

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Apriyani, D. A. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Konsumen The Little A Coffee Shop Sidoarjo). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 51(2), 1-7.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, S. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Avianty, V. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Cafe Stove Syndicate Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(2), 67-72.
- Cahyani, F. G. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(3).
- Daryanto, & setyobudi, i. (2014). *Konsumen dan pelayanan prima*. Yogyakarta: Gava Media.
- Fawzi, R. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Kopi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Pelanggan Otentik Kopi Jogja),. *Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Febriana, E. K. (2017). Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Produk Dan Lokasi Penjualan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Warung Makan Bu Sur). *Journal of Management*, 3(3), 1-7.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gulla, R., Oroh, S. G., & Roring, F. (2015). Analisis Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Manado Grace Inn. *Jurnal Emba : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(1), 1313-1322.

- Heryati, E. (2015). Kualitas Pelayanan, Store Atmosphere, Private Brand Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Hypermart Puri Jakarta. *Komunikologi : Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 12(1), 16-28.
- Iswantami, M. P. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Variasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Muslim Pada Food & Beverage Di I-Club Madiun. *Mr Perpustakaan IAIN Ponorogo*.
- Karla, E. (2015). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Matahari Department Store Kramat Jati. *UG Journal*, 9, 1-3.
- Kasmir. (2017). *Customer Service Excellent: Teori dan Praktik*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (13 ed., Vol. 1). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2013). *Manajemen Pemasaran* (Vol. 2). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2015). *Manajemen pemasaran* (15 ed., Vol. 1). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen pemasaran* (15 ed., Vol. 1). Jakarta: Erlangga.
- Krisdianti, D. L. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Pizza Hut Malang Town Square. *Jurnal Administrasi Bisnis*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 70(1), 36-44.
- Kristanto, J. O. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Cafe One Eighteenth Coffee. *Program Manajemen Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Kristen Petra*, 6(1).
- Lestari, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Manarul Qurn Biro Perjalanan Umroh. *Muhasabatuna: Jurnal Akuntansi Syariah*, 1(2), 63-79.
- Liwe, F. (2015). *Perilaku Konsumen* (15 ed.). Jakarta: Binarupa Aksara.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa (Praktik dan Teori)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Manap, A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran* (1 ed.). Jakarta: Mitra Wacana Media.

- Mowen, J., & Minor, M. (2012). *Perilaku Konsumen dialih bahasakan oleh Dwi Kartika Yahya*. Jakarta: Erlangga.
- Nainggolan, L. P. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan Stove Syndicate Cafe di Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(4), 531-541.
- Onasie, N. P. (2015). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel Bintang Lima Pekanbaru. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ekonomi*, 2(1), 1-15.
- Poluan, J. E. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Golden Supermarket Manado. *JURNAL ADMINISTRASI BISNIS*, 5(2), 1-8.
- Priansa. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Pesaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Priyatno, D. (2011). *Belajar Cepat Olah Data Statistik dengan SPSS*. Yogyakarta: ANDI.
- Purnamasari. (2015). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Produk M2 Fashion Online di Singaraja Tahun 2015. *Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi (JJP)*, 5(1), 1-12.
- Rahmawati, K. N. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Kedai Bangsawan Klaten. *Lumvung Pustaka Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Rendy, D. (2013). Analisa Pengaruh Activity Based Costing Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Organisasi. *Business Accounting Review*, 1(2), 61-71.
- Rohman, A. K. (2020). Pengaruh Keragaman Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Baskin Robbins Tp3 Tunjungan Plaza Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 9(2), 1251-1257.
- Setyaningrum, A. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.
- Simamora, H. (2013). *Paduan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia.
- Sinambela, L. P. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2014). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Suparyanto, & Rosad. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: In Media.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian)*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, F. (2016). *Service Quality and Customer Satisfaction*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2016). *Pemasaran Esensi & Aplikasi* (1 ed.). Yogyakarta: ANDI.
- Utami, C. W. (2017). *Manajemen Ritel*. Jakarta: Salemba Empat.
- Widarjono, A. (2015). *Statistika Terapan* (1 ed.). Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Wilujeng, S. (2015). Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Modern Indomaret Kecamatan Sukun Kota Malang. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 11(2), 93-107.
- Windarti, T. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Donat Madu (Studi Pada Konsumen Cv. Donat Madu Cihanjuang–Pekanbaru). *Jom FISIP*, 4(2), 1-10.

