

BAB V

PENUTUP

Bab lima ini akan membahas kesimpulan yang diambil dari hasil analisis data ini dilakukan di bab sebelumnya. Pertama dimulai dari kesimpulan mengenai temuan utama penelitian ini. Selanjutnya peneliti akan membahas tentang dampak manajemen dari penelitian yang dilakukan. Setelah itu, kendala atau keterbatasan penelitian, yang dapat dijadikan sebagai sebagai saran untuk penelitian selanjutnya.

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap nilai pelanggan. Penelitian ini juga diperoleh dengan menyebarkan kuisioner *online* melalui *google form* dengan jumlah responden 253 responden yang berdomisili di Yogyakarta. Pengaruh antar variabel diolah menggunakan IBM SPSS Statistics 26. Hasil penelitian ini menghasilkan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Kesimpulan Berdasarkan Karakteristik Responden

Karakteristik usia menunjukkan bahwa dari 253 responden yang mengisi kuisioner terdapat bahwa jumlah responden dengan usia 15-24 tahun sebanyak 57 orang. Jumlah responden dengan usia 25-34 tahun sebanyak 159 orang. Jumlah responden dengan usia 35-44 tahun sebanyak 31 orang. Jumlah responden dengan usia 45-54 tahun sebanyak 6 orang dan jumlah responden dengan usia > 55 tahun sebanyak 7 orang. Data ini menunjukkan bahwa responden dengan usia 25-34 tahun lebih dominan dengan persentase sebesar 61,2% dari jumlah keseluruhan.

Karakteristik jenis kelamin menunjukkan bahwa dari 253 responden yang mengisi kuisioner terdapat bahwa jumlah Laki-Laki 116 orang sedangkan untuk Perempuan 137 orang. Data ini menunjukkan bahwa Perempuan lebih dominan dengan persentasi sebesar 54,2% dan Laki-laki sebesar 45,8% dari jumlah keseluruhan.

Karakteristik pekerjaan menunjukkan bahwa pengguna asuransi Prudential yang masih bersekolah atau sebagai mahasiswa sebanyak 52 orang, pengajar sebanyak 23 orang, karyawan sebanyak 89 orang, pengusaha 49 orang, dan lainnya sebanyak 10 orang.

2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Nilai Pelanggan

Variabel kualitas produk memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai pelanggan Prudential. Jika produk mempunyai kualitas yang baik, maka pelanggan akan senang dan menganggap bahwa produk dapat diterima.

3. Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Nilai Pelanggan

Variabel kualitas jasa memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai pelanggan Prudential. Kualitas jasa yang baik akan berbanding secara asimetris terhadap nilai pelanggan yang akan meningkat. Begitu juga hasil dari kualitas jasa yang buruk secara asimetris menurunkan nilai pelanggan terhadap perusahaan.

5.2 Implikasi Penelitian

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variable kualitas produk dan kualitas jasa dapat mempengaruhi untuk memberikan dampak nilai pelanggan. Sehingga diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memberikan manfaat kepada Prudential dan pihak lainnya melalui berbagai implikasi manajerial sebagai berikut :

1. Kualitas produk menjadi variabel yang mempengaruhi nilai pelanggan dalam penelitian ini. Berdasarkan temuan ini, Prudential diharapkan dapat terus meningkatkan kualitas desain produk yang dapat menarik konsumen. Terutama Prudential yang dikenal sebagai perusahaan asuransi sehingga dapat mempertahankan ketertarikan konsumen terhadap produk yang ditawarkan sehingga mendukung nilai pelanggan terhadap Prudential.
2. Variabel kualitas jasa juga menjadi pengaruh dalam nilai pelanggan terhadap sepatu Prudential. Temuan ini juga dapat memberikan dampak positif kepada perusahaan Prudential. Adanya temuan ini memberikan keyakinan juga kepada perusahaan bahwa konsumen masih menilai Prudential sebagai perusahaan asuransi terpercaya. Perusahaan sebaiknya terus untuk melakukan inovasi-inovasi sehingga kualitas jasa perusahaan terus berkembang dan jauh lebih baik lagi untuk bersaing dengan perusahaan asuransi lainnya.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil dalam penelitian ini, didapatkan beberapa keterbatasan yang dapat menjadi saran yang bermanfaat untuk penelitian selanjutnya.

Berikut adalah beberapa saran yang dapat penulis berikan yaitu :

1. Diharapkan Prudential dapat mempertahankan serta meningkatkan kualitas produk dan kualitas jasa, karena variabel tersebut mempunyai pengaruh signifikan dalam mempengaruhi nilai pelanggan. Dampak dari kedua variabel tersebut mengarah pada penilaian pelanggan pada Prudential. Terdapat satu hal yang menjadi perhatian pula oleh Prudential yaitu penentuan tarif layanan yang dibebankan kepada pelanggan dirasa masih memberikan keterjangkauan kepada pelanggan dan hal tersebut harus dipertahankan
2. Mengingat kualitas produk dan kualitas jasa dalam penelitian ini merupakan hal yang sangat penting dalam mempengaruhi nilai pelanggan diharapkan hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian ini dengan mempertimbangkan variabel lain diluar variabel yang sudah masuk dalam penelitian ini.
3. Diharapkan agar pemimpin Prudential memperhatikan para staff dan agen agar tetap mengelola dan mengatur pekerjaan dengan baik sehingga konsumen puas dan kualitas produk dan kualitas layanan tidak memburuk tetapi menjadi lebih baik dari sebelumnya serta mempertahankannya.

4. Untuk penelitian selanjutnya, terdapat beberapa pertimbangan variabel yang bisa digunakan. Melihat dari beberapa jurnal yang digunakan dalam penelitian ini, akan lebih kuat apabila didampakan pada loyalitas pelanggan. Dikarenakan variabel loyalitas pelanggan merupakan tujuan akhir dari peningkatan kualitas layanan, kepuasan, dan nilai pelanggan.



LAMPIRAN

Lampiran I Kuesoner Penelitian

Analisis Kualitas Produk, dan Kualitas Jasa Terhadap Nilai Pelanggan Pada Perusahaan Asuransi Prudential

Sumber kuesoner :

Albsri, A. K. (2020). The Influence of Product Quality, Service Quality and Price on Customer Satisfaction and Loyalty. *Asian Journal Of Entrepreneurship and Family Business*, 3.

Ayu, D. P., & Sulistyawati, E. (2018). PERSEPSI NILAI PELANGGAN MEMEDIASI PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN BERBELANJA ONLINE. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7.

Dalam rangka penyelesaian tugas akhir (skripsi), saya Miranda Eflyn Sianipar sebagai Mahasiswa Jurusan Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta melakukan penelitian tentang “Analisis Kualitas Produk, dan Kualitas layanan Terhadap Nilai Pelanggan Pada Perusahaan Asuransi Prudential”. Saya mohon kesediaan Saudara/Saudari untuk berpartisipasi dan mendukung penelitian ini dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan dalam angket dibawah ini. Kriteria yang diambil pada penelitian ini adalah pria atau wanita yang pernah menggunakan asuransi Prudential. Saya ucapkan terimakasih kepada saudara / saudari atas partisipasinya.

