

BAB V

PENUTUP

Pada bab penutup ini, penulis akan mengambil kesimpulan hasil penelitian yang telah dilakukan. Selanjutnya, penulis membuat implikasi manajerial dan merumuskan saran serta memaparkan keterbatasan penelitian.

5.1. Kesimpulan

1. Hasil analisis persentase dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

Mayoritas konsumen Neverland Coffee yang menjadi sampel penelitian ini adalah laki-laki dengan usia antara lebih dari 23 tahun, dan memiliki pendapatan lebih dari Rp 2.000.000. Hasil analisis persentase juga memberikan informasi bahwa mayoritas konsumen Neverland Coffee yang menjadi sampel penelitian ini telah berkunjung ke Neverland Coffee lebih dari 2 kali.

2. Hasil analisis deskriptif dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:
 - a. Penilaian konsumen Neverland Coffee pada variabel kualitas layanan yang terdiri dari *reliability*, *assurance*, *tangibles*, *emphaty*, *responsiveness*), termasuk dalam kategori yang tinggi.
 - b. Tingkat kepuasan konsumen pada Neverland Coffee termasuk dalam kategori yang tinggi.
 - c. Tingkat kepercayaan konsumen pada Neverland Coffee masuk dalam kategori yang tinggi.

- d. Tingkat penerimaan harga dari makanan dan minuman yang dijual Neverland Coffee termasuk dalam kategori yang tinggi.
 - e. Konsumen Neverland Coffee memiliki tingkat intensi berperilaku yang tinggi.
3. Hasil analisis regresi dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:
- a. *Reliability* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap intensi berperilaku.
 - b. *Assurance* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap intensi berperilaku.
 - c. *Tangibles* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap intensi berperilaku.
 - d. *Emphaty* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap intensi berperilaku.
 - e. *Responsiveness* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap intensi berperilaku.
 - f. Kepuasan konsumen memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap intensi berperilaku.
 - g. Kepercayaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap intensi berperilaku.
 - h. Penerimaan harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap intensi berperilaku.

5.2. Implikasi Manajerial

Hasil penelitian memberikan bukti nyata bahwa pengelolaan bisnis yang baik akan membuat konsumen memiliki intensi berperilaku yang baik pula pada sebuah bisnis. Demikian halnya yang telah dibuktikan dalam penelitian ini dimana kemampuan manajemen Neverland Coffee untuk memberikan layanan yang baik dalam beberapa hal seperti keandalan layanan (*reliability*), jaminan layanan (*assurance*), fasilitas fisik pendukung yang baik (*tangibles*), perhatian personal (*emphaty*), dan kemampuan untuk memberikan layanan dengan cepat (*responsiveness*) memberikan pengaruh pada peningkatan intensi berperilaku konsumen. Kemampuan perusahaan untuk membuat konsumen puas ataskonsumsi produk atau jasa, mampu membuat konsumen kepercayaan, dan dapat menerima harga yang ditetapkan pada produk atau jasa perusahaan juga memberikan kontribusi positif pada peningkatan intensi berperilaku.

Berdasarkan hal tersebut maka penting bagi pihak manajemen Neverland Coffee untuk dapat meningkatkan atau memperbaiki beberapa hal yang dianggap konsumen masih relatif rendah berkaitan dengan kualitas pelayanan, kepuasan, kepercayaan, dan harga dalam rangka peningkatan intensi berperilaku. Berikut ini adalah peningkatan atau perbaikan pada masing-masing indikator di setiap variabel penelitian yang harus diusahakan:

1. Hasil Penelitian diketahui bahwa *responsiveness* adalah variabel yang paling dominan pengaruhnya terhadap intensi berperilaku dibandingkan

variabel yang lainnya (b 0,162). Perbaikan atau peningkatan pada variabel *responsiveness* fokus pada indikator "Ketika pelanggan memiliki masalah, karyawan menunjukkan minat yang tulus untuk menyelesaikannya". Cara yang dapat dilakukan adalah dengan meningkatkan kemampuan karyawan untuk memberikan solusi yang terbaik dan menguntungkan bagi konsumen saat karyawan atau pihak manajemen melakukan kesalahan dalam pemberian layanan. Selain itu, karyawan harus selalu siap siaga untuk menanggapi permintaan konsumen dan memberikan solusi yang cepat, tepat dan benar atas masalah yang dihadapi konsumen atau layanan Neverland Coffe.

2. Pengaruh kepuasan konsumen terhadap intensi berperilaku lebih rendah dibandingkan pengaruh variabel yang lainnya (b 0,130). Perbaikan atau peningkatan pada variabel kepuasan konsumen fokus pada indikator "Secara keseluruhan, kedai kopi ini membuat saya dalam suasana hati yang baik". Cara yang dapat dilakukan adalah dengan menciptakan suasana café yang mendukung aktivitas atau kegiatan konsumen saat berada di Neverland Coffee. Suasana café dapat nyaman dapat dilakukan dengan memutar lagu-lagu yang mendukung *mood* konsumen dalam mengkonsumsi makanan dan minuman, memperbaiki sistem pencahayaan dalam maupun luar ruangan, menyediakan fasilitas pendukung lain yang dapat digunakan konsumen (alat permainan) saat menunggu pesanan makanan atau minuman

5.3. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini menguji intensi berperilaku yang terdiri dari banyak faktor yaitu: 1) niat untuk berkunjung kembali, 2) niat untuk merekomendasikan, dan 3) *word of mouth*. Hal ini berimplikasi pada tidak diketahuinya secara spesifik faktor intensi berperilaku yang paling dominan atau paling sering dilakukan oleh konsumen sebagai *outcomes* dari kualitas layanan, kepuasan, kepercayaan, dan penerimaan harga.

5.4. Saran Untuk Penelitian Selanjutnya

Pada penelitian sejenis di masa yang akan datang sebaiknya menguji intensi berperilaku dengan menggunakan aspek atau dimensi secara lebih terperinci yaitu: 1) Niat berkunjung kembali, 2) Niat untuk merekomendasikan, dan 3) *Word of mouth*. Hal ini dilakukan dengan tujuan agar dapat diketahui dan dirumuskan hal apa yang lebih perlu untuk ditingkatkan berkaitan dengan intensi berperilaku konsumen secara lebih spesifik.

DAFTAR PUSTAKA

- A, Parasuraman., (2001), "The Consequenses of Service Quality", *Jurnal of Marketing Vol. 60*.
- Ajzen, I. d., (2005), "Theory Based Behavior Change Interventions: Comments on Hobbits and Sutton", *Journal of Health Psychology Vol. 10 No. 1*, hal. 27-31.
- Alan, Y., (2016), "Pengaruh Service Quality (Tangible, Empathy, Reliablility, Responsiveness dan Assurance) Terhadap Customer Satisfaction: Penelitian pada Hotel Serela Bandung", *Jurnal Manajemen Vol. 13 No. 2*.
- Ardietya Kurniawan, M. R., (2017), "Perilaku Konsumtif Remaja Penikmat Warung Kopi", *Jurnal Sosiologi DILEMA Vol. 32 No. 1*.
- Brigitha Lincincia Kaengke, T. M., (2022), "Pengaruh Bukti Fisik, Kehandalan, Daya Tanggap, Jaminan, dan Empati Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (BRI) Unit Tateli", *Productivity Vol. 3 No. 3*, hal. 271-277.
- Chinvia D. Pitoi, J. R., (2021), "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Best Western The Lagoon Manado", *Productivity, Vol. 2 No. 1*.
- Herlyana, E. (2012), "Fenomena Coffe Shop Sebagai Gejala Gaya Hidup Baru Kaum Muda", *Thaqafiyat Vol. 13 No. 1*, hal. 188-202.
- Irma Amelia Alinaung, I. W., (2016), "Analisis Citra Merek, Kualitas Layanan dan Tarif Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa di RSUP Prof. Dr. R. D. Kandou Manado", *Jurnal EMBA Vol. 4 No. 5*.

- Kassim, N. A., (2010), "The Effect of Perceived Service Quality Dimentions on Customer Satisfaction, Trust and Loyalty in E-Commerce Settings: A Cross Analysis", *Asia Paific Journal of Marketing and Logistic Vol. 22* , hal. 351-371.
- Ken Sudarti, I. A., (2012), "Menciptakan Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Melalui Citra dan Service Recovery", *Jurnal Bisnis dan Ekonomi* , hal. 93-109.
- Kevin Putra Mahendra, R. I., (2018), "Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan CV Mitra Perkasa Utomo", *AGORA Vol. 7 No. 1*.
- Kotler, K., (2009), *Manajemen Pemasaran 1. Edisi Ketiga Belas*, Jakarta: Erlangga.
- Mardikawati Woro, F. N., (2013), "Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan, Melalui Kepuasan Pelanggan pada Pelanggan Bus Efisiensi", *Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 2 No. 1*, hal. 64-75.
- Mowen, J. C., (2012), In D. K. Yahya, *Perilaku Konsumen Jilid 1*, Jakarta: Erlangga.
- Mowen, J. C., (2013), *Perilaku Konsumen*, Jakarta: Salemba Empat.
- Parasuraman, A. Z., (1998), "A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality", *Journal of Relating Vol. 64 No. 1*, hal. 12-40.
- Rustiana, D., (2022), "Pengaruh Store Atmosphere dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Coffe Shop The Soko Coffe", *Thesis*, Universitas Komputer Indonesia.
- Suad Sheikh Mohamud, G. S., (2017), "Investigating The Antecedents of Coffee Shop Customers' Behavioral Intentions in Kuala Lumpur", *International Journal on Recent Trends in Business and Tourism Vol. 1 No. 4*.
- Sugiyono, (2008), *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta.

Tjoanoto, M. T., (2013), "Pengaruh Service Quality Terhadap Customer Satisfaction di Restoran Jade Imperial", *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra Vol. 1 No. 1*, hal. 1-9.

Virvilaite, R. V., (2009), "The Relationship Between Price and Loyalty in Services Industry", *Inzinerine Ekonometrika-Engineering Economics*.