# **LAMPIRAN**

## Lampiran 1 Surat Izin Penelitian



### UNIVERSITAS DJUANDA FAKULTAS EKONOMI

Status Terakreditasi BAN PT Program Studi MANAJEMEN & AKUNTANSI  
JL. TOL CIAWI 1, KOTAK POS 35 CIAWI BOGOR 16720, Telp (0251) 8245155  
web : [unida.ac.id/fe](http://unida.ac.id/fe), email : [fakultas.ekonomi@unida.ac.id](mailto:fakultas.ekonomi@unida.ac.id)

Nomor : 230/01/A-X/II/2021  
Lampiran : -  
Perihal : **Permohonan Izin Penelitian**

Bogor, 17 Februari 2021

Kepada Yth.  
**Pemilik**  
**Kedai Jong Koffie**  
di  
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Teriring salam dan do'a semoga Bapak/ Ibu dalam menjalankan tugas senantiasa mendapat limpah rahmat dan karunia Allah SWT. Amin

Bersama ini kami perkenalkan dengan hormat Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Djuanda :

**Nama** : Restu Saputera  
**N I M** : C.1710130  
**Program Studi** : Manajemen

yang akan mengadakan penelitian untuk mengumpulkan data atau informasi di wilayah :

**Kedai Jong Koffie**

dalam rangka penyusunan Skripsi yang bersangkutan dengan judul :

#### **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KERAGAMAN PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN**

Sehubungan dengan hal tersebut, kami mohon bantuannya untuk dapat memberikan izin penelitian bagi mahasiswa yang bersangkutan. Kami informasikan bahwa semua data yang diperoleh akan dijaga kerahasiaannya dan hanya akan digunakan dalam kaitannya dengan pendidikan, khususnya di Fakultas Ekonomi Universitas Djuanda.

Atas perhatian dan kerjasamanya, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.



**Dr. Lucky Hikmat Maulana, SE., M.Si**  
**NPP. 213870010**

Tembusan :

1. Ketua Prodi Manajemen
2. Peringgal

fe/mm/2020

## **Lampiran 2 Kuesioner Penelitian**

### **KUESIONER PENELITIAN**

Kepada

Yth. Bpk./ Ibu / Saudara/ I Konsumen Kedai Jong Koffie

Dengan hormat,

Saya Restu Saputera, mahasiswa dari Universitas Djuanda Bogor Program Studi Manajemen, dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi, saya ingin meminta bantuan dari bapak/ ibu untuk membantu saya dalam mengisi kuesioner ini, agar saya dapat menyelesaikan penelitian saya yang meneliti “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KERAGAMAN PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA KEDAI JONG KOFFIE CIGOMBONG BOGOR”. Atas ketersediaan dan waktunya saya mengucapkan terima kasih.

Bogor, 24 Maret 2021

Hormat Saya

Restu Saputera

## A. IDENTITAS DIRI RESPONDEN

Sebelum Bapak/Ibu mengisi kuesioner, dimohon untuk mengisi data di bawah ini:

- i. Nama : .....(Boleh tidak diisi)
- ii. Jenis Kelamin  
 Pria  Wanita
- iii. Status Pernikahan  
 Belum Menikah  Menikah
- iv. Usia  
 17-25  26-35  36-45  > 45
- v. Pendidikan terakhir  
 SD  SMP  SMA  
 Diploma  S1/S2/S3
- vi. Pekerjaan  
 Pelajar/Mahasiswa  PNS  Wirausaha  
 Pegawai Swasta  Ibu Rumah Tangga  Lainnya
- vii. Penghasilan Per bulan  
 < Rp.1 Jt  Rp.1,1-Rp.2,5 Jt  Rp.2,6-Rp.3 Jt  
 Rp.3,1-Rp.5 Jt  > Rp.5 Jt

## B. PETUNJUK PENGISIAN

Pertanyaan-pertanyaan berikut ini Saudara/I dipersilahkan untuk memberikan jawaban dengan mengisi tanda centang (  $\checkmark$  ) pada skala 1-5 dalam kolom jawaban yang sudah tersedia dengan pilihan jawaban sebagai berikut :

- Sangat Tidak Setuju (STS) : 1  
Tidak Setuju (TS) : 2  
Cukup Setuju (CS) : 3  
Setuju (S) : 4  
Sangat Setuju (SS) : 5