Data Responden

Usia :

Jenis Kelamin :

Pekerjaan :

Pedoman Pengisian Kuisisioner

Setiap pertanyaan akan menggunakan skala pengukuran likert dengan keterangan sebagai berikut :

Sangat Tidak Setuju (STS)

Tidak Setuju (TS)

Netral (N)

Setuju (S)

Sangat Setuju (SS)

Pertanyaan Penelitian

Silahkan berikan tanda check pada salah satu kolom penilaian yang tersedia sesuai dengan jawaban anda .

KUALITAS PRODUK						
		1 STS	2 TS	3 N	4 S	5 SS
X1.1	PRUprime Healthcare (Asuransi kesehatan) merupakan tabungan masa depan untuk penanganan Kesehatan.					
X1.2	PRUprime Healthcare dapat memuaskan keinginan nasabah untuk melindungi resiko biaya kesehatan					
X1.3	PRUprime Healthcare sesuai dengan uang pertanggungan yang di berikan.					
X1.4	PRUprime Healthcare memiliki premi yang terjangkau oleh semua kalangan.					
X1.5	PT. Prudential sering melakukan promosi kepada para nasabah atau perusahaan sehingga nasabah mengenal dengan baik produk/jasa yang di tawarkan.					
X1.6	PT. prudential ikut mensponsori acara-acara sosial ataupun kegiatan untuk mempromosikan produk/jasa asuransinya.					
X1.7	PT. Prudential dapat ditemukan di setiap wilayah.					
X1.8	Produk Prudential sangat berguna untuk dipasarkan di setiap Kota.					

KUALITAS LAYANAN						
		1 STS	2 TS	3 N	4 S	5 SS
X2.1	Ketika pegawai asuransi Prudential Anda berjanji untuk melakukan sesuatu pada waktu tertentu, dan ia melakukannya.					
X2.2	Ketika Anda memiliki masalah, pegawai prudential saya membantu					

	dengan tulus untuk menyelesaikan masalah yang terjadi.					
X2.3	Pegawai prudential melakukan layanan dengan benar untuk pertama kalinya.					
X2.4	Pegawai prudential terus memberi informasi kepada nasabahnya tentang kapan layanan akan dilakukan.					
X2.5	Customer service prudential memberikan layanan yang cepat. Dan pegawai lain juga bersedia membantu Anda.					
X2.6	Pegawai prudential tidak pernah sibuk untuk menanggapi permintaan Anda.					
X2.7	Perilaku pegawai prudential menanamkan kepercayaan pada Anda.					
X2.8	Anda merasa aman dalam bertransaksi dengan perusahaan asuransi prudential					
X2.9	Pegawai prudential secara konsisten bersikap sopan kepada Anda.					
X2.10	Pegawai prudential memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan Anda					
X2.11	Pegawai prudential Anda memberi Anda perhatian secara individual.					
X2.12	Perusahaan asuransi prudential memiliki pegawai yang memberikan perhatian individual kepada Anda.					
X2.13	Perusahaan asuransi Prudential mengutamakan kepentingan Anda.					
X2.14	Pegawai asuransi prudential memahami kebutuhan spesifik Anda.					
X2.15	Perusahaan asuransi Prudential memiliki peralatan untuk melayani yang tampak modern.					
X2.16	Fasilitas fisik perusahaan asuransi Prudential menarik secara visual.					
X2.17	Pegawai prudential tampil rapi.					

X2.18	Materi yang terkait dengan layanan (seperti pamflet atau pernyataan) secara visual menarik di Prudential					
X2.19	Perusahaan asuransi Prudential sepenuhnya memenuhi harapan dari nasabah.					
X2.20	Saya puas dengan kualitas layanan asuransi prudential.					
X2.21	Saya puas dengan jasa asuransi prudential.					
X2.22	Asuransi prudential memenuhi harapan nasabah.					
X2.23	Saya puas dengan area jangkauan asuransi prudential.					
X2.24	Asuransi prudential sepenuhnya memenuhi harapan dari nasabah.					
X2.25	Saya puas dengan kualitas layanan asuransi prudential.					
X2.26	Saya puas dengan harga yang di tawarkan oleh asuransi prudential.					
X2.27	Asuransi prudential memenuhi harapan pra-bayar saya.					

NILAI PELAGGAN						
		1 STS	2 TS	3 N	4 S	5 SS
Y1.1	Bersaing dengan menciptakan produk asuransi yang bermanfaat.					
Y1.2	Bersaing dengan membuat pilihan produk asuransi yang benar/akurat.					
Y1.3	Bersaing dengan pilan produk yang sesuai.					
Y1.4	Aktivitas rantai nilai/alokasi sumber daya yang konsisten dengan penciptaan nilai fungsional.					

Y1.5	Bersaing dengan menciptakan kepuasan layanan.					
Y1.7	Bersaing dengan hasil yang sesuai.					
Y1.7	Aktivitas rantai nilai/alokasi sumber daya yang konsisten dengan penciptaan nilai berdasarkan pengalaman.					
Y1.8	Bersaing dengan meningkatkan identitas diri, konsep diri, harga diri.					
Y1.9	Bersaing dengan menciptakan makna pribadi.					
Y1.10	Bersaing dengan memfasilitasi ekspresi diri.					
Y1.11	Bersaing dengan menciptakan makna sosial (status, prestise, citra).					
Y1.12	Ciptakan nilai dengan memberikan makna budaya, memungkinkan pelanggan untuk merayakan hari raya atau acara budaya, keagamaan, atau lainnya dengan lebih baik.					
Y1.13	Aktivitas rantai nilai/alokasi sumber daya yang konsisten dengan penciptaan nilai simbolis.					
Y1.14	Bersaing dengan menawarkan nilai ekonomi (harga murah, nilai pakai, biaya hidup).					
Y1.15	Bersaing dengan meminimalkan investasi psikologis pelanggan (kemudahan penggunaan, kemudahan berbisnis, kesederhanaan, ketersediaan, aksesibilitas).					
Y1.16	Bersaing dengan meminimalkan investasi pribadi pelanggan (waktu, tenaga, energi).					
Y1.17	Bersaing dengan meminimalkan risiko pelanggan (pribadi, teknologi, strategis).					
Y1.18	Aktivitas rantai nilai/alokasi sumber daya yang konsisten dengan nilai biaya/pengorbanan.					