LAMPIRAN I: KUESIONER

PROFILING

Usia:

Jenis Kelamin :

1. Laki-laki
2. Perempuan

Pendapatan per bulan :

1. Rp.100.000,00-Rp.500.000,00
2. Rp.500.001,00-Rp.1.000.000,00
3. Rp.1.000.001,00-Rp.1.500.000
4. Rp.1.500.001,00-Rp.2.000.000,00
5. Lebih dari Rp.2000.000,00



KETERANGAN

Section 1 of 11

Kuesioner Penelitian Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, dan Pengaruh Harga Terhadap Behavioral Intention Di Neverland Coffee

Perkenalkan saya Alfonsus Bryan Juwono, Mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk Tugas Akhir mengenai "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, dan Pengaruh Harga Terhadap Behavioral Intention di Neverland Coffee"

Saya meminta bantuan teman-teman yang berkenan untuk mengisi kuesioner ini yang telah saya buat dengan sebaik-baiknya dan sejujur-jujurnya. Jawaban dari teman-teman sangat membantu saya dalam menyelesaikan penelitian ini. Atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

After section 1 Continue to next section

Section 2 of 11

Karakteristik Responden

Description (optional)

Jenis Kelamin "

Laki-Laki

Perempuan

Usia "

< 17

17-23

23 >

Pendapatan per bulan "

Rp.1 00.000,00—Rp.500.000,00

Rp.500.004,00-Rp.3.000.000,00

Rp.1. 500.001,00-Rp.2.000.000,00

Lebi h d ari Rp.2000.000,00

Frekuensi kunjungan ke Neverland Coffee dalam urun waktu 3 bulan terakhir "

1 kali

2 kali

>2 kali

After section 2 Continue to n ext section

Kuesioner Variabel Responsiveness

Description (option a1)

Karyawan tidak terlalu sibuk unjuk menanggapi permintaan pelanggan *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Karyawan memberikan layanan yang cepat kepada pelanggan *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Karyawan bersedia membantu pelanggan *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Ket! ka pelanggan memiliki masalah, karyawan menunjukkan minai yang tulus untuk menyelesaikannya

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Kuesioner Variabel Emphaty

Description (option al)

B *I* U    

Karyawan tidak menunjukkan diskriminasi di antara pelanggan *

1 2 3 4 5
Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Karyawan memahami kebutuhan pelanggan

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju

Sangat Setuju



Staf peduli terhadap pelanggan *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

After Section 4 Continue to next section



Kuesioner Variabel Reliability

Description (optional)

Karyawan memberikan layanan pada saai mereka berjanji untuk melakukannya *

B 2' U c-3

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Ketika karyawan berjanji uniuik melakukan sesuatu pada wakiu tertentu, mereka melakukannya

B 2' U c-3

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Karyawan melakukan layanan dengan benar pertama kali *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Karyawan bersikeras pada catatan bebas kesalahan *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

After section 5 Continue to next section



Kuesioner Variabel Assurance

B / U c-z "

Description (optional)

Perilaku karyawan menanamkan kepercayaan pada pelanggan *

1

2

3

4

5



Sangat Tidak Setuju



Sangat Setuju



Karyawan memiliki pengeahuan untuk menjawab pertanyaan pelanggan *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Pelanggan merasa aman dalam bertransaksi *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Karyawan memberi tahu pelanggan dengan tepat kapan layanan akan dilakukan *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

After section 6 Continue to next section



Kuesioner Variabel Tangible

Description (optional)

Kedai kopi memiliki desain interior dan dekorasi yang menarik *

Sangat TidakSetuju 1 2 3 4 5 Sangat Setuju



Ruang makan benar-benar bersih *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju



Karyawan berpenampilan rapi dan baik *

Sangat TidakSetuju 1 2 3 4 5 Sangat Setuju

After section 7 Continue to next section •



Kuesioner Variabel Customer Satisfaction

Description (optional)

B *I* U ☉ ☰ ☷ ✕

Saya puas dengan pengalaman saya di kedai kopi ini *

2 3 4 5



Sangat Tidak Setuju 1 Sangat Setuju





Saya menikmati diri saya di kedai kopi ini *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju



Secara keseluruhan, kedai kopi ini membuat saya dalam suasana hati yang baik *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

After Section 8 Continue to next section



Section 9 of 11

Kuesioner Variabel Price Acceptance

B I U  

Description (optional)

Saya tahu tingkat harga referensi *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Terkadang saya bersedia membayar lebih *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Saya biasanya menerima perubahan harga“

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Saya memiliki pengetahuan yang baik tentang distribusi harga di kedai kopi

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

*z her sent ton9 Cont in ue n ext section



Kuesioner Variabel Trust

Description (optional)



Saya percaya merek kopi ini *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju



Saya percaya produk kedai kopi ini

Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 5 Sangat Setuju



Produk kedai kopi in! tidak bertentangan sesuai harapan saya *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

After section 10 Conlinue to next section





Kuesioner Variabel Behavioral Intentions

B 2' U c-z

Description (option aJ)

Saya ingin kembali ke kedai kopi ini di masa depan *

	1	2	3	4	5
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sangat Setuju					

Saya akan mempertimbangkan untuk mengunjungi kembali kedai kopi ini di masa depan

B / U c-3

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Saya akan merekomendasikan kedai kopi ini kepada teman-teman saya *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Saya akan mengatakan hal-hal positif tentang kedai kopi ini kepada orang lain *

	1	2	3	4	5
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Sangat Tidak Setuju



Sangat Setuju



Saya akan mendorong orang lain untuk mengunjungi kedai kopi ini *

1

2

3

4

5



Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju



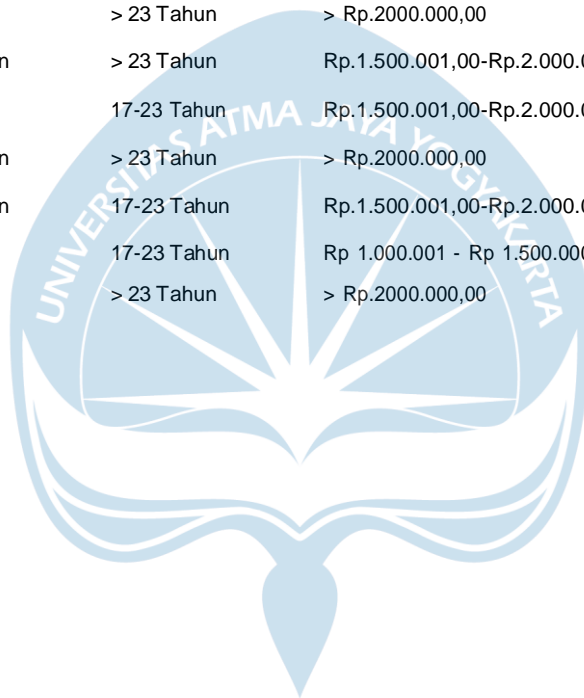
LAMPIRAN II: DATA PENELITIAN

No	Gender	Usia	Pendapatan	Frekuensi
1	Laki-Laki	17-23 Tahun	Rp.500.001,00-Rp.1.000.000,00	> 2 Kali
2	Laki-Laki	17-23 Tahun	Rp.1.500.001,00-Rp.2.000.000,00	> 2 Kali
3	Laki-Laki	17-23 Tahun	Rp.1.500.001,00-Rp.2.000.000,00	> 2 Kali
4	Laki-Laki	17-23 Tahun	Rp.1.500.001,00-Rp.2.000.000,00	2 Kali
5	Laki-Laki	17-23 Tahun	Rp.1.500.001,00-Rp.2.000.000,00	> 2 Kali
6	Laki-Laki	> 23 Tahun	Rp.1.500.001,00-Rp.2.000.000,00	> 2 Kali
7	Laki-Laki	17-23 Tahun	Rp.1.500.001,00-Rp.2.000.000,00	> 2 Kali
8	Laki-Laki	> 23 Tahun	Rp.100.000,00-Rp.500.000,00	> 2 Kali
9	Perempuan	> 23 Tahun	> Rp.2000.000,00	> 2 Kali
10	Laki-Laki	17-23 Tahun	Rp.1.500.001,00-Rp.2.000.000,00	2 Kali
11	Laki-Laki	< 17 Tahun	Rp.500.001,00-Rp.1.000.000,00	2 Kali
12	Laki-Laki	17-23 Tahun	Rp 1.000.001 - Rp 1.500.000	> 2 Kali
13	Laki-Laki	17-23 Tahun	> Rp.2000.000,00	2 Kali
14	Laki-Laki	17-23 Tahun	Rp.500.001,00-Rp.1.000.000,00	2 Kali
15	Laki-Laki	17-23 Tahun	Rp.1.500.001,00-Rp.2.000.000,00	> 2 Kali
16	Laki-Laki	17-23 Tahun	Rp.100.000,00-Rp.500.000,00	> 2 Kali
17	Laki-Laki	> 23 Tahun	> Rp.2000.000,00	> 2 Kali
18	Laki-Laki	> 23 Tahun	> Rp.2000.000,00	> 2 Kali
19	Laki-Laki	< 17 Tahun	Rp.500.001,00-Rp.1.000.000,00	2 Kali
20	Perempuan	17-23 Tahun	Rp.1.500.001,00-Rp.2.000.000,00	1 Kali
21	Perempuan	17-23 Tahun	Rp.1.500.001,00-Rp.2.000.000,00	2 Kali
22	Perempuan	> 23 Tahun	> Rp.2000.000,00	> 2 Kali
23	Perempuan	17-23 Tahun	Rp 1.000.001 - Rp 1.500.000	> 2 Kali
24	Laki-Laki	> 23 Tahun	> Rp.2000.000,00	> 2 Kali
25	Laki-Laki	17-23 Tahun	Rp.1.500.001,00-Rp.2.000.000,00	> 2 Kali
26	Laki-Laki	17-23 Tahun	Rp.100.000,00-Rp.500.000,00	> 2 Kali
27	Perempuan	17-23 Tahun	> Rp.2000.000,00	2 Kali
28	Laki-Laki	> 23 Tahun	> Rp.2000.000,00	> 2 Kali
29	Laki-Laki	< 17 Tahun	Rp.500.001,00-Rp.1.000.000,00	> 2 Kali
30	Perempuan	> 23 Tahun	> Rp.2000.000,00	2 Kali