<b>Kualitas Pelayanan (X1)</b>						
<b>Tangible (Tampilan fisik)</b>						
No.	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
1	Karyawan kedai Jong Koffie berpenampilan rapi.					
2	Fasilitas yang ada di kedai Jong Koffie sudah lengkap.					
<b>Reliability (Kehandalan)</b>						
No.	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
3	Karyawan memberikan ucapan salam sebelum melayani konsumen.					
4	Karyawan kedai Jong Koffie memberikan pelayanan tepat waktu kepada konsumen.					
<b>Responsiveness (Daya Tanggap)</b>						
No.	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
5	Karyawan kedai Jong Koffie tanggap dalam menanggapi keluhan konsumen.					
6	Karyawan Kedai Jong Koffie bersedia membantu kesulitan pelanggan dalam memilih menu.					
<b>Assurance (Jaminan)</b>						
No.	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
7	Karyawan memiliki pengetahuan tentang menu yang ada di kedai Jong Koffie.					
8	Karyawan sangat memahami apa saja kebutuhan yang di inginkan konsumen.					
<b>Emphaty (Empati)</b>						
No.	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
9	Karyawan kedai Jong Koffie memberikan perhatian terhadap konsumen.					
10	Karyawan kedai Jong Koffie memberikan pelayanan yang sama tanpa memandang status sosial.					

<b>Keragaman Produk (X2)</b>						
<b>Kelengkapan produk</b>						
No.	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
11	Produk minuman yang disediakan kedai Jong Koffie cukup lengkap.					
12	Kedai Jong Koffie menyediakan produk dengan jenis kopi beragam.					
<b>Merek produk</b>						
No.	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
13	Setiap merek kopi menawarkan sensasi rasa yang berbeda.					

14	Menu kopi yang disediakan di kedai Jong Koffie berasal dari merek Koffie yang berkualitas.					
<b>Variasi ukuran produk</b>						
No.	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
15	Kedai Jong Koffie memiliki variasi kemasan produk yang beragam ukurannya.					
16	Pilihan ukuran produk minuman yang disediakan kedai Jong Koffie lengkap.					
<b>Variasi kualitas produk</b>						
No.	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
17	Produk yang ditawarkan kedai Jong Koffie memiliki beragam daya tarik.					
18	Kualitas produk yang disediakan kedai Jong Koffie bervariasi sesuai keinginan konsumen.					

<b>Harga (X3)</b>						
<b>Keterjangkaun harga</b>						
No.	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
19	Harga produk yang ditentukan kedai Jong Koffie sesuai dengan keuangan saya.					
20	Harga produk yang ditentukan kedai Jong Koffie sudah sesuai dengan daya beli konsumen.					
21	Harga produk yang kedai Jong Koffie ditawarkan relatif murah.					
<b>Kesesuaian harga dengan kualitas produk</b>						
No.	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
22	Harga yang ditentukan kedai Jong Koffie bervariasi sesuai dengan kualitas produk.					
23	Harga yang ditentukan kedai Jong Koffie sudah sesuai dengan kualitas produk yang didapatkan.					
24	Harga minuman di kedai Jong Koffie sesuai dengan rasa minuman.					
<b>Kesesuaian harga dengan manfaat</b>						
No.	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
25	Dengan harga yang saya bayarkan, saya memperoleh kenyamanan saat berkunjung ke Kedai Jong Koffie.					
26	Dengan harga yang saya bayarkan, saya mendapatkan pelayanan yang memuaskan.					
<b>Harga sesuai kemampuan atau daya saing</b>						
No.	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
27	Harga produk yang ditentukan kedai Jong					

	Koffie lebih murah dibandingkan kedai lain.					
28	Harga produk ditentukan kedai Jong Koffie dapat bersaing dengan kedai lain.					
29	Sebelum datang ke kedai Jong Koffie, saya membandingkan harga produk dengan kedai lain.					

<b>Kepuasan Konsumen (Y)</b>						
<b>Kesesuaian harapan</b>						
No.	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
30	Produk yang ditawarkan kedai Jong Koffie sesuai dengan harapan saya.					
31	Pelayanan yang diberikan kedai Jong Koffie telah memenuhi harapan saya.					
<b>Minat berkunjung kembali</b>						
No.	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
32	Saya akan datang kembali untuk membeli minuman di kedai Jong Koffie.					
33	Saya akan menjadikan kedai Jong Koffie sebagai pilihan utama.					
34	Saya akan menjadikan kedai Jong Koffie sebagai tempat favorit.					
<b>Kesediaan merekomendasikan</b>						
No.	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
35	Saya akan merekomendasikan kedai Jong Koffie kepada teman-teman saya.					
36	Saya akan menyatakan hal positif tentang kedai Jong Koffie kepada orang lain.					