Lampiran II Profil Responden dan Pertanyaan

A. Berdasarkan Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	15-24 tahun	57	21.9	21.9	21.9
	25-34 tahun	159	61.2	61.2	83.1
	35-44 tahun	31	11.9	11.9	95.0
	45-54 tahun	6	2.3	2.3	97.3
	> 55 tahun	7	2.7	2.7	100.0
	Total	260	100.0	100.0	

B. Berdasarkan Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki laki	116	45,8	45,8	45,8
	Perempuan	137	54,2	54,2	100,0
	Total	253	100,0	100,0	

C. Berdasarkan Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Mahasiswa	52	20,6	20,6	20,6
	Pengajar	53	20,9	20,9	41,5
	Karyawan	89	35,2	35,2	76,7
	Pengusaha	49	19,4	19,4	96,0
	Lainnya	10	4,0	4,0	100,0
	Total	253	100,0	100,0	



Lampiran III Data Set Penelitian

A. Jawaban Pertanyaan Variabel Kualitas Produk (X1)

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	TOTAL
5	4	4	3	4	4	5	4	33
4	5	5	3	3	4	4	4	32
2	1	1	1	1	2	1	1	10
4	3	3	3	4	5	5	4	31
5	4	4	4	4	4	5	5	35
5	4	4	5	4	3	4	5	34
5	5	5	4	5	5	4	4	37
4	4	4	2	4	4	4	4	30
5	5	3	3	3	5	4	3	31
5	4	4	4	4	5	5	5	36
4	4	4	4	4	4	5	5	34
3	3	3	3	5	5	5	5	32
1	1	1	1	1	1	1	1	8
5	5	5	3	5	4	4	4	35
4	4	4	5	4	5	5	4	35
5	5	5	3	5	4	5	5	37
5	4	4	4	4	4	3	5	33
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	3	3	3	5	4	3	31
5	5	5	4	5	5	4	4	37
5	5	5	4	4	2	3	4	32
5	5	4	3	4	5	4	5	35
1	5	2	5	5	5	5	5	33
1	5	2	5	5	5	5	5	33
4	5	5	4	4	3	4	5	34
1	1	2	5	5	4	2	2	22
5	5	4	3	4	5	4	5	35
4	4	5	5	3	1	4	5	31
4	5	5	4	4	3	4	5	34
4	4	4	4	4	5	5	5	35
4	4	4	4	4	5	5	5	35
5	4	4	4	4	4	5	4	34
5	4	5	4	4	3	5	4	34
4	5	5	5	4	4	5	4	36
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	3	3	5	5	3	5	3	30
5	5	4	4	5	5	5	5	38

5	5	5	4	5	3	5	5	37
4	4	3	2	4	4	5	4	30
5	4	5	4	5	4	5	5	37
5	4	5	3	4	4	4	4	33
5	5	5	5	5	4	5	5	39
5	5	5	3	5	4	5	5	37
5	4	5	4	4	4	4	5	35
5	5	5	5	5	5	5	1	36
5	5	5	5	5	5	5	1	36
4	4	3	2	4	5	2	4	28
5	5	5	2	1	4	4	1	27
5	4	5	4	4	4	4	5	35
5	5	4	4	5	4	5	4	36
4	4	4	4	3	4	4	4	31
5	4	5	5	5	5	3	4	36
4	4	3	2	3	4	4	3	27
4	4	5	4	5	5	4	4	35
5	5	5	5	2	5	2	5	34
5	5	5	5	2	5	2	5	34
5	5	4	4	3	4	5	5	35
5	5	2	3	4	4	3	1	27
4	4	5	4	5	5	4	4	35
4	4	4	3	2	4	4	5	30
4	5	4	5	5	4	5	5	37
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	5	4	4	5	4	4	4	34
3	4	5	5	4	4	5	4	34
5	4	4	4	5	5	5	5	37
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	4	4	4	5	5	37
5	5	5	4	5	4	5	5	38
5	5	4	5	4	5	5	5	38
1	1	1	1	1	1	1	1	8
4	4	5	5	4	4	4	4	34
4	4	5	4	5	4	4	4	34
5	5	5	5	5	5	4	4	38
5	4	4	4	5	5	5	4	36
5	5	5	5	5	5	5	5	40
3	3	3	5	5	3	5	3	30
4	5	5	5	4	4	5	4	36
4	4	5	5	4	4	4	4	34
4	5	5	5	5	5	4	4	37
4	4	5	5	5	4	4	5	36
1	1	1	1	1	1	1	1	8
3	5	3	4	5	5	5	5	35

5	5	5	5	4	4	5	5	38
5	5	3	5	5	5	5	4	37
5	5	4	4	4	4	4	5	35
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	4	4	4	5	5	5	5	37
5	4	4	4	3	3	4	3	30
5	4	3	5	4	4	4	4	33
5	5	4	4	4	5	4	4	35
5	5	5	4	4	4	5	5	37
5	5	5	4	4	4	5	5	37
5	4	4	5	5	5	5	5	38
4	3	4	5	4	4	5	5	34
4	4	5	4	4	5	5	4	35
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	3	3	3	4	4	32
5	5	3	4	5	5	5	5	37
5	5	4	5	5	4	4	3	35
5	5	5	5	5	4	5	5	39
1	1	1	1	1	1	1	1	8
5	5	5	4	5	5	5	5	39
5	3	4	5	5	4	5	5	36
5	5	5	5	5	5	4	5	39
4	5	4	5	4	4	5	4	35
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	3	3	3	4	4	32
4	4	5	4	4	5	5	4	35
5	4	3	5	5	4	5	4	35
5	4	4	5	5	4	5	5	37
4	4	3	4	4	3	4	4	30
5	4	4	4	5	5	3	5	35
5	4	5	5	5	4	3	4	35
4	5	5	4	3	4	5	4	34
1	5	5	2	5	5	2	1	26
1	5	5	2	5	5	2	1	26
3	4	5	4	4	5	5	3	33
4	2	4	3	2	2	3	3	23
4	5	5	4	3	4	5	4	34
4	5	5	5	5	4	5	5	38
3	3	4	3	3	4	4	4	28
5	5	4	5	3	5	5	5	37
5	5	4	4	2	3	4	4	31
5	4	3	4	5	4	5	4	34
5	2	5	5	5	5	5	5	37
5	2	5	5	5	5	5	5	37
5	5	4	4	3	4	5	5	35
1	2	5	5	4	2	2	5	26

5	4	3	4	5	4	5	4	34
4	5	5	3	1	4	5	4	31
5	5	4	4	3	4	5	4	34
4	4	4	4	5	5	5	5	36
4	4	4	4	5	5	5	5	36
4	4	4	4	4	5	4	4	33
4	5	4	4	3	5	4	3	32
5	5	5	4	4	5	4	5	37
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	3	5	5	3	5	3	5	32
5	4	4	5	5	5	5	5	38
5	4	4	5	4	5	4	5	36
4	4	4	3	4	4	4	4	31
4	5	5	5	5	3	4	5	36
4	3	2	3	4	4	3	5	28
4	5	4	5	5	4	4	4	35
5	5	5	2	5	2	5	1	30
5	5	5	2	5	2	5	1	30
5	4	4	3	4	5	5	3	33
5	2	3	4	4	3	1	4	26
4	5	4	5	5	4	4	4	35
4	4	3	2	4	4	5	5	31
5	4	5	5	4	5	5	5	38
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	4	4	5	4	4	4	5	35
4	5	5	4	4	5	4	4	35
4	4	4	5	5	5	5	4	36
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	4	4	4	5	5	5	37
4	4	5	5	4	5	5	5	37
4	3	4	4	3	4	4	4	30
4	4	4	5	5	3	5	4	34
4	5	5	5	4	3	4	4	34
5	5	4	3	4	5	4	3	33
5	5	2	5	5	2	1	5	30
5	5	2	5	5	2	1	5	30
4	5	4	4	5	5	3	4	34
2	4	3	2	2	3	3	2	21
5	5	4	3	4	5	4	3	33
4	3	5	4	4	4	4	5	33
5	4	4	4	5	4	4	4	34
5	5	4	4	4	5	5	5	37
5	5	4	4	4	5	5	5	37
4	4	5	5	5	5	5	5	38
3	4	5	4	4	5	5	4	34