31	Perempuan	17-23 Tahun	Rp.500.001,00-Rp.1.000.000,00	> 2 Kali
32	Laki-Laki	> 23 Tahun	Rp 1.000.001 - Rp 1.500.000	> 2 Kali
33	Laki-Laki	17-23 Tahun	Rp.500.001,00-Rp.1.000.000,00	2 Kali
34	Laki-Laki	17-23 Tahun	> Rp.2000.000,00	> 2 Kali
35	Perempuan	17-23 Tahun	Rp.1.500.001,00-Rp.2.000.000,00	2 Kali
36	Laki-Laki	17-23 Tahun	> Rp.2000.000,00	> 2 Kali
37	Perempuan	17-23 Tahun	Rp.500.001,00-Rp.1.000.000,00	2 Kali
38	Laki-Laki	> 23 Tahun	> Rp.2000.000,00	1 Kali
39	Perempuan	< 17 Tahun	Rp.500.001,00-Rp.1.000.000,00	2 Kali
40	Laki-Laki	> 23 Tahun	> Rp.2000.000,00	> 2 Kali
41	Laki-Laki	> 23 Tahun	> Rp.2000.000,00	> 2 Kali
42	Perempuan	17-23 Tahun	Rp.1.500.001,00-Rp.2.000.000,00	2 Kali
43	Perempuan	> 23 Tahun	> Rp.2000.000,00	> 2 Kali
44	Laki-Laki	17-23 Tahun	> Rp.2000.000,00	> 2 Kali
45	Laki-Laki	17-23 Tahun	Rp.500.001,00-Rp.1.000.000,00	1 Kali
46	Laki-Laki	< 17 Tahun	Rp.1.500.001,00-Rp.2.000.000,00	> 2 Kali
47	Laki-Laki	> 23 Tahun	> Rp.2000.000,00	> 2 Kali
48	Perempuan	17-23 Tahun	Rp 1.000.001 - Rp 1.500.000	2 Kali
49	Laki-Laki	< 17 Tahun	Rp.500.001,00-Rp.1.000.000,00	1 Kali
50	Laki-Laki	17-23 Tahun	Rp 1.000.001 - Rp 1.500.000	> 2 Kali

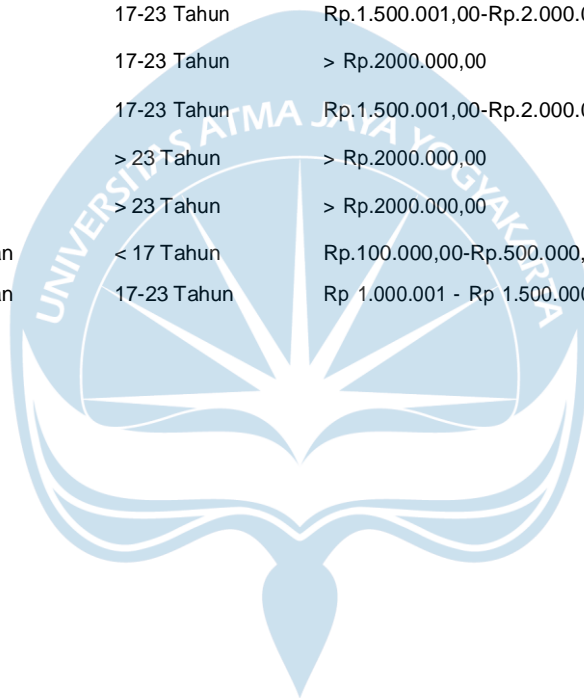
No	Gender	Usia	Pendapatan	Frekuensi
51	Laki-Laki	> 23 Tahun	> Rp.2000.000,00	> 2 Kali
52	Laki-Laki	< 17 Tahun	Rp.100.000,00-Rp.500.000,00	1 Kali
53	Laki-Laki	> 23 Tahun	> Rp.2000.000,00	> 2 Kali
54	Laki-Laki	> 23 Tahun	> Rp.2000.000,00	> 2 Kali
55	Perempuan	17-23 Tahun	Rp.1.500.001,00-Rp.2.000.000,00	2 Kali
56	Laki-Laki	17-23 Tahun	Rp.1.500.001,00-Rp.2.000.000,00	1 Kali
57	Laki-Laki	17-23 Tahun	Rp.1.500.001,00-Rp.2.000.000,00	> 2 Kali
58	Perempuan	17-23 Tahun	Rp.1.500.001,00-Rp.2.000.000,00	2 Kali
59	Perempuan	17-23 Tahun	Rp.1.500.001,00-Rp.2.000.000,00	> 2 Kali
60	Laki-Laki	< 17 Tahun	Rp.500.001,00-Rp.1.000.000,00	2 Kali
61	Perempuan	17-23 Tahun	Rp.1.500.001,00-Rp.2.000.000,00	> 2 Kali
62	Perempuan	17-23 Tahun	Rp 1.000.001 - Rp 1.500.000	2 Kali
63	Laki-Laki	> 23 Tahun	> Rp.2000.000,00	1 Kali
64	Perempuan	17-23 Tahun	Rp.1.500.001,00-Rp.2.000.000,00	2 Kali
65	Laki-Laki	> 23 Tahun	> Rp.2000.000,00	> 2 Kali
66	Laki-Laki	17-23 Tahun	Rp 1.000.001 - Rp 1.500.000	2 Kali
67	Perempuan	> 23 Tahun	> Rp.2000.000,00	> 2 Kali
68	Perempuan	17-23 Tahun	Rp 1.000.001 - Rp 1.500.000	2 Kali
69	Perempuan	> 23 Tahun	Rp.1.500.001,00-Rp.2.000.000,00	> 2 Kali
70	Perempuan	> 23 Tahun	Rp.1.500.001,00-Rp.2.000.000,00	> 2 Kali
71	Perempuan	< 17 Tahun	Rp.1.500.001,00-Rp.2.000.000,00	1 Kali
72	Perempuan	> 23 Tahun	> Rp.2000.000,00	> 2 Kali
73	Perempuan	> 23 Tahun	> Rp.2000.000,00	> 2 Kali
74	Perempuan	> 23 Tahun	> Rp.2000.000,00	> 2 Kali
75	Perempuan	> 23 Tahun	> Rp.2000.000,00	1 Kali
76	Perempuan	17-23 Tahun	Rp 1.000.001 - Rp 1.500.000	2 Kali
77	Perempuan	17-23 Tahun	Rp.1.500.001,00-Rp.2.000.000,00	> 2 Kali
78	Perempuan	17-23 Tahun	Rp.1.500.001,00-Rp.2.000.000,00	2 Kali
79	Perempuan	> 23 Tahun	> Rp.2000.000,00	1 Kali
80	Laki-Laki	> 23 Tahun	> Rp.2000.000,00	> 2 Kali
81	Laki-Laki	17-23 Tahun	Rp.1.500.001,00-Rp.2.000.000,00	2 Kali
82	Perempuan	< 17 Tahun	Rp.1.500.001,00-Rp.2.000.000,00	> 2 Kali
83	Laki-Laki	> 23 Tahun	Rp.1.500.001,00-Rp.2.000.000,00	2 Kali
84	Laki-Laki	17-23 Tahun	Rp 1.000.001 - Rp 1.500.000	2 Kali

85	Laki-Laki	> 23 Tahun	> Rp.2000.000,00	> 2 Kali
86	Laki-Laki	> 23 Tahun	Rp 1.000.001 - Rp 1.500.000	2 Kali
87	Perempuan	> 23 Tahun	Rp.1.500.001,00-Rp.2.000.000,00	2 Kali
88	Perempuan	> 23 Tahun	> Rp.2000.000,00	> 2 Kali
89	Laki-Laki	> 23 Tahun	Rp.1.500.001,00-Rp.2.000.000,00	1 Kali
90	Laki-Laki	> 23 Tahun	> Rp.2000.000,00	> 2 Kali
91	Perempuan	< 17 Tahun	Rp 1.000.001 - Rp 1.500.000	1 Kali
92	Laki-Laki	17-23 Tahun	> Rp.2000.000,00	> 2 Kali
93	Laki-Laki	17-23 Tahun	Rp 1.000.001 - Rp 1.500.000	2 Kali
94	Laki-Laki	> 23 Tahun	> Rp.2000.000,00	> 2 Kali
95	Perempuan	> 23 Tahun	Rp.1.500.001,00-Rp.2.000.000,00	> 2 Kali
96	Laki-Laki	17-23 Tahun	Rp.1.500.001,00-Rp.2.000.000,00	1 Kali
97	Perempuan	> 23 Tahun	> Rp.2000.000,00	> 2 Kali
98	Perempuan	17-23 Tahun	Rp.1.500.001,00-Rp.2.000.000,00	> 2 Kali
99	Laki-Laki	17-23 Tahun	Rp 1.000.001 - Rp 1.500.000	2 Kali
100	Laki-Laki	> 23 Tahun	> Rp.2000.000,00	> 2 Kali