X1.6	Pearson Correlation	.120	.192	.329	.578**	.532**	1	.376*	.218	.465**	.141	.661**
	Sig. (2-tailed)	.529	.309	.075	.001	.002		.041	.247	.010	.459	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.7	Pearson Correlation	.283	.100	-.031	.620**	.355	.376*	1	-.080	.293	.222	.495**
	Sig. (2-tailed)	.130	.598	.873	.000	.054	.041		.676	.116	.238	.005
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.8	Pearson Correlation	.096	.471**	.264	.150	.227	.218	-.080	1	.480**	.055	.492**
	Sig. (2-tailed)	.614	.009	.159	.428	.228	.247	.676		.007	.774	.006
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.9	Pearson Correlation	.216	.284	.162	.432*	.427*	.465**	.293	.480**	1	.129	.633**
	Sig. (2-tailed)	.252	.128	.391	.017	.019	.010	.116	.007		.496	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.10	Pearson Correlation	.379*	.072	-.071	.323	.248	.141	.222	.055	.129	1	.388*
	Sig. (2-tailed)	.039	.705	.708	.082	.187	.459	.238	.774	.496		.034
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL.X1	Pearson Correlation	.601**	.641**	.509**	.732**	.710**	.661**	.495**	.492**	.633**	.388*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.004	.000	.000	.000	.005	.006	.000	.034	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

- Variabel Keragaman Produk

**Correlations**

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	TOTAL.X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.644**	.340	.512**	.540**	.634**	.232	.524**	.749**
	Sig. (2-tailed)		.000	.066	.004	.002	.000	.217	.003	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	.644**	1	.538**	.462*	.548**	.504**	.348	.448*	.752**
	Sig. (2-tailed)	.000		.002	.010	.002	.005	.059	.013	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	.340	.538**	1	.547**	.584**	.433*	.480**	.299	.693**
	Sig. (2-tailed)	.066	.002		.002	.001	.017	.007	.109	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.4	Pearson Correlation	.512**	.462*	.547**	1	.505**	.535**	.549**	.610**	.782**
	Sig. (2-tailed)	.004	.010	.002		.004	.002	.002	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.5	Pearson Correlation	.540**	.548**	.584**	.505**	1	.754**	.443*	.484**	.816**
	Sig. (2-tailed)	.002	.002	.001	.004		.000	.014	.007	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.6	Pearson Correlation	.634**	.504**	.433*	.535**	.754**	1	.365*	.396*	.779**
	Sig. (2-tailed)	.000	.005	.017	.002	.000		.047	.030	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.7	Pearson Correlation	.232	.348	.480**	.549**	.443*	.365*	1	.535**	.658**
	Sig. (2-tailed)	.217	.059	.007	.002	.014	.047		.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.8	Pearson Correlation	.524**	.448*	.299	.610**	.484**	.396*	.535**	1	.733**
	Sig. (2-tailed)	.003	.013	.109	.000	.007	.030	.002		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL.X2	Pearson Correlation	.749**	.752**	.693**	.782**	.816**	.779**	.658**	.733**	1







TOTAL. X3	Pearson Correlation	.830**	.912**	.810**	.891**	.846**	.731**	.763**	.637**	.836**	.689**	.378*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.039	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

- **Variabel Kepuasan Konsumen**

		<b>Correlations</b>							
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	TOTAL.Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.828**	.484**	.557**	.557**	.532**	.352	.764**
	Sig. (2-tailed)		.000	.007	.001	.001	.002	.056	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.2	Pearson Correlation	.828**	1	.744**	.648**	.651**	.566**	.391*	.866**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.001	.033	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.3	Pearson Correlation	.484**	.744**	1	.551**	.618**	.571**	.320	.781**
	Sig. (2-tailed)	.007	.000		.002	.000	.001	.085	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.4	Pearson Correlation	.557**	.648**	.551**	1	.895**	.736**	.148	.856**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.002		.000	.000	.436	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.5	Pearson Correlation	.557**	.651**	.618**	.895**	1	.622**	.309	.876**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000		.000	.097	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.6	Pearson Correlation	.532**	.566**	.571**	.736**	.622**	1	.277	.797**
	Sig. (2-tailed)	.002	.001	.001	.000	.000		.138	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.7	Pearson Correlation	.352	.391*	.320	.148	.309	.277	1	.501**
	Sig. (2-tailed)	.056	.033	.085	.436	.097	.138		.005
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL.Y	Pearson Correlation	.764**	.866**	.781**	.856**	.876**	.797**	.501**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.005	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

#### Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.782	10

Kualitas Pelayanan

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.884	8

Keragaman Produk

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.911	11

Harga

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.887	7

Kepuasan Konsumen

**Lampiran 5 F Tabel**

Distribution Tabel Nilai  $F_{0,05}$

Degrees Of Freedom For Nominator

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	12	15	20	24	30	40	60	120	$\infty$
1	161	200	216	225	230	234	237	239	241	242	244	246	248	249	250	251	252	253	254
2	18,5	19,0	19,2	19,2	19,3	19,3	19,4	19,4	19,4	19,4	19,4	19,4	19,4	19,5	19,5	19,5	19,5	19,5	19,5
3	10,1	9,55	9,28	9,12	9,01	8,94	8,89	8,85	8,81	8,79	8,74	8,70	8,66	8,64	8,62	8,59	8,57	8,55	8,53
4	7,71	6,94	6,59	6,39	6,26	6,16	6,09	6,04	6,00	5,96	5,91	5,86	5,80	5,77	5,75	5,72	5,69	5,66	5,63
5	6,61	5,79	5,41	5,19	5,05	4,95	4,88	4,82	4,77	4,74	4,68	4,62	4,56	4,53	4,50	4,46	4,43	4,40	4,37
6	5,99	5,14	4,76	4,53	4,39	4,28	4,21	4,15	4,10	4,06	4,00	3,94	3,87	3,84	3,81	3,77	3,74	3,70	3,67
7	5,59	4,74	4,35	4,12	3,97	3,87	3,79	3,73	3,68	3,64	3,57	3,51	3,44	3,41	3,38	3,34	3,30	3,27	3,23
8	5,32	4,46	4,07	3,84	4,69	3,58	3,50	3,44	3,39	3,35	3,28	3,22	3,15	3,12	3,08	3,04	3,01	2,97	2,93
9	5,12	4,26	3,86	3,63	3,48	3,37	3,29	3,23	3,18	3,14	3,07	3,01	2,94	2,90	2,86	2,83	2,79	2,75	2,71
10	4,96	4,10	3,71	3,48	3,33	3,22	3,14	3,07	3,02	2,98	2,91	2,85	2,77	2,74	2,70	2,66	2,62	2,58	2,54
11	4,84	3,98	3,59	3,36	3,20	3,09	3,01	2,95	2,90	2,85	2,79	2,72	2,65	2,61	2,57	2,53	2,49	2,45	2,40
12	4,75	3,89	3,49	3,26	3,11	3,00	2,91	2,85	2,80	2,75	2,69	2,62	2,54	2,51	2,47	2,43	2,38	2,34	2,30
13	4,67	3,81	3,41	3,13	3,03	2,92	2,83	2,77	2,71	2,67	2,60	2,53	2,46	2,42	2,38	2,34	2,30	2,25	2,21
14	4,60	3,74	3,34	3,11	2,96	2,85	2,76	2,70	2,65	2,60	2,53	2,46	2,39	2,35	2,31	2,27	2,22	2,18	2,13
15	4,54	3,68	3,29	3,06	2,90	2,79	2,71	2,64	2,59	2,54	2,48	2,40	2,33	2,29	2,25	2,20	2,16	2,11	2,07
16	4,49	3,63	3,24	3,01	2,85	2,74	2,66	2,59	2,54	2,49	2,42	2,35	2,28	2,24	2,19	2,15	2,11	2,06	2,01
17	4,45	3,59	3,20	2,96	2,81	2,70	2,61	2,55	2,49	2,45	2,38	2,31	2,23	2,19	2,15	2,10	2,06	2,01	1,96
18	4,41	3,55	3,16	2,93	2,77	2,66	2,58	2,51	2,46	2,41	2,34	2,27	2,19	2,15	2,11	2,06	2,02	1,97	1,92
19	4,38	3,52	3,13	2,90	2,74	2,63	2,54	2,48	2,42	2,38	2,31	2,23	2,16	2,11	2,07	2,03	1,98	1,93	1,88
20	4,35	3,49	3,10	2,87	2,71	2,60	2,51	2,45	2,39	2,35	2,28	2,20	2,12	2,08	2,04	1,99	1,95	1,90	1,84
21	4,32	3,47	3,07	2,84	2,68	2,57	2,49	2,42	2,37	2,32	2,25	2,18	2,10	2,05	2,01	1,96	1,92	1,87	1,81
22	4,30	3,44	3,05	2,82	2,66	2,55	2,46	2,40	2,34	2,30	2,23	2,15	2,07	2,03	1,98	1,94	1,89	1,84	1,78
23	4,28	3,42	3,03	2,80	2,64	2,53	2,44	2,37	2,32	2,27	2,20	2,13	2,05	2,01	1,96	1,91	1,86	1,81	1,76
24	4,26	3,40	3,01	2,78	2,62	2,51	2,42	2,36	2,30	2,25	2,18	2,11	2,03	1,98	1,94	1,89	1,84	1,79	1,73
25	4,24	3,39	2,99	2,76	2,60	2,49	2,40	2,34	2,28	2,24	2,16	2,09	2,01	1,96	1,92	1,87	1,82	1,77	1,71
30	4,17	3,32	2,92	2,69	2,53	2,42	2,33	2,27	2,21	2,16	2,09	2,01	1,93	1,89	1,84	1,79	1,74	1,68	1,62
40	4,08	3,23	2,84	2,61	2,45	2,34	2,25	2,18	2,12	2,08	2,00	1,92	1,84	1,79	1,74	1,69	1,64	1,58	1,51
50	4,08	3,18	2,79	2,56	2,40	2,29	2,20	2,13	2,07	2,02	1,95	1,87	1,78	1,74	1,69	1,63	1,56	1,50	1,41
60	4,00	3,15	2,76	2,53	2,37	2,25	2,17	2,10	2,04	1,99	1,92	1,84	1,75	1,70	1,65	1,59	1,53	1,47	1,39
100	3,94	3,09	2,70	2,46	2,30	2,19	2,10	2,03	1,97	1,92	1,85	1,80	1,68	1,63	1,57	1,51	1,46	1,40	1,28
120	3,92	3,07	2,68	2,45	2,29	2,18	2,09	2,02	1,96	1,91	1,83	1,75	1,66	1,61	1,55	1,50	1,43	1,35	1,22
$\infty$	3,84	3,00	2,60	2,37	2,21	2,10	2,01	1,94	1,88	1,83	1,75	1,67	1,57	1,52	1,46	1,39	1,32	1,22	1,00