4	5	4	4	5	5	4	4	35
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	3	3	3	4	4	3	30
5	3	4	5	5	5	5	4	36
4	4	3	4	5	4	5	4	33
4	4	5	5	5	5	5	5	38
4	4	5	5	5	5	5	5	38
4	4	4	5	4	4	5	4	34
4	4	3	5	4	3	4	5	32
5	4	4	5	4	5	4	4	35
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	3	5	3	5	5	5	36
4	5	5	5	5	5	5	5	39
4	5	4	5	5	4	5	5	37
5	4	5	5	5	4	4	5	37
1	1	1	1	1	1	1	1	8
5	4	4	4	4	3	5	3	32
4	5	4	4	4	5	5	5	36
5	5	5	4	4	5	5	3	36
4	5	5	5	4	5	5	4	37
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	3	5	3	5	5	5	36
5	4	4	5	4	5	4	4	35
5	4	4	4	4	5	4	4	34
5	5	4	5	5	5	5	4	38
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	5	4	4	4	5	4	4	34
5	4	4	5	4	4	3	4	33
4	5	5	5	5	4	4	5	37
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	5	5	5	5	5	40
2	2	2	3	1	1	2	2	15
5	5	5	4	4	5	5	4	37
5	5	4	4	5	5	5	5	38
5	4	5	5	5	4	5	5	38
4	5	5	5	5	5	5	5	39
5	4	4	5	5	5	3	4	35
5	5	5	5	4	5	5	5	39
4	4	4	4	5	4	5	4	34
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	5	5	5	5	4	4	5	37
4	3	3	4	3	5	4	3	29
4	4	5	4	4	4	4	5	34
4	4	4	5	5	5	5	5	37
4	4	4	5	5	5	5	5	37

5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	4	4	5	5	4	4	4	35
4	4	5	5	4	4	5	4	35
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	3	3	4	4	3	3	5	28
4	5	5	5	5	4	3	4	35
5	5	4	4	3	3	3	4	31
5	5	4	5	5	4	4	4	36
3	3	2	3	3	3	3	2	22
4	5	5	5	5	5	5	5	39
4	3	3	3	2	3	3	3	24
5	5	5	4	5	5	5	5	39
5	4	4	5	4	4	4	4	34
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	4	4	5	5	5	38
4	4	5	5	4	4	5	4	35
5	5	4	5	4	5	4	4	36
5	4	5	4	5	4	4	5	36
3	4	4	4	4	4	3	4	30
5	5	3	4	5	4	4	4	34
3	4	4	3	5	4	5	5	33
5	5	4	4	4	5	5	4	36
2	5	2	5	1	5	5	2	27
2	5	2	5	1	5	5	2	27
3	4	5	5	3	4	5	4	33
4	4	3	1	4	2	4	3	25
5	5	4	4	4	5	5	4	36
2	4	4	5	5	4	3	5	32
5	4	5	5	5	5	4	4	37
5	5	5	5	5	5	5	4	39
5	5	5	5	5	5	5	4	39
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	5	5	3	3	3	34
5	5	5	5	3	4	5	5	37
3	3	3	3	3	4	4	3	26

B. Jawaban Pertanyaan Variabel Kualitas Layanan (X2)

X 2 .1	X 2 .2	X 2 .3	X 2 .4	X 2 .5	X 2 .6	X 2 .7	X 2 .8	X 2 .9	X 2 .0	X 2 .1	X 2 .1	X 2 .2	X 2 .3	X 2 .4	X 2 .5	X 2 .6	X 2 .7	X 2 .8	X 2 .9	X 2 .0	X 2 .1	X 2 .2	X 2 .3	X 2 .4	X 2 .5	X 2 .6	X 2 .7	TOTAL
5	5	4	5	5	5	4	5	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	113
3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	100
4	3	4	4	3	5	4	4	4	4	5	1	3	1	3	3	1	1	3	1	1	3	3	3	3	3	3	3	79
3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	3	3	109
5	4	3	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	3	4	4	4	5	5	4	119
5	1	5	5	5	5	1	2	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	1	5	5	5	5	5	1	2	111
5	1	5	5	5	5	1	2	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	1	5	5	5	5	5	1	2	109
4	3	4	3	5	5	3	4	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	3	5	5	3	4	114
4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	122
5	4	3	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	113
4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	110
5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	3	4	5	4	4	5	4	4	5	4	119
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	1	1	3	3	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	114
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	1	3	5	5	5	5	5	5	5	5	128
4	4	4	4	5	5	3	3	3	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	3	3	3	114
5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	121
4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	114
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	117
5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	127
4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	3	4	5	5	4	5	5	5	5	123
5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	3	3	3	3	4	120
5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	125

5	5	4	4	4	5	1	3	1	3	4	3	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	3	5	109
4	3	3	4	4	4	5	5	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	5	5	5	4	4	2	3	105
4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	3	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	3	4	5	4	119
5	5	1	2	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	1	2	5	5	1	5	2	5	5	5	5	110
5	5	1	2	5	5	5	4	5	5	5	1	5	5	5	5	1	2	5	5	1	5	2	5	5	5	5	109
5	5	3	4	3	3	5	5	5	5	4	3	4	3	5	5	3	4	3	3	4	5	5	4	4	3	4	109
5	4	4	4	5	5	5	3	3	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	1	1	2	5	5	4	2	108
4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	3	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	3	4	5	4	116	
5	4	4	5	4	4	2	2	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	3	1	4	107
5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	3	4	119
5	5	5	5	5	5	3	3	3	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	120
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	129
5	5	3	3	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	3	3	3	4	5	4	4	4	4	4	5	110
4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	3	5	118
5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	116
4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	112
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	5	5	3	5	123
4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	127
5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	126
3	3	5	5	4	5	5	5	4	5	4	3	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	121
5	5	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	62
1	3	4	3	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	3	5	3	4	5	110
4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	113
5	5	5	4	3	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	3	5	5	124
5	5	5	1	5	5	5	5	1	2	5	5	1	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	113
5	5	5	1	5	5	5	5	1	2	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	120
5	5	4	3	4	3	5	5	3	4	3	3	4	5	3	3	3	5	5	3	5	3	5	5	5	5	5	111
3	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	1	1	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	113
4	4	5	4	3	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	122
4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	106

3	3	3	3	4	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	3	5	4	4	4	67		
4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	3	5	3	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	116	
3	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	3	5	4	5	5	120	
5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	3	5	5	5	4	4	4	4	4	3	5	122	
1	2	5	5	1	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	117	
1	2	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	5	4	3	115	
3	4	3	3	4	5	3	3	3	5	5	3	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	114
4	4	5	5	1	1	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	3	2	4	4	5	4	108	
5	5	4	5	5	5	4	5	4	3	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	121	
3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	90	
4	3	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	118	
3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	2	4	5	5	5	4	4	4	4	3	3	4	4	103	
5	4	3	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	3	4	5	4	5	5	4	5	120	
5	1	5	5	5	5	5	1	2	5	5	5	5	1	5	5	1	1	5	5	5	5	5	5	1	2	5	105	
5	1	5	5	5	5	5	1	2	5	5	5	5	1	5	5	1	1	5	5	5	5	5	5	1	2	5	105	
4	3	4	3	4	5	5	3	4	3	3	4	5	5	2	5	5	5	4	4	3	4	5	5	3	4	3	107	
4	4	5	5	3	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	3	5	4	4	4	5	119	
5	4	3	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	3	4	5	4	5	5	4	5	120	
4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	116	
5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	122	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	135	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	135	
4	4	4	4	5	5	5	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	3	3	3	108	
5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	117
4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	115
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	108	
5	3	3	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	3	5	5	5	5	125	
4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	131	
3	4	3	3	5	3	4	3	4	4	4	5	5	4	4	5	5	3	3	3	3	5	3	4	3	4	4	103	
4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	123	

