

DAFTAR PUSTAKA

- Alma. (2016). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 130.
- 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.
- 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.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya : Unitomo Press.

- Irwana, A. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Universitas Muhammadiyah Makasar*, 50-62.
- 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. (2017). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (13 ed., Vol. 1). Jakarta: Erlangga.
- (2017). *Manajemen pemasaran* (15 ed., Vol. 1). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2017). *Manajemen Pemasaran* (Vol. 2). Jakarta: Erlangga.
- Krisdayanto. (2018). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen. *Journal Of Management*, 4.
- 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. (2015). Kesadaran Merk, Keragaman Produk dan Kualitas Produk Pengaruhnya Terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen. *Jurnal EMBA*, 209.
- Lupiyoadi, R. (2018). *Manajemen Pemasaran Jasa (Praktik dan Teori)*. Jakarta: Salemba Empat.

- Manap. (2016). Manajemen Pemasaran dan Jasa. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 79.
- Mowen, J., & Minor, M. (2012). *Perilaku Konsumen dialih bahasakan oleh Dwi Kartika Yahya*. Jakarta: Erlangga.
- Mursid, M. (2017). *Manajemen Pemasaran* . Jakarta: Bumi Aksara.
- 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.
- Pranitasari, & Sidqi. (2021). Analisis Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 38.
- Priansa. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Pesaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Priyatno, D. (2017). *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.

- Sari , N., & Setiyowati, S. (2017). Pengaruh Keragaman produk dan Kualitas. *Jurnal Manajemen Magister Vol 03. No. 02, Juli*, 67-68.
- Setyaningrum, A. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.
- Setyobudi. (2016). *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media.
- Silaningsih , E. (2021). Peningkatan Kualitas Konsumen Melalui Pelayanan. *Jurnal Visionida Volume 7*, 43-53.
- Simamora, H. (2016). *Paduan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia.
- Sinambela, L. P. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sugiyono. (2017). *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. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 1.
- Tjiptono, F. (2016). *Service Quality and Customer Satisfaction*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, F. (2016). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian)*. Yogyakarta: ANDI.
- Utami, C. W. (2017). *Manajemen Ritel*. Jakarta: Salemba Empat.
- Widarjono. (2015). *Statistika Terapan* . Yogyakarta: UPP STIM YKPN .
- Wijaya , V. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Cakrawala Ilmiah* , 1-6.
- Wijayanti. (2017). *Strategi Pemasaran dan Perilaku Pelanggan* . Bandung: Alfabeta.

- 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, email : fakultas.ekonomi@unida.ac.id

Nomor : 219/01/I-X/V/2023 Bogor, 23 Mei 2023
Lampiran : -
Perihal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth.
Kepala HRD
Kedai Kombi Cigombong Bogor
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 : Dicky Chandra Wiانا
N I M : C.1810771
Program Studi : Manajemen

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

Kedai Kombi Cigombong Bogor

dalam rangka penyusunan Skripsi yang bersangkutan dengan judul :

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KERAGAMAN PRODUK DAN HARGA TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN KEDAI KOMBI CIGOMBONG BOGOR**

Schubungan dengan hal tersebut, kami mohon bantuaannya 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. Sri Harini, Dra., M.Si
NIP. 196507231990032001

Tembusan :

1. Ketua Prodi Manajemen
2. Peringgal

Lampiran 2 Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Kepada

Yth. Bpk./ Ibu / Saudara/ I Konsumen Kedai Kombi

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 KOMBI”**. Atas ketersediaan dan waktunya saya mengucapkan terima kasih.