Degrees Of Freedom For Denominator

## Lampiran 6 t Tabel

### Distribusi Nilai t<sub>tabel</sub>

d.f	t <sub>0.10</sub>	t <sub>0.05</sub>	t <sub>0.025</sub>	t <sub>0.01</sub>	t <sub>0.005</sub>
1	3.078	6.314	12.71	31.82	63.66
2	1.886	2.920	4.303	6.965	9.925
3	1.638	2.353	3.182	4.541	5.841
4	1.533	2.132	2.776	3.747	4.604
5	1.476	2.015	2.571	3.365	4.032
6	1.440	1.943	2.447	3.143	3.707
7	1.415	1.895	2.365	2.998	3.499
8	1.397	1.860	2.306	2.896	3.355
9	1.383	1.833	2.262	2.821	3.250
10	1.372	1.812	2.228	2.764	3.169
11	1.363	1.796	2.201	2.718	3.106
12	1.356	1.782	2.179	2.681	3.055
13	1.350	1.771	2.160	2.650	3.012
14	1.345	1.761	2.145	2.624	2.977
15	1.341	1.753	2.131	2.602	2.947
16	1.337	1.746	2.120	2.583	2.921
17	1.333	1.740	2.110	2.567	2.898
18	1.330	1.734	2.101	2.552	2.878
19	1.328	1.729	2.093	2.539	2.861
20	1.325	1.725	2.086	2.528	2.845
21	1.323	1.721	2.080	2.518	2.831
22	1.321	1.717	2.074	2.508	2.819
23	1.319	1.714	2.069	2.500	2.807
24	1.318	1.711	2.064	2.492	2.797
25	1.316	1.708	2.060	2.485	2.787
26	1.315	1.706	2.056	2.479	2.779
27	1.314	1.703	2.052	2.473	2.771
28	1.313	1.701	2.048	2.467	2.763
29	1.311	1.699	2.045	2.462	2.756
30	1.310	1.697	2.042	2.457	2.750
31	1.309	1.696	2.040	2.453	2.744
32	1.309	1.694	2.037	2.449	2.738
33	1.308	1.692	2.035	2.445	2.733
34	1.307	1.691	2.032	2.441	2.728
35	1.306	1.690	2.030	2.438	2.724
36	1.306	1.688	2.028	2.434	2.719
37	1.305	1.687	2.026	2.431	2.715
38	1.304	1.686	2.024	2.429	2.712
39	1.304	1.685	2.023	2.426	2.708
40	1.303	1.684	2.021	2.423	2.704
41	1.303	1.683	2.020	2.421	2.701
42	1.302	1.682	2.018	2.418	2.698
43	1.302	1.681	2.017	2.416	2.695
44	1.301	1.680	2.015	2.414	2.692
45	1.301	1.679	2.014	2.412	2.690
46	1.300	1.679	2.013	2.410	2.687
47	1.300	1.678	2.012	2.408	2.685
48	1.299	1.677	2.011	2.407	2.682
49	1.299	1.677	2.010	2.405	2.680
50	1.299	1.676	2.009	2.403	2.678
51	1.298	1.675	2.008	2.402	2.676
52	1.298	1.675	2.007	2.400	2.674
53	1.298	1.674	2.006	2.399	2.672
54	1.297	1.674	2.005	2.397	2.670
55	1.297	1.673	2.004	2.396	2.668
56	1.297	1.673	2.003	2.395	2.667
57	1.297	1.672	2.002	2.394	2.665
58	1.296	1.672	2.002	2.392	2.663
59	1.296	1.671	2.001	2.391	2.662