1	3	1	3	3	3	1	1	3	1	1	3	3	3	1	1	3	3	3	1	3	3	3	1	1	3	1	57	
5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	126	
5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	125	
5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	128	
5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	121	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	135	
5	3	3	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	3	5	5	5	5	5	125	
4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	115	
2	2	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	104	
4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	122	
3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	5	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	94	
5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	122	
5	5	4	4	4	4	3	3	4	4	5	5	3	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	3	3	4	4	112	
5	4	3	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	3	4	5	4	5	5	4	5	118	
1	5	5	5	5	5	5	1	2	5	5	5	5	5	5	5	5	1	1	5	5	5	5	5	5	1	2	5	109
1	5	5	5	5	5	5	1	2	5	5	5	5	5	5	5	5	1	1	5	5	5	5	5	5	1	2	5	109
5	4	4	3	4	5	5	3	4	3	4	3	2	4	5	2	4	5	4	4	3	4	5	5	3	4	3	104	
5	5	5	5	3	5	4	4	4	5	5	5	2	1	4	4	1	5	5	5	5	3	5	4	4	4	5	112	
5	4	3	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	3	4	5	4	5	5	4	5	118	
5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	3	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	114	
5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	3	3	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	118	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	127	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	127	
4	4	4	4	5	5	5	3	3	3	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	3	3	3	110	
4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	113	
4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	116	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	106	
5	5	3	5	3	5	5	5	5	5	5	3	3	3	5	4	3	5	5	3	5	3	5	5	5	5	5	118	
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	129	
3	3	3	3	5	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	3	3	3	3	5	3	4	3	4	100	

4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	3	3	3	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	119
3	3	1	3	3	3	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	1	3	3	3	1	1	3	1	51
5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	3	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	122
5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	125
5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	3	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	126
4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	3	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	118
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	135
5	5	3	5	3	5	5	5	5	5	5	3	3	3	5	4	3	5	5	3	5	3	5	5	5	5	5	118
4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	116
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	106
3	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	119
4	4	4	5	4	3	4	5	3	3	3	4	4	4	3	3	3	5	4	5	3	4	4	4	4	3	3	102
4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	123
4	4	4	2	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	3	4	4	5	5	5	3	5	4	5	5	5	5	112
5	5	3	3	3	5	4	3	4	3	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	114
5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	1	116
4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	1	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	114
4	3	3	3	5	5	5	5	4	4	3	4	5	5	3	4	3	4	4	3	2	4	5	2	4	5	4	105
1	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	3	5	4	4	4	5	5	5	5	2	1	4	4	1	5	5	85
5	5	5	3	5	4	4	4	4	3	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	118
5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	3	4	4	5	4	5	4	116
4	5	5	3	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	3	3	4	4	4	5	4	117
5	4	4	4	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	3	4	5	5	4	5	5	119
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	3	4	5	5	4	5	5	126
5	5	3	3	3	5	4	3	4	4	4	5	5	5	3	3	3	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	110
4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	3	4	5	4	4	116
4	4	3	2	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	113
4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	111
3	3	4	4	4	3	3	3	5	3	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	5	4	3	5	109
4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	125

C. Jawaban Pertanyaan Variabel Nilai Pelanggan

Y 1	Y 2	Y 3	Y 4	Y 5	Y 6	Y 7	Y 8	Y 9	Y. 10	Y. 11	Y. 12	Y. 13	Y. 14	Y. 15	Y. 16	Y. 17	Y. 18	TOTAL
5	5	4	5	5	5	4	5	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	72
3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	5	5	5	5	5	4	4	69
4	3	4	4	5	5	4	4	4	5	1	3	1	3	3	1	1	3	58
3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	73
5	4	3	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	80
5	1	5	5	5	5	1	2	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	78
5	1	5	5	5	5	1	2	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	76
4	3	4	3	5	5	3	4	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	77
4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	3	3	5	5	5	5	5	81
5	4	3	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	76
4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	71
5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	81
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	1	1	3	3	3	70
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	89
4	4	4	4	5	5	3	3	3	4	4	5	5	4	4	5	5	5	76
5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	81
4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	75
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	80
5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	86
4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	82
3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	5	5	4	4	5	5	3	3	69
4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	81
1	3	1	3	3	1	1	3	1	1	3	3	3	1	1	3	3	3	38
5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	85
5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	84
5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	85
5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	80
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90
5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	86
4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	76
2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	68
5	5	4	5	5	5	4	5	4	3	4	5	4	4	4	5	4	4	79
3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	59
4	3	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	78
3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	2	4	5	5	5	69
5	4	3	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	80
5	1	5	5	5	5	1	2	5	5	5	5	1	5	5	1	1	5	67
5	1	5	5	5	5	1	2	5	5	5	5	1	5	5	1	1	5	67
4	3	4	3	5	5	3	4	3	3	4	5	5	2	5	5	5	4	72
4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	81
5	4	3	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	80
4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	78
5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	81

5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90
4	4	4	4	5	5	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	71	
5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	79	
4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	76	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72	
5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	86	
4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	87	
4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	84	
4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	5	5	5	4	4	5	5	73	
1	1	3	4	4	5	5	4	4	1	1	1	1	1	1	1	1	40	
5	5	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	5	3	4	72	
5	5	4	3	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	80	
4	5	1	5	5	5	5	1	2	5	5	4	4	5	5	3	5	74	
5	4	1	5	5	5	5	1	2	5	5	5	4	5	5	4	4	74	
5	5	3	4	3	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	82	
5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	3	5	3	5	5	5	5	82	
4	4	4	3	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	76	
4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	81	
3	4	5	4	4	5	4	4	5	3	3	4	4	4	4	4	4	71	
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	4	5	5	86	
1	3	5	5	5	5	5	5	5	4	2	3	4	4	4	3	2	68	
5	5	4	4	4	5	5	3	3	4	5	4	5	4	4	5	4	78	
5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	82	
5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	81	
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	5	4	4	74	
5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	4	2	2	5	5	2	3	73	
3	3	3	3	4	4	3	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	72	
4	4	4	5	5	5	5	3	1	4	5	4	4	4	3	2	4	70	
3	4	4	4	5	5	4	4	3	4	5	4	5	4	5	5	4	77	
5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	85	
1	2	5	5	1	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	76	
1	2	5	5	1	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	69	
3	4	3	3	4	5	4	4	3	5	4	3	4	5	5	4	4	72	
4	4	5	5	1	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	78	
5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	75	
4	5	4	4	4	3	5	5	3	5	3	5	5	5	5	5	5	80	
4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	82	
5	5	5	5	4	4	5	4	3	3	4	3	3	5	5	4	5	77	
5	5	5	5	4	3	3	3	3	4	5	5	5	3	3	3	3	71	
3	3	3	4	5	4	4	4	5	1	3	1	3	4	3	4	4	63	
5	4	4	4	5	3	4	4	4	5	5	4	4	3	4	4	4	74	
4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	3	4	77	
4	4	4	4	4	1	2	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	74	
5	5	5	5	3	1	2	5	5	5	4	5	5	5	1	5	5	76	
5	5	4	5	5	3	4	3	3	5	5	5	5	4	3	4	3	76	
5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	2	2	5	79	

