
92	0,202	1,98
93	0,202	1,98
94	0,202	1,98
95	0,202	1,98
96	0,195	1,98
97	0,195	1,98
98	0,195	1,98
99	0,195	1,98
100	0,195	1,98
101	0,176	1,98
102	0,176	1,98
103	0,176	1,98
104	0,176	1,98
105	0,176	1,98
106	0,176	1,98
107	0,176	1,98
108	0,176	1,98
109	0,176	1,98
110	0,176	1,98

Sumber :

Sugiyono (2005),  
Statistik untuk  
Penelitian