60	1.296	1.671	2.000	2.390	2.660

d.f	t <sub>0.10</sub>	t <sub>0.05</sub>	t <sub>0.025</sub>	t <sub>0.01</sub>	t <sub>0.005</sub>
61	1.296	1.671	2.000	2.390	2.659
62	1.296	1.671	1.999	2.389	2.659
63	1.296	1.670	1.999	2.389	2.658
64	1.296	1.670	1.999	2.388	2.657
65	1.296	1.670	1.998	2.388	2.657
66	1.295	1.670	1.998	2.387	2.656
67	1.295	1.670	1.998	2.387	2.655
68	1.295	1.670	1.997	2.386	2.655
69	1.295	1.669	1.997	2.386	2.654
70	1.295	1.669	1.997	2.385	2.653
71	1.295	1.669	1.996	2.385	2.653
72	1.295	1.669	1.996	2.384	2.652
73	1.295	1.669	1.996	2.384	2.651
74	1.295	1.668	1.995	2.383	2.651
75	1.295	1.668	1.995	2.383	2.650
76	1.294	1.668	1.995	2.382	2.649
77	1.294	1.668	1.994	2.382	2.649
78	1.294	1.668	1.994	2.381	2.648
79	1.294	1.668	1.994	2.381	2.647
80	1.294	1.667	1.993	2.380	2.647
81	1.294	1.667	1.993	2.380	2.646
82	1.294	1.667	1.993	2.379	2.645
83	1.294	1.667	1.992	2.379	2.645
84	1.294	1.667	1.992	2.378	2.644
85	1.294	1.666	1.992	2.378	2.643
86	1.293	1.666	1.991	2.377	2.643
87	1.293	1.666	1.991	2.377	2.642
88	1.293	1.666	1.991	2.376	2.641
89	1.293	1.666	1.990	2.376	2.641
90	1.293	1.666	1.990	2.375	2.640
91	1.293	1.665	1.990	2.374	2.639
92	1.293	1.665	1.989	2.374	2.639
93	1.293	1.665	1.989	2.373	2.638
94	1.293	1.665	1.989	2.373	2.637
95	1.293	1.665	1.988	2.372	2.637
96	1.292	1.664	1.988	2.372	2.636
97	1.292	1.664	1.988	2.371	2.635
98	1.292	1.664	1.987	2.371	2.635
99	1.292	1.664	1.987	2.370	2.634
100	1.292	1.664	1.987	2.370	2.633
101	1.292	1.663	1.986	2.369	2.633
102	1.292	1.663	1.986	2.369	2.632
103	1.292	1.663	1.986	2.368	2.631
104	1.292	1.663	1.985	2.368	2.631
105	1.292	1.663	1.985	2.367	2.630
106	1.291	1.663	1.985	2.367	2.629
107	1.291	1.662	1.984	2.366	2.629
108	1.291	1.662	1.984	2.366	2.628
109	1.291	1.662	1.984	2.365	2.627
110	1.291	1.662	1.983	2.365	2.627
111	1.291	1.662	1.983	2.364	2.626
112	1.291	1.661	1.983	2.364	2.625
113	1.291	1.661	1.982	2.363	2.625
114	1.291	1.661	1.982	2.363	2.624
115	1.291	1.661	1.982	2.362	2.623
116	1.290	1.661	1.981	2.362	2.623
117	1.290	1.661	1.981	2.361	2.622
118	1.290	1.660	1.981	2.361	2.621
119	1.290	1.660	1.980	2.360	2.621
120	1.290	1.660	1.980	2.360	2.620