4	5	4	5	5	5	4	3	5	3	4	5	4	5	4	4	5	4	78	
1	1	1	1	1	5	5	4	4	5	3	1	4	5	4	4	4	3	56	
5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	3	4	5	4	5	4	5	79	
5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	84	
5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	85	
4	4	5	5	5	4	3	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	77	
4	4	4	3	5	4	4	5	4	4	4	3	5	4	3	4	5	5	74	
4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	77	
3	4	4	4	4	4	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72	
4	5	5	3	5	3	5	3	4	5	5	3	5	3	5	5	5	5	78	
3	4	5	5	5	5	5	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	4	82	
3	5	4	3	3	4	3	3	3	5	4	3	3	4	3	3	5	5	66	
5	3	3	3	4	5	4	4	5	3	3	3	4	5	5	5	3	3	70	
4	4	4	5	1	3	4	4	4	4	4	5	1	3	1	3	4	3	61	
4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	3	4	76	
5	4	5	4	5	4	2	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	80	
5	2	5	5	5	5	2	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	1	77	
3	2	5	5	5	4	4	3	3	2	5	5	5	4	5	5	5	1	71	
4	5	5	5	3	3	3	3	4	5	5	5	3	3	3	3	4	4	70	
1	3	1	3	4	3	4	5	1	3	1	3	4	3	4	4	5	5	57	
5	5	4	4	3	4	4	4	5	5	4	4	3	4	4	4	4	3	73	
5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	3	4	4	5	81	
5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	82	
5	4	5	5	5	1	5	5	5	4	5	5	5	1	5	5	5	5	80	
5	5	5	5	4	3	3	3	5	5	5	5	4	3	4	3	5	5	77	
5	3	3	5	4	4	5	5	5	3	3	5	4	4	5	5	5	4	77	
4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	5	75	
2	2	4	4	4	5	4	4	2	2	4	4	4	4	5	4	4	5	4	67
5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	82	
3	3	3	1	5	5	5	5	3	3	3	1	5	5	5	5	5	5	70	
4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	88	
4	5	5	4	4	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	77	
4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	81	
5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	77	
5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	80	
5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	84	
4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	82	
5	5	5	5	3	4	4	4	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	82	
5	5	4	5	4	3	4	5	5	5	4	5	4	3	5	4	5	5	80	
4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	1	1	55	
5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	80	
4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	5	5	4	4	70	
4	5	5	4	5	4	3	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	81	
5	5	1	2	5	5	5	5	5	5	1	2	5	5	1	5	5	4	71	
3	4	3	5	5	3	4	3	3	4	5	3	3	3	5	5	3	5	69	
4	5	5	5	4	4	4	5	5	1	1	4	5	5	5	4	4	5	75	
4	3	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	81	

5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	71
5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	3	5	81
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	2	3	81
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	3	4	5	4	83
4	4	4	5	5	3	3	3	4	5	4	1	5	2	5	5	5	5	72
5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	1	5	2	5	5	5	5	76
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	3	4	75
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	2	5	5	4	2	64
4	4	4	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	4	3	4	5	4	79
5	4	5	5	5	4	5	4	3	5	4	5	5	5	5	4	5	4	82
3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	5	5	63
3	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	3	5	5	5	80
4	4	4	4	3	3	4	4	4	5	5	5	4	4	2	3	5	4	71
4	3	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	3	4	5	4	5	5	78
1	5	5	5	5	1	2	5	5	1	5	2	5	5	5	5	5	5	72
1	5	5	5	5	1	2	5	5	1	5	2	5	5	5	5	4	4	70
3	4	3	5	5	3	4	3	3	4	5	5	4	4	3	4	5	5	72
4	5	5	5	4	4	4	5	5	1	1	2	5	5	4	2	5	4	70
4	3	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	3	4	5	4	5	4	77
5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	3	1	4	4	5	74
5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	3	4	4	3	76
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	3	82
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	84
4	4	4	5	5	3	3	3	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	74
5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	3	5	5	5	79
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	77
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	74
3	3	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	5	5	3	5	5	4	77
4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	83
4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	3	3	82
3	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	1	1	75
4	4	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	83
4	5	5	5	4	5	4	3	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	82
3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	1	1	1	1	1	1	1	1	41
4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	79
4	4	4	3	3	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	74
3	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	82
5	5	5	5	1	2	5	5	1	5	5	4	4	4	5	5	5	4	75
5	5	5	5	1	2	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	79
4	3	5	5	3	4	3	3	4	5	3	3	3	5	5	3	5	3	69
5	5	5	4	4	4	5	5	1	1	4	5	5	5	4	4	5	4	75
3	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	82
4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	70
4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	3	5	5	81
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	2	3	4	80
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	3	4	5	4	5	83
4	4	5	5	3	3	3	4	5	4	1	5	2	5	5	5	5	5	73

5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90
5	5	5	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	73
4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	77
5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	78
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	3	84
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	89
5	3	4	3	4	4	4	5	5	4	4	5	5	3	3	3	3	5	72
5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	82
3	3	1	1	3	1	1	3	3	3	1	1	3	3	3	1	3	3	40
5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	85
4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	83
5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	85
4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	79
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	3	84
5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	78
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	82
4	4	4	3	3	3	4	5	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	65
5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	83
4	4	3	3	4	4	5	5	3	5	4	5	5	5	5	4	4	4	76
5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	3	4	5	79
5	5	5	1	2	5	5	5	5	5	5	5	1	1	5	5	5	5	75
5	5	5	1	2	5	5	5	5	5	5	5	1	1	5	5	5	5	75
4	5	5	3	4	3	4	3	2	4	5	2	4	5	4	4	3	4	68
3	5	4	4	4	5	5	5	2	1	4	4	1	5	5	5	5	3	70
5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	3	4	5	79
4	5	4	4	5	4	4	4	3	4	4	5	4	5	4	4	4	4	75