Bogor, 16 Januari 2023

Hormat Saya

Dicky Chandra Wiana

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
 20-25 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 (\surd) 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

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

Keragaman Produk (X2)						
Kelengkapan produk						
No.	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
11	Produk minuman yang disediakan kedai Kombi cukup lengkap.					
12	Kedai Kombi menyediakan produk dengan jenis kopi beragam.					
Merek produk						
No.	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
13	Setiap merek kopi memberikan sensasi rasa yang berbeda.					
14	Menu kopi yang disediakan di kedai Kombi berasal dari merek Koffie yang berkualitas.					
Variasi ukuran produk						

No.	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
15	Kedai Kombi memiliki variasi kemasan produk yang beragam ukurannya.					
16	Pilihan ukuran produk minuman yang disediakan kedai Kombi lengkap.					
Variasi kualitas produk						
No.	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
17	Produk yang ditawarkan kedai Kombi memiliki beragam daya tarik.					
18	Kualitas produk yang disediakan kedai Kombi bervariasi sesuai keinginan konsumen.					

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

29	Sebelum datang ke kedai Kombi, saya membandingkan harga produk dengan kedai lain.					
----	---	--	--	--	--	--

Kepuasan Konsumen (Y)						
Kesesuaian harapan						
No.	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
30	Produk yang ditawarkan kedai Kombi sesuai dengan harapan saya.					
31	Pelayanan yang diberikan kedai Kombi telah memenuhi harapan saya.					
Minat berkunjung kembali						
No.	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
32	Saya akan datang kembali untuk membeli minuman di kedai Kombi					
33	Saya akan menjadikan kedai Kombi sebagai pilihan utama.					
34	Saya akan menjadikan kedai Kombi sebagai tempat favorit.					
Kesediaan merekomendasikan						
No.	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
35	Saya akan merekomendasikan kedai Kombi kepada teman-teman saya.					
36	Saya akan menyatakan hal positif tentang kedai Kombi kepada orang lain.					
Menciptakan keputusan Pembelian kepada perusahaan yang sama						
No.	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
37	Akan berlangganan secara rutin					
38	Akan menjadikan produk Kedai Kombi sebagai pilihan utama					
Menciptakan citra merek						
No.	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
39	Merek Kedai Kombi memiliki citra merek yang positif dimata konsumen.					
40	Merek Kedai Kombi memiliki ciri khas					

Lampiran 3 Hasil Pengolahan Data

		Correlations										
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	TOTAL
X1.1	Pearson Correlation	1	.517**	.393*	.273	.504**	.541**	.283	.302	.275	.493**	.626**
	Sig. (2-tailed)		.003	.032	.144	.004	.002	.130	.105	.142	.006	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	.517**	1	.174	.401*	.672**	.439*	.601**	.206	.484**	.266	.651**
	Sig. (2-tailed)	.003		.358	.028	.000	.015	.000	.275	.007	.156	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	.393*	.174	1	.362*	.477**	.702**	.562**	.539**	.380*	.793**	.760**
	Sig. (2-tailed)	.032	.358		.049	.008	.000	.001	.002	.038	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	.273	.401*	.362*	1	.517**	.138	.397*	.569**	.407*	.517**	.623**
	Sig. (2-tailed)	.144	.028	.049		.003	.466	.030	.001	.026	.003	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.5	Pearson Correlation	.504**	.672**	.477**	.517**	1	.457*	.752**	.402*	.689**	.391*	.819**
	Sig. (2-tailed)	.004	.000	.008	.003		.011	.000	.028	.000	.033	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.6	Pearson Correlation	.541**	.439*	.702**	.138	.457*	1	.519**	.496**	.290	.712**	.746**
	Sig. (2-tailed)	.002	.015	.000	.466	.011		.003	.005	.120	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.7	Pearson Correlation	.283	.601**	.562**	.397*	.752**	.519**	1	.407*	.803**	.466**	.807**
	Sig. (2-tailed)	.130	.000	.001	.030	.000	.003		.025	.000	.009	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.8	Pearson Correlation	.302	.206	.539**	.569**	.402*	.496**	.407*	1	.335	.742**	.691**
	Sig. (2-tailed)	.105	.275	.002	.001	.028	.005	.025		.070	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.9	Pearson Correlation	.275	.484**	.380*	.407*	.689**	.290	.803**	.335	1	.329	.686**
	Sig. (2-tailed)	.142	.007	.038	.026	.000	.120	.000	.070		.076	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.10	Pearson Correlation	.493**	.266	.793**	.517**	.391*	.712**	.466**	.742**	.329	1	.794**
	Sig. (2-tailed)	.006	.156	.000	.003	.033	.000	.009	.000	.076		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	.626**	.651**	.760**	.623**	.819**	.746**	.807**	.691**	.686**	.794**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	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).