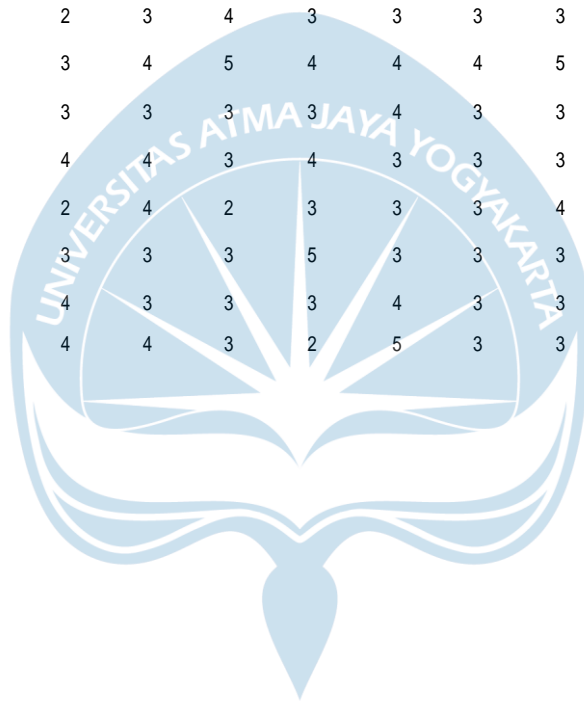
No	Gender	Usia	Pendapatan	Frekuensi
101	Laki-Laki	17-23 Tahun	> Rp.2000.000,00	> 2 Kali
102	Laki-Laki	> 23 Tahun	Rp.1.500.001,00-Rp.2.000.000,00	> 2 Kali
103	Laki-Laki	17-23 Tahun	> Rp.2000.000,00	> 2 Kali
104	Laki-Laki	17-23 Tahun	Rp 1.000.001 - Rp 1.500.000	1 Kali
105	Laki-Laki	> 23 Tahun	> Rp.2000.000,00	> 2 Kali
106	Perempuan	17-23 Tahun	Rp.1.500.001,00-Rp.2.000.000,00	1 Kali
107	Laki-Laki	> 23 Tahun	> Rp.2000.000,00	> 2 Kali
108	Perempuan	17-23 Tahun	Rp 1.000.001 - Rp 1.500.000	2 Kali
109	Perempuan	> 23 Tahun	> Rp.2000.000,00	> 2 Kali
110	Laki-Laki	> 23 Tahun	> Rp.2000.000,00	1 Kali
111	Laki-Laki	> 23 Tahun	> Rp.2000.000,00	> 2 Kali
112	Perempuan	> 23 Tahun	> Rp.2000.000,00	> 2 Kali
113	Perempuan	> 23 Tahun	> Rp.2000.000,00	> 2 Kali
114	Perempuan	17-23 Tahun	> Rp.2000.000,00	> 2 Kali
115	Perempuan	> 23 Tahun	> Rp.2000.000,00	> 2 Kali
116	Laki-Laki	< 17 Tahun	Rp.500.001,00-Rp.1.000.000,00	2 Kali
117	Perempuan	17-23 Tahun	Rp 1.000.001 - Rp 1.500.000	2 Kali
118	Laki-Laki	> 23 Tahun	> Rp.2000.000,00	> 2 Kali
119	Perempuan	17-23 Tahun	Rp 1.000.001 - Rp 1.500.000	> 2 Kali
120	Perempuan	> 23 Tahun	Rp.1.500.001,00-Rp.2.000.000,00	> 2 Kali
121	Laki-Laki	> 23 Tahun	Rp.1.500.001,00-Rp.2.000.000,00	> 2 Kali
122	Perempuan	> 23 Tahun	> Rp.2000.000,00	> 2 Kali
123	Perempuan	< 17 Tahun	Rp.100.000,00-Rp.500.000,00	2 Kali
124	Laki-Laki	17-23 Tahun	Rp.500.001,00-Rp.1.000.000,00	1 Kali
125	Perempuan	17-23 Tahun	Rp.1.500.001,00-Rp.2.000.000,00	> 2 Kali
126	Perempuan	17-23 Tahun	Rp.1.500.001,00-Rp.2.000.000,00	> 2 Kali
127	Perempuan	> 23 Tahun	> Rp.2000.000,00	> 2 Kali
128	Laki-Laki	> 23 Tahun	> Rp.2000.000,00	> 2 Kali
129	Laki-Laki	> 23 Tahun	Rp.1.500.001,00-Rp.2.000.000,00	2 Kali
130	Perempuan	> 23 Tahun	Rp.1.500.001,00-Rp.2.000.000,00	> 2 Kali
131	Perempuan	> 23 Tahun	> Rp.2000.000,00	> 2 Kali
132	Laki-Laki	> 23 Tahun	> Rp.2000.000,00	> 2 Kali
133	Perempuan	> 23 Tahun	Rp.1.500.001,00-Rp.2.000.000,00	2 Kali
134	Perempuan	> 23 Tahun	> Rp.2000.000,00	2 Kali

135	Perempuan	> 23 Tahun	> Rp.2000.000,00	> 2 Kali
136	Perempuan	17-23 Tahun	Rp.1.500.001,00-Rp.2.000.000,00	1 Kali
137	Perempuan	> 23 Tahun	> Rp.2000.000,00	> 2 Kali
138	Perempuan	> 23 Tahun	> Rp.2000.000,00	> 2 Kali
139	Perempuan	> 23 Tahun	Rp.1.500.001,00-Rp.2.000.000,00	> 2 Kali
140	Perempuan	> 23 Tahun	Rp.1.500.001,00-Rp.2.000.000,00	> 2 Kali
141	Perempuan	> 23 Tahun	> Rp.2000.000,00	> 2 Kali
142	Perempuan	> 23 Tahun	> Rp.2000.000,00	> 2 Kali
143	Laki-Laki	> 23 Tahun	Rp.1.500.001,00-Rp.2.000.000,00	> 2 Kali
144	Laki-Laki	17-23 Tahun	Rp.1.500.001,00-Rp.2.000.000,00	> 2 Kali
145	Laki-Laki	17-23 Tahun	> Rp.2000.000,00	1 Kali
146	Laki-Laki	17-23 Tahun	Rp.1.500.001,00-Rp.2.000.000,00	2 Kali
147	Laki-Laki	> 23 Tahun	> Rp.2000.000,00	> 2 Kali
148	Laki-Laki	> 23 Tahun	> Rp.2000.000,00	> 2 Kali
149	Perempuan	< 17 Tahun	Rp.100.000,00-Rp.500.000,00	1 Kali
150	Perempuan	17-23 Tahun	Rp 1.000.001 - Rp 1.500.000	> 2 Kali

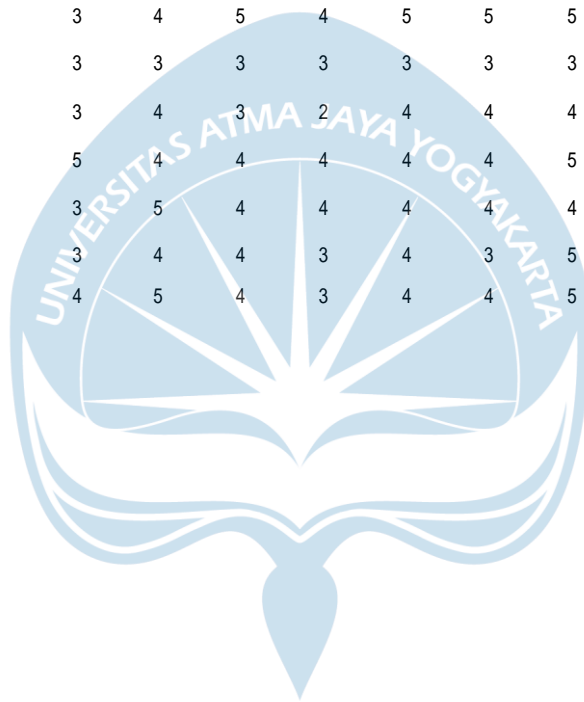


No	REL.1	REL.2	REL.3	REL.4	ASS.1	ASS.2	ASS.3	ASS.4	TANG.1	TANG.2	TANG.3
1	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3
2	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3
3	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4
4	5	5	4	4	4	3	5	4	5	4	4
5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	2	4
6	3	5	5	3	4	4	4	4	5	5	5
7	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
9	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
10	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4
11	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3
12	4	3	3	4	4	4	5	4	3	4	3
13	4	3	4	4	4	4	2	3	3	3	3
14	3	2	2	3	2	2	4	4	4	3	4
15	3	3	5	5	5	5	5	5	3	3	3
16	2	3	3	4	1	2	3	2	3	2	3
17	4	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3
18	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4
19	5	4	4	5	5	5	5	5	4	3	4
20	3	3	4	3	2	3	3	3	3	4	3
21	4	4	4	4	1	2	3	3	4	3	5
22	3	2	3	2	3	2	4	4	3	2	3
23	5	5	5	4	3	3	3	3	2	2	2
24	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3
25	4	3	4	4	5	4	5	5	4	4	4
26	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4
27	4	4	4	4	3	4	5	5	4	4	4
28	2	3	2	2	4	3	4	4	3	2	2
29	4	3	3	4	4	3	3	3	5	5	5
30	3	3	4	3	2	3	4	4	4	3	4
31	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3
32	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3
33	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3

34	3	2	3	3	4	4	4	4	3	2	3
35	4	4	4	3	3	3	4	3	3	2	3
36	5	4	4	5	4	3	3	3	3	3	3
37	4	4	5	3	3	3	4	3	4	2	4
38	4	3	3	4	4	4	4	3	5	5	5
39	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3
40	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3
41	3	3	3	3	4	4	4	4	3	2	3
42	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3
43	4	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3
44	3	2	3	4	5	4	4	4	5	4	5
45	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3
46	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3
47	2	3	2	4	2	3	3	3	4	4	3
48	4	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3
49	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4
50	3	4	4	4	3	2	5	3	3	3	2

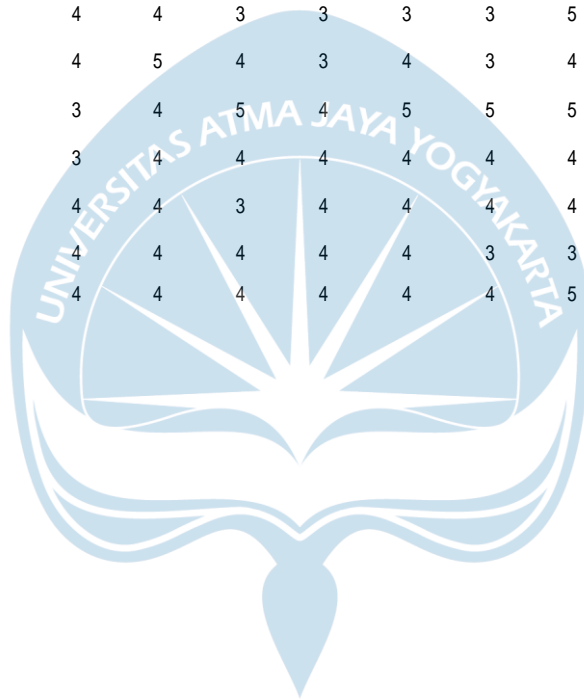


85	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
86	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5
87	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4
88	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4
89	4	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4
90	4	3	3	4	4	4	5	4	4	4	4
91	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4
92	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4
93	5	5	4	5	4	4	4	4	3	3	3
94	4	3	3	4	5	4	5	5	5	5	5
95	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
96	4	4	3	4	3	2	4	4	4	4	3
97	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4
98	4	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4
99	4	3	3	4	4	3	4	3	5	5	4
100	5	4	4	5	4	3	4	4	5	4	4