Lampiran IIV Uji Validitas dan Reliabilitas

Validitas X1

		Correlations								
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	TOTAL
X1.1	Pearson Correlation	1	.806**	.753**	.415*	.453*	.479**	.478**	.257	.804**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.020	.011	.006	.007	.163	.000
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31
X1.2	Pearson Correlation	.806**	1	.747**	.385*	.386*	.502**	.389*	.035	.722**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.032	.032	.004	.031	.850	.000
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31
X1.3	Pearson Correlation	.753**	.747**	1	.494**	.505**	.264	.436*	.208	.779**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.005	.004	.151	.014	.261	.000
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31
X1.4	Pearson Correlation	.415*	.385*	.494**	1	.509**	.224	.358*	.133	.654**
	Sig. (2-tailed)	.020	.032	.005		.003	.225	.048	.477	.000
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31
X1.5	Pearson Correlation	.453*	.386*	.505**	.509**	1	.487**	.560**	.498**	.803**
	Sig. (2-tailed)	.011	.032	.004	.003		.005	.001	.004	.000
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31
X1.6	Pearson Correlation	.479**	.502**	.264	.224	.487**	1	.518**	.102	.600**
	Sig. (2-tailed)	.006	.004	.151	.225	.005		.003	.585	.000
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31
X1.7	Pearson Correlation	.478**	.389*	.436*	.358*	.560**	.518**	1	.307	.715**
	Sig. (2-tailed)	.007	.031	.014	.048	.001	.003		.094	.000
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31
X1.8	Pearson Correlation	.257	.035	.208	.133	.498**	.102	.307	1	.506**
	Sig. (2-tailed)	.163	.850	.261	.477	.004	.585	.094		.004
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31
TOTAL	Pearson Correlation	.804**	.722**	.779**	.654**	.803**	.600**	.715**	.506**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.004	
	N	31	31	31	31	31	31	31	31	31

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

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

Correlations

	Y 1. 1	Y 1. 2	Y 1. 3	Y 1. 4	Y 1. 5	Y 1. 6	Y 1. 7	Y 1. 8	Y 1. 9	Y1 .1 0	Y1 .1 1	Y1 .1 2	Y1 .1 3	Y1 .1 4	Y1 .1 5	Y1 .1 6	Y1 .1 7	Y1 .1 8	TO TA L
Y1. Pear 1 son Corre lation Sig. (2- tailed) N	1	.1 69	.0 97	.0 57	.2 40	.0 30	.6 59	.6 81	.1 05	.0 30	.0 36	.0 31	.6 40	.1 26	.1 25	.7 58	.6 55	- .0 39	.55 1**
Y1. Pear 2 son Corre lation Sig. (2- tailed) N	.1 69	1	.6 83	.5 70	.4 02	.2 30	.2 12	.1 95	.5 74	.6 72	.3 77	.3 72	.0 22	.4 38	.5 20	.0 50	.0 49	.5 82	.58 8**
Y1. Pear 3 son Corre lation Sig. (2- tailed) N	.0 97	.6 83	1	.5 72	.0 98	.2 09	.3 40	.3 53	.6 90	.6 85	.5 26	.3 92	.0 03	.5 52	.4 58	.0 63	.1 05	.7 46	.62 3**
Y1. Pear 4 son Corre lation Sig. (2- tailed) N	.0 57	.5 70	.5 72	1	.1 72	.2 79	.1 37	.2 02	.3 59	.4 94	.2 63	.4 88	.0 90	.4 49	.3 43	.0 31	.1 76	.5 04	.49 9**

Y1. Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.105	.574	.690	.359	.252	.363	.507	.367	1	.836	.708	.684	.155	.697	.724	.093	.226	.713	.765**
Y1. Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.030	.672	.685	.494	.253	.357	.420	.258	.836	1	.606	.650	.098	.735	.728	.113	.213	.761	.747**
Y1. Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.036	.377	.526	.263	.251	.550	.363	.215	.708	.606	1	.535	.014	.608	.678	.018	.063	.379	.604**
Y1. Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.031	.372	.392	.488	.416	.375	.315	.266	.684	.650	.535	1	.187	.571	.664	.105	.212	.489	.639**

Y1. Pear 13 son Corre lation Sig. (2- tailed) N	.6 40 **	.0 22	.0 03	.0 90	- .0 78	- .0 21	.7 72 **	.8 04 **	.1 55	.0 98	.0 14	.1 87	1	.0 67	.1 04	.8 18 **	.8 25 **	.0 64	.56 5**
Y1. Pear 14 son Corre lation Sig. (2- tailed) N	.1 26	.4 38	.5 52 **	.4 49 *	.4 77 **	.5 42 **	.4 80 **	.2 06	.6 97 **	.7 35 **	.6 08 **	.5 71 **	.0 67	1	.6 29 **	.0 13	.0 73	.3 63 *	.68 8**
Y1. Pear 15 son Corre lation Sig. (2- tailed) N	.1 25	.5 20 **	.4 58 **	.3 43 *	.4 14 *	.6 65 **	.4 50 *	.2 33	.7 24 **	.7 28 **	.6 78 **	.6 64 **	.1 04 **	.6 29 **	1	.2 56	.1 77	.5 24 **	.74 7**
Y1. Pear 16 son Corre lation Sig. (2- tailed) N	.7 58 **	.0 50	.0 63	.0 31	- .0 70	.0 18	.7 39 **	.8 28 **	.0 93	.1 13	.0 18	.1 05	.8 18 **	.0 13	.2 56	1	.8 29 **	.0 82	.58 6**

Y1. Pear 17 son Corre lation Sig. (2- tailed) N	.6 55 ** .0 00 31	.0 49 .7 95 31	.1 05 .5 74 31	.1 76 .3 43 31	- .1 .5 56 31	.0 18 .9 24 31	.7 94 .0 00 31	.8 04 ** .0 00 31	.2 26 .2 22 31	.2 13 .2 49 31	.0 63 .7 38 31	.2 12 .2 52 31	.8 25 ** .0 00 31	.0 73 .6 97 31	.1 77 .3 41 31	.8 29 ** .0 00 31	1 22 .2 31 31	.2 7** .00 0 31	
Y1. Pear 18 son Corre lation Sig. (2- tailed) N	- .0 39 .8 35 31	.5 82 ** .0 01 31	.7 46 ** .0 00 31	.5 04 ** .0 04 31	- .0 05 .9 80 31	.1 96 .2 90 31	.2 39 .1 95 31	.2 14 .2 48 31	.7 13 ** .0 00 31	.7 61 ** .0 00 31	.3 79 * 35 31	.4 89 ** .0 05 31	.0 64 .7 31 31	.3 63 .0 44 31	.5 24 ** .0 03 31	.0 82 .6 62 31	.2 22 .2 31 31	1 1** .00 1 31	
TO TA L Corre lation Sig. (2- tailed) N	.5 51 ** .0 01 31	.5 88 ** .0 01 31	.6 23 ** .0 00 31	.4 99 ** .0 04 31	.3 43 .0 59 31	.4 83 ** .0 06 31	.8 26 ** .0 00 31	.7 05 ** .0 00 31	.7 65 ** .0 00 31	.7 47 ** .0 00 31	.6 04 ** .0 00 31	.6 39 ** .0 00 31	.5 65 ** .0 01 31	.6 88 ** .0 00 31	.7 47 ** .0 00 31	.5 86 ** .0 01 31	.6 27 ** .0 00 31	.5 71 ** .0 01 31	1 31

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

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

Reliabilitas Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.901	18

Lampiran V Uji Asumsi Klasik dan Regresi Linear Berganda

A. Uji Normalitas.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		253
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	6.30761759
Most Extreme Differences	Absolute	.081
	Positive	.029
	Negative	-.081
Kolmogorov-Smirnov Z		1.289
Asymp. Sig. (2-tailed)		.072