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.898	10

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	37.0000	26.207	.549	.893
X1.2	37.0000	25.724	.571	.892
X1.3	37.2000	24.028	.685	.885
X1.4	37.0000	25.931	.539	.894
X1.5	37.2333	22.254	.744	.881
X1.6	37.1333	23.913	.664	.886
X1.7	37.0667	24.064	.750	.881
X1.8	37.0667	25.306	.615	.890
X1.9	37.1333	25.568	.614	.890
X1.10	37.2667	23.720	.729	.882

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	1	.639**	.246	.064	.204	.556**	.536**	.710**	.736**
	Sig. (2-tailed)		.000	.190	.737	.279	.001	.002	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	.639**	1	.200	.321	.213	.608**	.561**	.786**	.809**
	Sig. (2-tailed)	.000		.290	.084	.258	.000	.001	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	.246	.200	1	.362*	.540**	.162	.297	.313	.539**
	Sig. (2-tailed)	.190	.290		.050	.002	.392	.111	.092	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.4	Pearson Correlation	.064	.321	.362*	1	.457*	.214	.341	.415*	.548**
	Sig. (2-tailed)	.737	.084	.050		.011	.257	.065	.023	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.5	Pearson Correlation	.204	.213	.540**	.457*	1	.104	.622**	.334	.587**
	Sig. (2-tailed)	.279	.258	.002	.011		.585	.000	.071	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.6	Pearson Correlation	.556**	.608**	.162	.214	.104	1	.486**	.641**	.687**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.392	.257	.585		.006	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.7	Pearson Correlation	.536**	.561**	.297	.341	.622**	.486**	1	.527**	.766**
	Sig. (2-tailed)	.002	.001	.111	.065	.000	.006		.003	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.8	Pearson Correlation	.710**	.786**	.313	.415*	.334	.641**	.527**	1	.875**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.092	.023	.071	.000	.003		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	.736**	.809**	.539**	.548**	.587**	.687**	.766**	.875**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002	.002	.001	.000	.000	.000	
	N	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).

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.849	8

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	28.9667	14.792	.627	.826
X2.2	29.1000	13.610	.709	.815
X2.3	28.9000	16.576	.403	.852
X2.4	28.7667	16.668	.422	.849
X2.5	28.9000	16.438	.468	.844
X2.6	28.9667	15.757	.587	.832
X2.7	28.9000	15.610	.694	.822
X2.8	28.9667	13.068	.806	.800

TOTAL	Pearson Correlation	.421	.457*	.419*	.607**	.604**	.640**	.606**	.605**	.513**	.773**	.779**	1
	Sig. (2-tailed)	.523	.011	.021	.000	.000	.000	.000	.000	.004	.000	.000	
	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).

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.804	11

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	40.0667	24.409	.233	.810
X3.2	40.0333	23.137	.504	.785
X3.3	39.9000	22.921	.529	.783
X3.4	40.0667	22.133	.546	.780
X3.5	39.8333	21.868	.629	.772
X3.6	39.9333	22.961	.592	.779
X3.7	40.0000	23.172	.441	.790
X3.8	40.7333	22.202	.410	.796
X3.9	40.4000	24.110	.167	.827
X3.10	40.4333	20.668	.656	.766
X3.11	40.2667	21.789	.596	.774