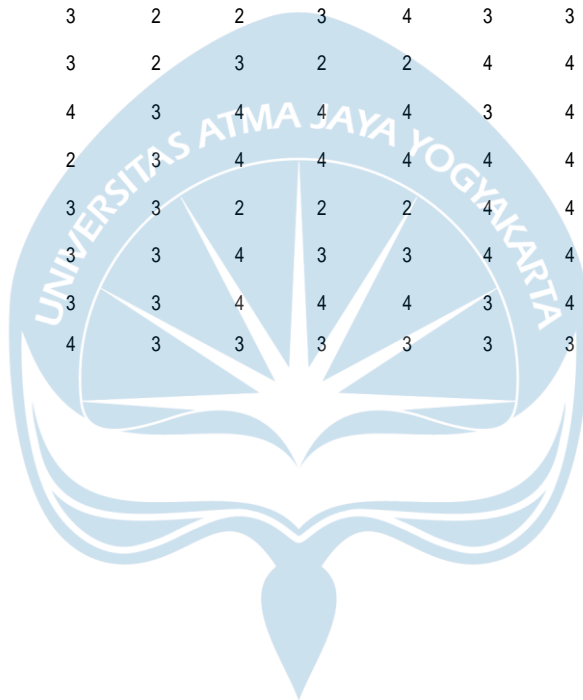
No	REL.1	REL.2	REL.3	REL.4	ASS.1	ASS.2	ASS.3	ASS.4	TANG.1	TANG.2	TANG.3
101	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4
102	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3
103	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	3
104	4	3	3	4	5	4	5	5	5	5	5
105	5	4	4	5	4	3	4	4	5	3	5
106	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4
107	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4
108	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
109	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3
110	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3
111	4	5	4	4	3	3	3	3	3	3	3
112	4	3	4	4	3	4	4	4	5	3	4
113	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4
114	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4
115	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
116	5	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4
117	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4
118	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3
119	5	5	5	5	4	3	3	4	3	3	3
120	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	5
121	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3
122	5	5	5	5	5	4	4	3	3	3	3
123	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3
124	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3
125	5	5	5	5	5	4	4	3	5	5	5
126	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4
127	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4
128	4	4	5	3	4	4	4	4	4	3	4
129	3	3	3	3	4	4	4	4	5	5	5
130	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3
131	4	3	3	4	4	4	5	4	4	4	4
132	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
133	5	3	4	4	3	4	4	4	5	3	4
134	4	3	3	5	5	5	5	5	4	3	4

135	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
136	4	3	3	4	4	4	5	4	4	4	4
137	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
138	4	3	4	5	3	4	4	3	3	5	3
139	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4
140	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4
141	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4
142	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
143	5	3	4	4	3	3	4	4	5	3	4
144	5	4	4	4	3	3	3	3	5	4	3
145	4	5	4	5	4	3	4	3	4	4	4
146	4	3	3	4	5	4	5	5	5	5	4
147	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3
148	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4
149	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	5
150	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4



No	EMP.1	EMP.2	EMP.3	RES.1	RES.2	RES.3	RES.4	SAT.1	SAT.2	SAT.3
1	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3
2	5	3	4	3	3	4	4	4	5	3
3	4	5	4	3	4	4	3	4	4	4
4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3
5	4	2	4	4	3	4	3	4	4	4
6	5	5	4	3	5	4	5	5	4	4
7	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
9	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
10	5	5	4	3	4	3	4	4	4	4
11	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3
12	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
13	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3
14	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3
15	5	5	5	4	3	4	4	4	5	4
16	3	3	4	3	3	2	2	3	2	3
17	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3
18	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
19	4	4	4	4	4	3	3	5	5	4
20	3	4	2	4	4	4	3	4	4	3
21	2	3	2	4	3	4	4	4	4	3
22	3	3	2	2	3	2	2	3	3	3
23	2	3	2	3	4	3	4	3	3	3
24	3	5	5	3	3	3	3	5	5	5
25	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
26	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5
27	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4
28	3	2	3	3	3	4	3	4	4	3
29	4	3	4	3	3	2	2	3	3	3
30	4	3	4	2	2	2	3	4	3	3
31	3	3	3	3	3	3	2	4	4	3
32	5	4	4	3	3	3	3	3	3	3
33	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3

34	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
35	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3
36	4	3	4	3	4	5	4	3	4	4
37	4	3	2	3	3	3	3	5	5	4
38	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5
39	3	3	2	3	3	3	3	1	2	2
40	4	3	2	3	3	3	3	5	5	4
41	3	2	2	5	3	4	3	3	2	3
42	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3
43	4	3	3	2	2	3	4	3	3	2
44	4	3	3	2	3	2	2	4	4	4
45	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4
46	3	3	2	3	4	4	4	4	4	3
47	3	3	3	3	2	2	2	4	4	3
48	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4
49	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4
50	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3



No	EMP.1	EMP.2	EMP.3	RES.1	RES.2	RES.3	RES.4	SAT.1	SAT.2	SAT.3
51	4	3	3	3	3	3	3	3	2	2
52	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4
53	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3
54	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3
55	5	4	5	4	5	4	4	3	4	3
56	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
57	3	2	3	2	4	4	4	5	3	4
58	4	4	4	4	3	4	2	3	4	3
59	3	3	3	5	4	4	4	5	5	4
60	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3
61	3	2	3	3	3	3	2	4	4	3
62	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4
63	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2
64	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3
65	3	4	3	4	5	5	5	4	4	3
66	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4
67	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4
68	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3
69	4	4	4	3	3	3	2	4	4	3
70	3	3	4	5	3	4	3	4	4	4
71	4	4	3	4	3	4	5	4	4	4
72	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4
73	4	3	4	4	5	4	4	5	4	4
74	5	4	4	5	3	4	4	4	4	4
75	4	3	4	4	3	3	2	4	4	3
76	5	4	5	5	3	4	4	4	4	4
77	4	4	3	5	4	5	4	4	4	3
78	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3
79	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4
80	5	4	4	3	3	3	3	4	4	3
81	3	4	3	5	4	5	5	3	3	3
82	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4
83	3	3	4	5	4	5	5	4	4	3
84	4	3	4	3	3	3	5	5	4	4

85	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
86	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5
87	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4
88	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4
89	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
90	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3
91	3	2	4	4	5	5	4	4	4	4
92	4	4	3	4	3	3	3	5	5	4
93	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4
94	5	4	5	4	4	3	4	5	5	4
95	3	4	3	4	4	4	4	5	3	4
96	3	3	3	4	5	5	4	4	4	4
97	4	4	4	3	5	4	4	5	5	5
98	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4
99	5	4	5	4	4	3	4	5	5	4
100	3	4	3	4	4	4	4	5	3	4



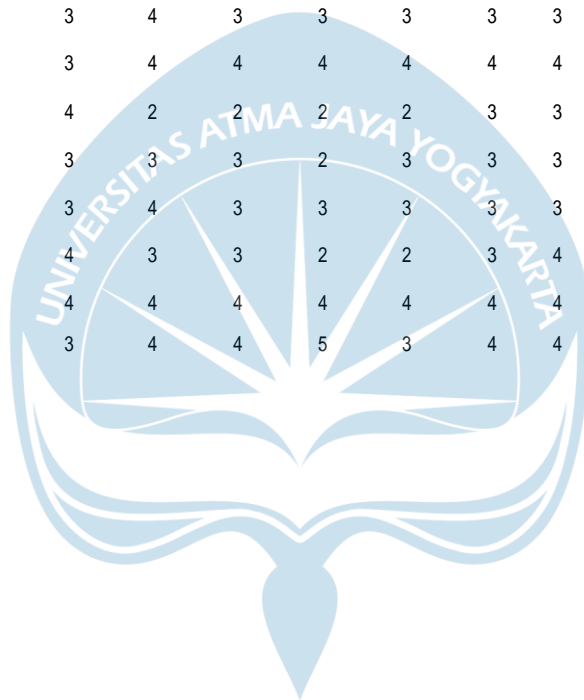
No	EMP.1	EMP.2	EMP.3	RES.1	RES.2	RES.3	RES.4	SAT.1	SAT.2	SAT.3
101	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
102	4	3	2	3	4	4	4	4	3	3
103	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4
104	5	4	5	4	4	3	4	5	5	4
105	3	3	3	3	4	4	4	5	3	4
106	3	2	4	4	5	5	4	4	4	4
107	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4
108	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4
109	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4
110	5	4	4	3	3	3	3	3	3	3
111	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3
112	4	3	4	4	4	4	4	5	5	4
113	3	2	3	3	3	4	2	3	4	4
114	3	4	4	5	4	5	5	3	4	3
115	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
116	4	4	3	5	5	5	5	4	4	3
117	5	4	5	4	4	4	4	4	4	3
118	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4
119	4	4	5	3	4	4	4	4	4	3
120	5	4	5	4	4	4	4	4	4	3
121	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4
122	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3
123	5	4	5	5	4	4	3	4	4	3
124	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4
125	4	4	5	3	4	5	4	4	4	3
126	4	4	4	3	5	5	4	4	4	4
127	4	3	4	5	4	4	4	5	4	5
128	3	4	3	4	3	3	5	4	4	3
129	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3
130	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
131	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3
132	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
133	3	4	3	3	4	3	2	4	4	3
134	4	3	4	5	4	5	3	5	5	5

135	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
136	4	4	4	5	4	4	4	5	4	3
137	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
138	5	3	5	5	5	5	5	4	4	3
139	4	3	4	5	4	4	3	4	4	4
140	5	4	5	4	4	3	4	4	4	4
141	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4
142	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5
143	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3
144	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4
145	4	4	3	5	5	4	3	4	4	4
146	5	4	5	4	4	3	4	5	5	4
147	5	4	5	4	4	4	4	3	4	4
148	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3
149	5	4	5	3	5	5	4	4	4	4
150	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4