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

B. Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	60.751	4.015		15.129	.000		
	X1	.271	.082	.207	3.314	.001	.956	1.046
	X2	.065	.031	.131	2.094	.037	.956	1.046

a. Dependent Variable: Y

C. Uji Heterokedastisitas

D. Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.204	2.397		.920	.359
X1	-.018	.049	-.024	-.371	.711
X2	.030	.019	.105	1.637	.103

a. Dependent Variable: ABS

Sumber: Output data diolah dari SPSS.26, 2021

E. Uji Linieritas Kualitas Produk

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y *	Between	(Combined)	1691.018	21	80.525	2.044	.006
X1	Groups	Linearity	590.233	1	590.233	14.981	.000
		Deviation from Linearity	1100.785	20	55.039	1.397	.125
	Within Groups		9101.164	231	39.399		
	Total		10792.182	252			

Sumber: Output data diolah dari SPSS.26, 2021

F. Uji Linieritas Kualitas Jasa

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y *	Between	(Combined)	2842.867	48	59.226	1.520	.025
X2	Groups	Linearity	325.772	1	325.772	8.360	.004
		Deviation from Linearity	2517.095	47	53.555	1.374	.070
	Within Groups		7949.315	204	38.967		
	Total		10792.182	252			

G. Uji F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	766.100	2	383.050	9.551	.000 ^a
	Residual	10026.082	250	40.104		
	Total	10792.182	252			

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Output data diolah dari SPSS.26, 2021

H. Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	60.751	4.015		15.129	.000
	X1	.271	.082	.207	3.314	.001
	X2	.065	.031	.131	2.094	.037

a. Dependent Variable: Y

I. Model Summary

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.266 ^a	.071	.064	6.333

a. Predictors: (Constant), X2, X1

DAFTAR PUSTAKA

- Afshar, A.J. (2011). Study the Effects of Customer Service and Product Quality on Customer Satisfaction and Loyalty. *International Journal of Humanities and Social Science*.
- Ananditya, A. D., & Hidayat, W. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk Wisata, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Kepuasan Pengunjung Objek Wisata Goa Kreo Semarang* (Doctoral dissertation, Diponegoro University).
- Anderson, D. J., Reeve, J., Gomez, J. E. M., Weathers, W. W., Hutson, S., Cunningham, H. V., & Bird, D. M. (1993). Sexual size dimorphism and food requirements of nestling birds. *Canadian Journal of Zoology*, 71(12), 2541-2545.
- Andhansari, P., Nawazirul, L., Wijayanto, A. (2012). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Nilai Pelanggan. *Jurnal Manajemen*. 10(9), 3-8.
- Bougie, R., & Sekaran, U. (2016). *Research Methods For Business: A Skill Building 7 ed.* Wily.
- Butz Jr, H. E., & Goodstein, L. D. (1996). Measuring customer value: gaining the strategic advantage. *Organizational dynamics*, 24(3), 63-77.
- Diab, B. (2009). *Analisis Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Meningkatkan Retensi Pelanggan (Studi Kasus Pada Gies Batik Pekalongan)* (Doctoral dissertation, program Pascasarjana Universitas Diponegoro).
- Faizah, N. R., Suryoko, S., & Saryadi, S. (2013). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran O-Mamamia Steak and Ice Cream Cabang Jati Semarang* (Doctoral dissertation, Diponegoro University).
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS Edisi Kesembilan*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haiyang, L., Kwaku, A. (2001). Product innovation strategy and the performance of new technology ventures in China. *Academy of Management Journal*, 44(6), 1123-34.
- Haiyang, L., Kwaku, A. (1999). Marketing's influence and new product performance in Chinese firms. *Journal of International Marketing*, 7(1), 34-56.
- Iriana, R., & Buttle, F. (2007). Strategic, operational, and analytical customer relationship management: attributes and measures. *Journal of Relationship Marketing*, 5(4), 23-42.
- Kotler, P., Armstrong, G., Ancarani, F. G., & Costabile, M. (2015). *Principi Di Marketing*. Pearson Italia.

- Kotler, P., Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi Kedua Belas. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2005). The role played by the broadening of marketing movement in the history of marketing thought. *Journal of Public Policy & Marketing*, 24(1), 114-116.
- Kristianto, Y., Ajmal, M. M., & Sandhu, M. (2012). Adopting TQM approach to achieve customer satisfaction: A flour milling company case study. *The TQM Journal*.
- Lupioadi, R., Hamdani, A. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Margaretha. (2004). Studi Mengenai Loyalitas Pelanggan Pada Devisi Asuransi Kumpulan AJB Bumiputera 1912 (Studi Kasus Di Jawa Tengah), *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 3 (3): 289-308
- Mayasari, S. S. D. (2011). Pengaruh Kualitas Produk dan Hara Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Konsumen Kartu Prabayar IM3. *Jurnal Ekonomi Bisnis TH*. 16, No. 1.
- Mujiharjo, B. (2006). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan (Studi Pada Bank Bri Demak)* (Doctoral dissertation, program Pascasarjana Universitas Diponegoro).
- Oh, J.W. (1999). *Taxpaper Disclosure and Penalty Laws*. Seoul National University.
- Othman, A., & Owen, L. (2001). Adopting and measuring customer service quality (SQ) in Islamic banks: a case study in Kuwait finance house. *International Journal of Islamic Financial Services*, 3(1), 1-26.
- Panjaitan, F. A. B. K. (2019). Sharia Banking Image in East Java Indonesia: Reviewed from Service Quality, Product Quality, and Customer Value. *International Review of Management and Marketing*, 9(5), 17.
- Ramadhan, A. G., & Santosa, S. B. (2016). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Ulang pada Sepatu Nike Running di Semarang melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Saraswati, P., Kumadji, S., & Abdillah, Y. (2014). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan. *Malang: Univeritas Brawijaya*.
- Soenawan, A. D., Malonda, E. S., & Aprilia, A. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen D'Stupid Baker Spazio Graha Family Surabaya. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 3(2), 395-409.

- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif (Setiyawami, Ed.)*. Bandung: Alfabeta.
- Sureshchandar, G. S., Rajendran, C., & Anantharaman, R. N. (2002). The relationship between service quality and customer satisfaction—a factor specific approach. *Journal of services marketing*.
- Sweeney, J. C., & Soutar, G. N. (2001). Consumer perceived value: The development of a multiple item scale. *Journal of retailing*, 77(2), 203-220.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Jakarta: Gramedia.
- Tjiptono, F. (2012). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*, Edisi 2. Yogyakarta: Andi.
- Woodruff, R. B. (1997). Customer value: the next source for competitive advantage. *Journal of the academy of marketing science*, 25(2), 139-153.
- Yuen, E. F., & Chan, S. S. (2010). The effect of retail service quality and product quality on customer loyalty. *Journal of Database Marketing & Customer Strategy Management*, 17(3), 222-240.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., Berry, L. L., & Berry, L. L. (1990). *Delivering quality service: Balancing customer perceptions and expectations*. Simon and Schuster.
- Zeithaml, V. A. (1988). Consumer perceptions of price, quality, and value: a means-end model and synthesis of evidence. *Journal of marketing*, 52(3), 2-22.