## Lampiran 7 Output SPSS Uji Asumsi Klasik

### Uji Normalitas

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.57370403
Most Extreme Differences	Absolute	.064
	Positive	.059
	Negative	-.064
Test Statistic		.064
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

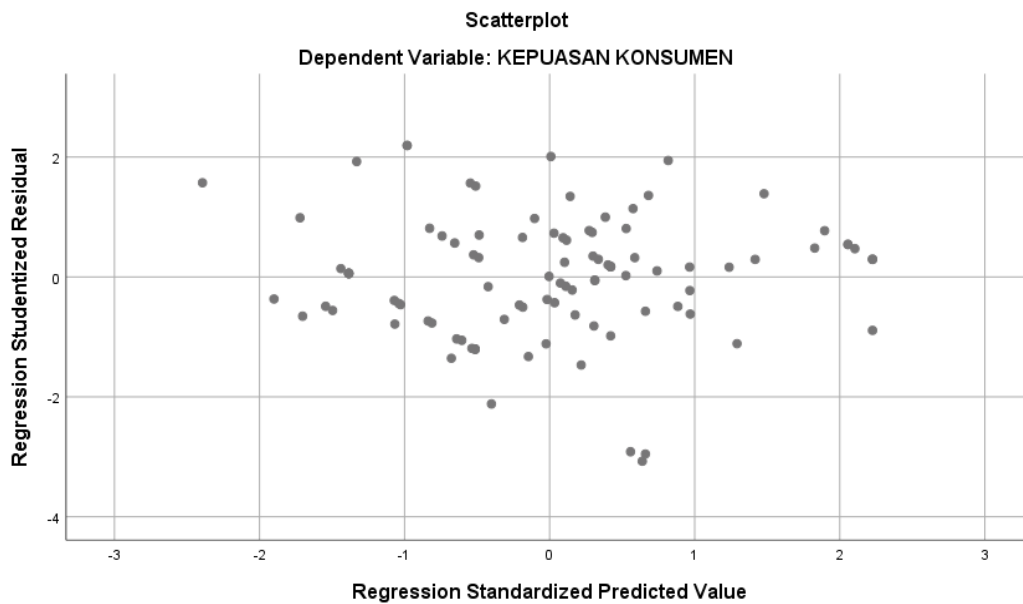
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

#### Uji Heterokedasitas



## Uji Multikolinieritas

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.736	1.966		.375	.709		
	KUALITAS PELAYANAN	.203	.068	.242	2.996	.003	.517	1.933
	KERAGAMAN PRODUK	.151	.067	.177	2.241	.027	.544	1.838
	HARGA	.315	.048	.519	6.603	.000	.548	1.824

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

**Lampiran 8 Output SPSS Regresi Linier Berganda**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	.736	1.966		.375	.709
KUALITAS PELAYANAN	.203	.068	.242	2.996	.003
KERAGAMAN PRODUK	.151	.067	.177	2.241	.027
HARGA	.315	.048	.519	6.603	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

**Lampiran 9 Output SPSS Korelasi Berganda**

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.822 <sup>a</sup>	.676	.665	2.614

a. Predictors: (Constant), HARGA, KERAGAMAN PRODUK, KUALITAS PELAYANAN