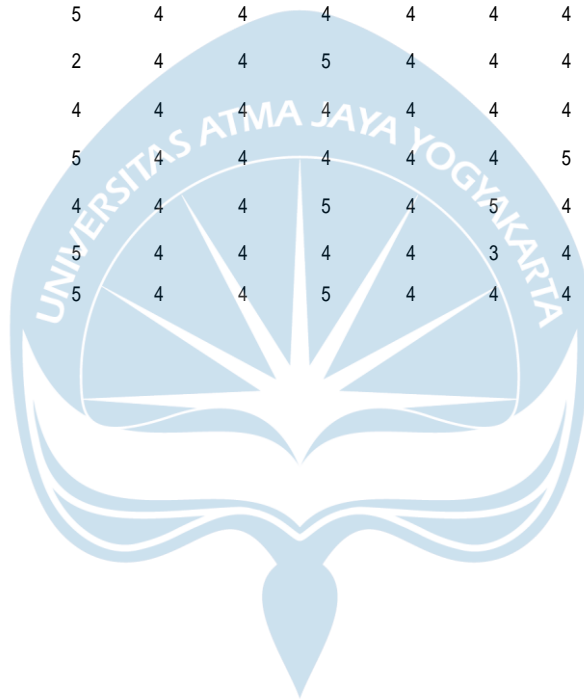
No	TRS.1	TRS.2	TRS.3	PRC.1	PRC.2	PRC.3	PRC.4	BI.1	BI.2	BI.3	BI.4	BI.5
1	3	3	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4
2	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4
3	4	3	5	5	3	4	4	4	4	3	3	3
4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	5	3	4
5	4	4	4	5	3	4	3	3	4	4	4	3
6	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4
7	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
9	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4
10	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4
11	3	3	3	2	2	3	3	3	5	2	3	3
12	3	4	4	4	5	4	5	4	3	2	5	3
13	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4
14	4	4	4	5	3	3	4	3	3	4	3	3
15	4	4	4	4	4	5	4	4	3	3	3	4
16	3	3	3	3	4	4	4	3	3	2	2	2
17	3	3	3	4	2	2	3	4	4	3	3	2
18	3	4	4	2	2	2	2	4	4	3	3	4
19	4	4	4	3	4	3	3	4	4	5	5	3
20	4	5	4	4	3	5	4	4	4	3	3	3
21	2	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	2
22	3	3	3	2	2	2	2	4	3	2	2	3
23	3	2	2	3	3	3	3	4	3	3	3	2
24	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4
25	4	4	4	5	4	5	5	5	5	3	3	4
26	3	2	2	4	4	4	4	4	4	3	3	3
27	4	4	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5
28	3	3	4	3	3	2	5	3	3	2	2	2
29	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4
30	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3
31	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3
32	3	3	3	3	2	2	2	4	3	3	4	3
33	3	3	3	3	2	2	2	4	4	4	4	4

34	3	2	3	4	4	4	4	4	4	5	3	4
35	3	3	3	4	4	2	3	3	4	3	3	3
36	4	4	5	3	4	3	3	4	4	5	4	4
37	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4
38	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
39	4	3	4	2	2	2	2	2	2	3	3	2
40	3	2	3	4	3	2	3	4	4	4	5	3
41	2	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	2
42	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3
43	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
44	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
45	4	3	4	2	2	2	2	3	3	3	3	2
46	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2
47	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2
48	3	4	4	3	3	2	2	3	4	3	3	3
49	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
50	3	3	3	4	4	5	3	4	4	3	3	3



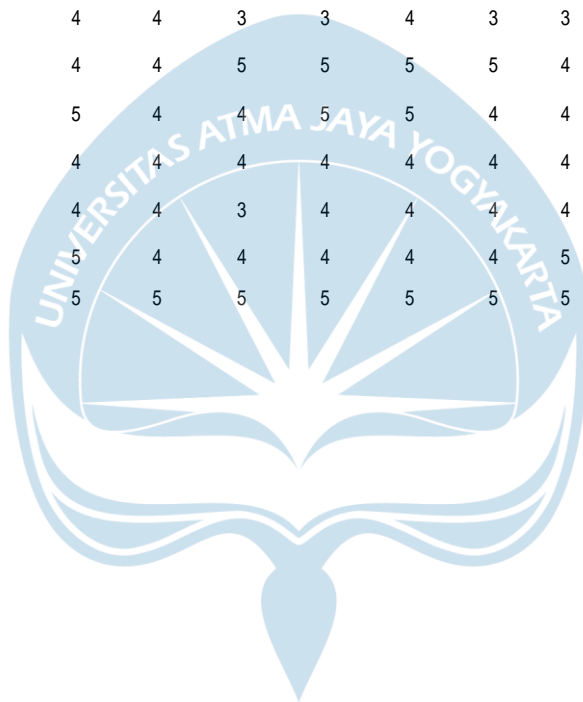
No	TRS.1	TRS.2	TRS.3	PRC.1	PRC.2	PRC.3	PRC.4	BI.1	BI.22	BI.3	BI.4	BI.5
51	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
52	3	4	4	2	3	3	3	4	3	4	4	3
53	4	4	5	3	4	4	4	4	4	3	5	4
54	4	4	4	4	4	5	3	4	4	3	3	4
55	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4
56	4	5	5	4	5	5	5	3	5	4	4	4
57	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2
58	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3
59	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
61	2	2	2	2	2	2	3	4	4	4	4	3
62	4	5	5	3	4	4	4	4	4	3	4	4
63	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3
64	2	3	2	4	3	3	4	2	3	2	2	2
65	4	3	3	3	4	4	3	4	4	5	4	3
66	4	3	3	3	3	3	3	3	4	5	4	3
67	4	3	3	3	3	3	3	4	3	5	4	3
68	4	4	3	4	4	4	4	4	5	3	4	4
69	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	3	4
70	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	2	4
71	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
72	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
73	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4
74	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
75	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	2
76	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
77	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4
78	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3
79	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3
80	3	2	4	4	4	2	2	4	4	3	4	2
81	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4
82	4	5	5	3	3	5	4	5	4	5	4	5
83	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3
84	4	4	5	4	4	3	5	4	4	5	4	3

85	4	4	5	4	3	5	4	4	4	5	4	3
86	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
87	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5
88	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5
89	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	3	3
90	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
91	4	3	3	4	4	2	3	4	4	3	3	3
92	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4
93	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3
94	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	3
95	3	2	2	4	4	5	4	4	4	3	3	3
96	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4
97	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5
98	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	3
99	5	4	5	4	4	4	4	3	4	4	5	4
100	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4



No	TRS.1	TRS.2	TRS.3	PRC.1	PRC.2	PRC.3	PRC.4	BI.1	BI.22	BI.3	BI.4	BI.5
101	4	3	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4
102	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3
103	5	5	4	4	4	5	5	5	5	3	5	4
104	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4
105	3	2	3	4	3	5	4	4	4	4	3	4
106	3	3	3	5	5	4	4	4	4	3	5	4
107	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
108	4	3	3	4	2	4	4	4	4	4	3	3
109	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	5	4
110	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4
111	4	3	4	3	2	2	3	4	3	3	3	3
112	4	5	5	4	4	5	3	4	4	5	4	4
113	4	4	4	4	4	2	2	3	4	3	3	3
114	4	4	4	4	3	5	4	3	3	4	4	4
115	4	4	5	3	4	4	5	5	5	5	5	5
116	5	4	5	4	3	4	4	4	4	5	5	4
117	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3
118	2	2	2	3	2	3	3	4	3	3	3	3
119	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
120	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5
121	4	4	4	4	3	4	3	3	3	5	5	4
122	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
123	4	4	4	3	2	4	4	4	4	3	3	3
124	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4
125	4	4	4	4	4	3	5	4	4	5	5	5
126	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4
127	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4
128	4	3	3	4	4	5	4	4	5	3	3	3
129	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4
130	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
131	3	5	5	3	4	2	2	4	3	4	4	4
132	4	4	5	4	4	5	5	4	4	3	5	4
133	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4
134	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5

135	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
136	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	4
137	3	2	2	4	4	5	5	4	4	4	3	3
138	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4
139	4	5	4	4	3	3	3	5	5	4	4	4
140	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4
141	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
142	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
143	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
144	5	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4
145	4	3	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4
146	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	3
147	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5
148	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	5	4
149	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5
150	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5



LAMPIRAN III: UJI VALIDITAS dan RELIABILITAS**Validitas dan Reliabilitas: Reliability****Correlations**

		Correlations				
		REL.1	REL.2	REL.3	REL.4	Reliability
REL.1	Pearson Correlation	1	,658**	,545**	,716**	,867**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	40	40	40	40	40
REL.2	Pearson Correlation	,658**	1	,745**	,531**	,872**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	40	40	40	40	40
REL.3	Pearson Correlation	,545**	,745**	1	,496**	,823**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,001	,000
	N	40	40	40	40	40
REL.4	Pearson Correlation	,716**	,531**	,496**	1	,812**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,001		,000
	N	40	40	40	40	40
Reliability	Pearson Correlation	,867**	,872**	,823**	,812**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	40	40	40	40	40

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

Scale: ALL VARIABLES**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	40	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	40	100,0

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

Reliability Statistics

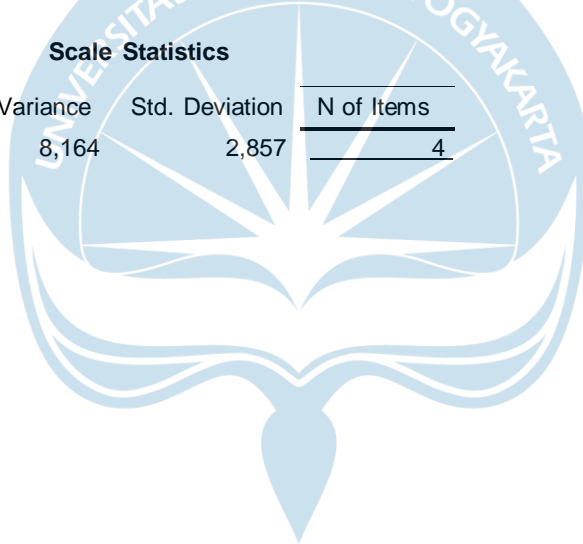
Cronbach's	
Alpha	N of Items
,865	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
REL.1	11,00	4,667	,751	,812
REL.2	11,28	4,563	,756	,810
REL.3	11,08	4,994	,686	,839
REL.4	11,05	4,972	,664	,847

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
14,80	8,164	2,857	4



Validitas dan Reliabilitas: Assurance

		Correlations				
		ASS.1	ASS.2	ASS.3	ASS.4	As surance
ASS.1	Pearson Correlation	1	,787**	,536**	,647**	,877**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	40	40	40	40	40
ASS.2	Pearson Correlation	,787**	1	,569**	,659**	,876**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	40	40	40	40	40
ASS.3	Pearson Correlation	,536**	,569**	1	,791**	,819**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	40	40	40	40	40
ASS.4	Pearson Correlation	,647**	,659**	,791**	1	,886**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	40	40	40	40	40
As surance	Pearson Correlation	,877**	,876**	,819**	,886**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	40	40	40	40	40

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

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	40	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	40	100,0

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

Reliability Statistics

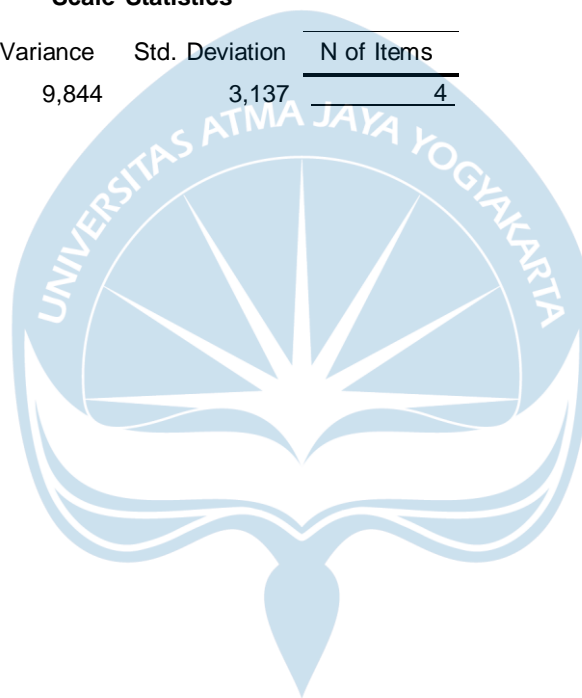
Cronbach's Alpha	N of Items
,884	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
ASS.1	11,05	5,126	,746	,860
ASS.2	11,13	5,804	,778	,840
ASS.3	10,65	6,336	,699	,870
ASS.4	10,83	5,738	,795	,834

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
14,55	9,844	3,137	4



Validitas dan Reliabilitas: Tangibles

Correlations

		TANG.1	TANG.2	TANG.3	Tangibles
TANG.1	Pearson Correlation	1	,627**	,852**	,892**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	40	40	40	40
TANG.2	Pearson Correlation	,627**	1	,651**	,871**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	40	40	40	40
TANG.3	Pearson Correlation	,852**	,651**	1	,920**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	40	40	40	40
Tangibles	Pearson Correlation	,892**	,871**	,920**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	40	40	40	40

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

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	40	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	40	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,866	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
TANG.1	6,80	2,574	,799	,777
TANG.2	7,18	2,148	,665	,919
TANG.3	6,88	2,420	,816	,752

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
10,43	5,020	2,241	3



Validitas dan Reliabilitas: Emphaty

		Correlations			
		EMP.1	EMP.2	EMP.3	Emphaty
EMP.1	Pearson Correlation	1	,524**	,582**	,799**
	Sig. (2-tailed)		,001	,000	,000
	N	40	40	40	40
EMP.2	Pearson Correlation	,524**	1	,470**	,815**
	Sig. (2-tailed)	,001		,002	,000
	N	40	40	40	40
EMP.3	Pearson Correlation	,582**	,470**	1	,841**
	Sig. (2-tailed)	,000	,002		,000
	N	40	40	40	40
Emphaty	Pearson Correlation	,799**	,815**	,841**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	40	40	40	40

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

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	40	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	40	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,768	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
EMP.1	7,10	2,246	,646	,639
EMP.2	7,20	2,369	,558	,736
EMP.3	7,30	2,267	,602	,688

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
10,80	4,626	2,151	3



Validitas dan Reliabilitas: Responsiveness

		Correlations				Responsiveness
		RES.1	RES.2	RES.3	RES.4	
RES.1	Pearson Correlation	1	,579**	,655**	,616**	,816**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	40	40	40	40	40
RES.2	Pearson Correlation	,579**	1	,709**	,686**	,858**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	40	40	40	40	40
RES.3	Pearson Correlation	,655**	,709**	1	,734**	,904**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	40	40	40	40	40
RES.4	Pearson Correlation	,616**	,686**	,734**	1	,880**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	40	40	40	40	40
Responsiveness	Pearson Correlation	,816**	,858**	,904**	,880**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	40	40	40	40	40

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

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	40	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	40	100,0

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

Reliability Statistics

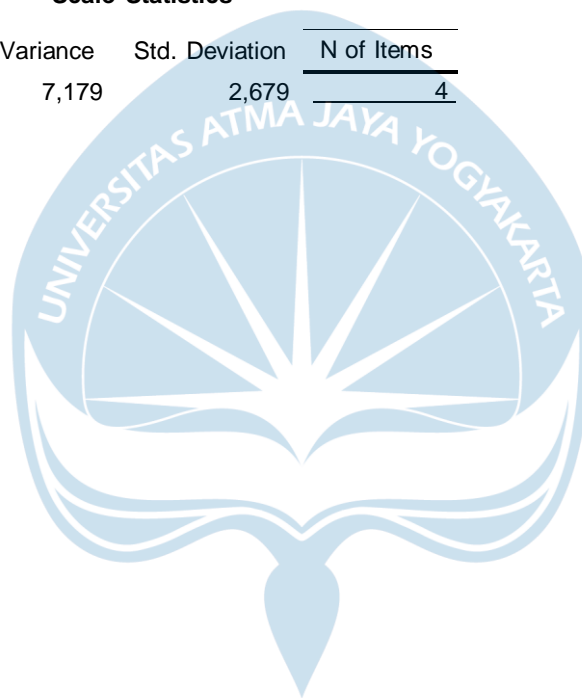
Cronbach's Alpha	N of Items
,887	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
RES.1	10,53	4,563	,688	,879
RES.2	10,43	4,302	,748	,857
RES.3	10,50	3,795	,808	,835
RES.4	10,55	4,100	,778	,846

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
14,00	7,179	2,679	4



Validitas dan Reliabilitas: Kepuasan Konsumen



Correlations

SAT.1

SAT.2

SAT.3

Customer
Satisfaction

SAT.1	Pearson Correlation	1	,784**	,717**	,933**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	40	40	40	40
SAT.2	Pearson Correlation	,784**	1	,632**	,905**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	40	40	40	40
SAT.3	Pearson Correlation	,717**	,632**	1	,856**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	40	40	40	40
Customer Satisfaction	Pearson Correlation	,933**	,905**	,856**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	40	40	40	40

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

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	40	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	40	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,880	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
SAT.1	7,38	1,984	,833	,768
SAT.2	7,38	2,087	,770	,828
SAT.3	7,65	2,541	,714	,879

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
11,20	4,677	2,163	3



Validitas dan Reliabilitas: Kepercayaan

		Correlations			
		TRUST.1	TRUST.2	TRUST.3	Trust
TRUST.1	Pearson Correlation	1	,698**	,730**	,879**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	40	40	40	40
TRUST.2	Pearson Correlation	,698**	1	,792**	,921**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	40	40	40	40
TRUST.3	Pearson Correlation	,730**	,792**	1	,927**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	40	40	40	40
Trust	Pearson Correlation	,879**	,921**	,927**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	40	40	40	40

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

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	40	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	40	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's

Alpha	N of Items
,894	3





Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
TRUST.1	7,15	2,438	,754	,883
TRUST.2	7,18	1,994	,804	,841
TRUST.3	7,03	2,076	,828	,815

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
10,68	4,635	2,153	3



Validitas dan Reliabilitas: Penerimaan Harga

		Correlations				Price Acceptance
		PRICE.1	PRICE.2	PRICE.3	PRICE.4	
PRICE.1	Pearson Correlation	1	,531**	,603**	,583**	,787**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	40	40	40	40	40
PRICE.2	Pearson Correlation	,531**	1	,707**	,687**	,851**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	40	40	40	40	40
PRICE.3	Pearson Correlation	,603**	,707**	1	,717**	,897**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	40	40	40	40	40
PRICE.4	Pearson Correlation	,583**	,687**	,717**	1	,877**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	40	40	40	40	40
Price Acceptance	Pearson Correlation	,787**	,851**	,897**	,877**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	40	40	40	40	40

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

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	40	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	40	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's

Alpha	N of Items
,875	4



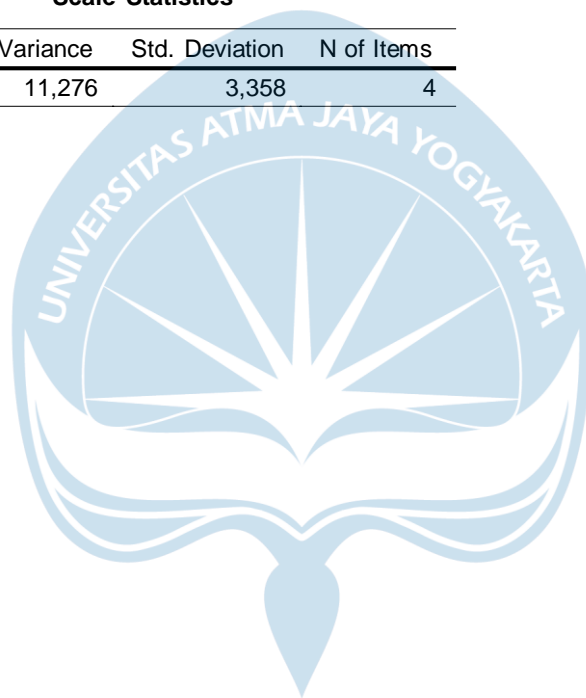


Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PRICE.1	10,75	7,269	,641	,874
PRICE.2	10,95	6,921	,742	,838
PRICE.3	10,83	5,840	,789	,818
PRICE.4	10,75	6,397	,770	,825

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
14,43	11,276	3,358	4



Validitas dan Reliabilitas: Intensi Berperilaku

		Correlations					Behavior Intention
		Bl.1	Bl.2	Bl.3	Bl.4	Bl.5	
Bl.1	Pearson Correlation	1	,616**	,392*	,488**	,629**	,745**
	Sig. (2-tailed)		,000	,012	,001	,000	,000
	N	40	40	40	40	40	40
Bl.2	Pearson Correlation	,616**	1	,488**	,429**	,625**	,759**
	Sig. (2-tailed)	,000		,001	,006	,000	,000
	N	40	40	40	40	40	40
Bl.3	Pearson Correlation	,392*	,488**	1	,644**	,677**	,833**
	Sig. (2-tailed)	,012	,001		,000	,000	,000
	N	40	40	40	40	40	40
Bl.4	Pearson Correlation	,488**	,429**	,644**	1	,551**	,794**
	Sig. (2-tailed)	,001	,006	,000		,000	,000
	N	40	40	40	40	40	40
Bl.5	Pearson Correlation	,629**	,625**	,677**	,551**	1	,870**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	40	40	40	40	40	40
Behavior Intention	Pearson Correlation	,745**	,759**	,833**	,794**	,870**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	40	40	40	40	40	40

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

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

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	40	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	40	100,0

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

Reliability Statistics

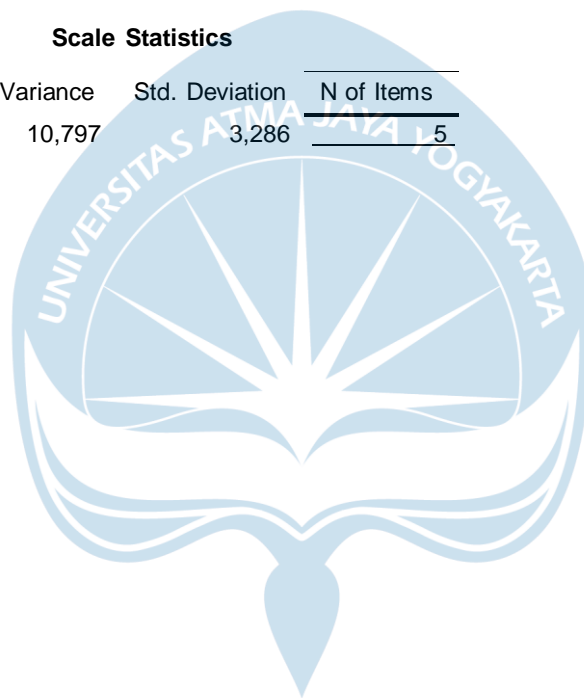
Cronbach's	
Alpha	N of Items
,855	5

Ite m-Tota I Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
BI.1	14,53	7,948	,629	,838
BI.2	14,48	7,846	,645	,834
BI.3	14,73	6,307	,690	,826
BI.4	14,75	7,013	,656	,830
BI.5	14,93	6,687	,779	,796

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
18,35	10,797	3,286	5



LAMPIRAN IV: ANALISIS PERSENTASE**Frequencies****Frequency Table**

		Jenis Kelamin			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	Laki-Laki	81	54,0	54,0	54,0
	Perempuan	69	46,0	46,0	100,0
Total		150	100,0	100,0	

		Usia			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	< 17 Tahun	14	9,3	9,3	9,3
	17-23 Tahun	65	43,3	43,3	52,7
	> 23 Tahun	71	47,3	47,3	100,0
Total		150	100,0	100,0	

Penda patan

Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
-----------	---------	---------------	-----------------------





Valid	Rp.100.000,00-Rp.500.000,00	6	4,0	4,0	4,0
	Rp.500.001,00-Rp.1.000.000,00	14	9,3	9,3	13,3
	Rp 1.000.001 - Rp 1.500.000	19	12,7	12,7	26,0
	Rp.1.500.001, 00-Rp.2.000. 000, 00	49	32,7	32,7	58,7
	> Rp.2000.000,00	62	41,3	41,3	100,0
	Total	150	100,0	100,0	





Frekuensi Kunjungan ke Neverland Coffee

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 Kali	20	13,3	13,3	13,3
	2 Kali	39	26,0	26,0	39,3
	> 2 Kali	91	60,7	60,7	100,0
	Total	150	100,0	100,0	



LAMPIRAN V: ANALISIS DESKRIPTIF**Descriptives**

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
REL.1	150	2,00	5,00	3,9133	,75027
REL.2	150	2,00	5,00	3,6333	,74561
REL.3	150	2,00	5,00	3,7200	,76078
REL.4	150	2,00	5,00	3,8400	,74257
Reliability	150	2,00	5,00	3,7767	,60835
Valid N (lis twice)	150				

Descriptives

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ASS.1	150	1,00	5,00	3,6667	,89493
ASS.2	150	2,00	5,00	3,6000	,74185
ASS.3	150	2,00	5,00	3,8867	,66086
ASS.4	150	2,00	5,00	3,7200	,68659
As surance	150	2,00	5,00	3,7183	,61258
Valid N (lis twice)	150				

Descriptives

De scriptive S tistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
TANG.1	150	2,00	5,00	3,7933	,73546
TANG.2	150	2,00	5,00	3,5000	,81718
TANG.3	150	2,00	5,00	3,6667	,70155
Tangibles	150	2,00	5,00	3,6511	,63731
Valid N (lis twice)	150				

Descriptives

De scriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
EMP.1	150	2,00	5,00	3,8533	,74534
EMP.2	150	2,00	5,00	3,5667	,70869
EMP.3	150	2,00	5,00	3,7467	,81254
Emphaty	150	2,33	5,00	3,7267	,64050
Valid N (lis twice)	150				

Descriptives

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
RES.1	150	2,00	5,00	3,7533	,80215
RES.2	150	2,00	5,00	3,7267	,69414
RES.3	150	2,00	5,00	3,7000	,76632
RES.4	150	2,00	5,00	3,6200	,77434
Responsiveness	150	2,25	5,00	3,7000	,61237
Valid N (lis twice)	150				

Descriptives

De scriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
SAT.1	150	1,00	5,00	3,9267	,72442
SAT.2	150	2,00	5,00	3,9267	,64607
SAT.3	150	2,00	5,00	3,5867	,65729
Customer Satisfaction	150	1,67	5,00	3,8133	,57083
Valid N (lis twice)	150				

Descriptives

De scriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
TRUST.1	150	2,00	5,00	3,7467	,67741
TRUST.2	150	2,00	5,00	3,6600	,80959
TRUST.3	150	2,00	5,00	3,8200	,78638
Trust	150	2,00	5,00	3,7422	,67240
Valid N (lis twice)	150				

Descriptives

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PRICE.1	150	2,00	5,00	3,7133	,67889
PRICE.2	150	2,00	5,00	3,6200	,76562
PRICE.3	150	2,00	5,00	3,7667	,95127
PRICE.4	150	2,00	5,00	3,7733	,82857
Price Acceptance	150	2,00	5,00	3,7183	,66321
Valid N (lis twice)	150				

Descriptives

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
BI.1	150	2,00	5,00	3,8667	,60940
BI.2	150	2,00	5,00	3,9200	,61872
BI.3	150	2,00	5,00	3,8933	,88345
BI.4	150	2,00	5,00	3,8333	,80616
BI.5	150	2,00	5,00	3,6067	,80182
Behavior Intention	150	2,20	5,00	3,8240	,57739
Valid N (lis twice)	150				

LAMPIRAN VI: ANALISIS REGRESI**Regression**

~~Variables Entered/Removed^a~~
Variables



Model	Variables Entered	Removed	Method
1	Price Acceptance, Reliability, Emphaty, Responsiveness, Customer Satisfaction, Tangibles, Assurance, Trust		Enter



- a. All requested variables entered.
 b. Dependent Variable: BehaviorIntention

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,78 ^a	,622	,601	,36485

- a. Predictors: (Constant), Price Acceptance, Reliability, Emphaty, Responsiveness, Customer Satisfaction, Tangibles, Assurance, Trust

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	30,904	8	3,863	29,020	,000 ^a
	Residual	18,770	141	,133		
	Total	49,674	149			

- a. Predictors: (Constant), Price Acceptance, Reliability, Emphaty, Responsiveness, Customer Satisfaction, Tangibles, Assurance, Trust

- b. Dependent Variable: Behavior Intention



CoefficientsUnstandardized
CoefficientsStandardized
Coefficients

Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-,107	,269		-,399	,691
	Reliability	,132	,056	,139	2,360	,020
	Assurance	,130	,063	,138	2,053	,042
	Tangibles	,136	,061	,151	2,243	,026
	Emphaty	,125	,060	,139	2,083	,039
	Responsiveness	,153	,058	,162	2,648	,009
	Customer Satisfaction	,131	,065	,130	2,023	,045
	Trust	,129	,062	,151	2,100	,038
	Price Acceptance	,117	,058	,134	2,019	,045

a. Dependent Variable: Behavior Intention



LAMPIRAN VII: TABEL DISTRIBUSI R 5%**TABEL
DISTRIBUSI R**

Df	5%	DF	5%	DF	5%	DF	5%
----	----	----	----	----	----	----	----



1	0,997	51	0,271	101	0,194	151	0,159
2	0,950	52	0,268	102	0,193	152	0,158
3	0,878	53	0,266	103	0,192	153	0,158
4	0,811	54	0,263	104	0,191	154	0,157
5	0,754	55	0,261	105	0,190	155	0,157
6	0,707	56	0,259	106	0,189	156	0,156
7	0,666	57	0,256	107	0,188	157	0,156
8	0,632	58	0,254	108	0,187	158	0,155
9	0,602	59	0,252	109	0,187	159	0,155
10	0,576	60	0,250	110	0,186	160	0,154
11	0,553	61	0,248	111	0,185	161	0,154
12	0,532	62	0,246	112	0,184	162	0,153
13	0,514	63	0,244	113	0,183	163	0,153
14	0,497	64	0,242	114	0,182	164	0,152
15	0,482	65	0,240	115	0,182	165	0,152
16	0,468	66	0,239	116	0,181	166	0,151
17	0,456	67	0,237	117	0,180	167	0,151
18	0,444	68	0,235	118	0,179	168	0,151
19	0,433	69	0,234	119	0,179	169	0,150
20	0,423	70	0,232	120	0,178	170	0,150
21	0,413	71	0,230	121	0,177	171	0,149
22	0,404	72	0,229	122	0,176	172	0,149
23	0,396	73	0,227	123	0,176	173	0,148
24	0,388	74	0,226	124	0,175	174	0,148
25	0,381	75	0,224	125	0,174	175	0,148
26	0,374	76	0,223	126	0,174	176	0,147
27	0,367	77	0,221	127	0,173	177	0,147
28	0,361	78	0,220	128	0,172	178	0,146
29	0,355	79	0,219	129	0,172	179	0,146
30	0,349	80	0,217	130	0,171	180	0,146
31	0,344	81	0,216	131	0,170	181	0,145
32	0,339	82	0,215	132	0,170	182	0,145
33	0,334	83	0,213	133	0,169	183	0,144
34	0,329	84	0,212	134	0,168	184	0,144
35	0,325	85	0,211	135	0,168	185	0,144
36	0,320	86	0,210	136	0,167	186	0,143
37	0,316	87	0,208	137	0,167	187	0,143
38	0,312	88	0,207	138	0,166	188	0,142
39	0,308	89	0,206	139	0,165	189	0,142
40	0,304	90	0,205	140	0,165	190	0,142
41	0,301	91	0,204	141	0,164	191	0,141
42	0,297	92	0,203	142	0,164	192	0,141
43	0,294	93	0,202	143	0,163	193	0,141
44	0,291	94	0,201	144	0,163	194	0,140
45	0,288	95	0,200	145	0,162	195	0,140
46	0,285	96	0,199	146	0,161	196	0,139
47	0,282	97	0,198	147	0,161	197	0,139
48	0,279	98	0,197	148	0,160	198	0,139
49	0,276	99	0,196	149	0,160	199	0,138
50	0,273	100	0,195	150	0,159	200	0,138