Correlations

		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	Y1.8	Y1.9	Y1.10	TOTAL
Y1.1	Pearson Correlation	1	.603**	.627**	.358	.675**	.145	.814**	.776**	.743**	.493**	.851**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.052	.000	.446	.000	.000	.000	.006	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y1.2	Pearson Correlation	.603**	1	.491**	.641**	.340	-.113	.619**	.681**	.619**	.730**	.763**
	Sig. (2-tailed)	.000		.006	.000	.066	.551	.000	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y1.3	Pearson Correlation	.627**	.491**	1	.550**	.778**	.222	.675**	.611**	.730**	.624**	.840**
	Sig. (2-tailed)	.000	.006		.002	.000	.238	.000	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y1.4	Pearson Correlation	.358	.641**	.550**	1	.236	.000	.516**	.583**	.573**	.820**	.694**
	Sig. (2-tailed)	.052	.000	.002		.210	1.000	.004	.001	.001	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y1.5	Pearson Correlation	.675**	.340	.778**	.236	1	.444*	.513**	.550**	.621**	.327	.712**
	Sig. (2-tailed)	.000	.066	.000	.210		.014	.004	.002	.000	.078	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y1.6	Pearson Correlation	.145	-.113	.222	.000	.444*	1	.000	.183	-.081	-.089	.511
	Sig. (2-tailed)	.446	.551	.238	1.000	.014		1.000	.333	.670	.639	.558
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y1.7	Pearson Correlation	.814**	.619**	.675**	.516**	.513**	.000	1	.600**	.803**	.597**	.840**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.004	.004	1.000		.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y1.8	Pearson Correlation	.776**	.681**	.611**	.583**	.550**	.183	.600**	1	.600**	.738**	.848**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.002	.333	.000		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y1.9	Pearson Correlation	.743**	.619**	.730**	.573**	.621**	-.081	.803**	.600**	1	.640**	.889**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.000	.670	.000	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y1.10	Pearson Correlation	.493**	.730**	.624**	.820**	.327	-.089	.597**	.738**	.640**	1	.802**
	Sig. (2-tailed)	.006	.000	.000	.000	.078	.639	.000	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	.851**	.763**	.840**	.694**	.712**	.511	.840**	.848**	.889**	.802**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.558	.000	.000	.000	.000	
	N	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).

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.917	10

	Item-Total Statistics			
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1.1	37.4000	26.110	.803	.903
Y1.2	37.7000	30.148	.711	.908
Y1.3	37.1667	29.454	.796	.904
Y1.4	37.6667	30.851	.637	.912
Y1.5	37.1667	30.420	.655	.911
Y1.6	37.6667	35.126	.090	.931
Y1.7	37.4333	27.151	.799	.902
Y1.8	37.7333	28.064	.806	.902
Y1.9	37.4333	27.013	.816	.901
Y1.10	37.6333	28.447	.733	.906

Output Created		25-MAR-2023 11:45:21
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet3
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	100
Missing Value Handling	Definition of Missing Cases	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on cases with no missing values for any variable used.
Syntax	<pre> REGRESSION /DESCRIPTIVES MEAN STDDEV CORR SIG N /MISSING LISTWISE /STATISTICS COEFF OUTS CI(95) R ANOVA COLLIN TOL CHANGE ZPP /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10) CIN(95) /NOORIGIN /DEPENDENT Y /METHOD=ENTER X1 X2 X3 /SCATTERPLOT=(*SRESID,*ZPRED) /RESIDUALS DURBIN HISTOGRAM(ZRESID) NORMPROB(ZRESID) /SAVE PRED ZPRED ADJPRED SEPPRED MAHAL COOK LEVER MCIN RESID ZRESID SRESID DRESID SDRESID. </pre>	
Resources	Processor Time	00:00:00.89
	Elapsed Time	00:00:00.85
	Memory Required	3472 bytes
	Additional Memory Required for Residual Plots	648 bytes
	PRE_1	Unstandardized Predicted Value
	RES_1	Unstandardized Residual
	DRE_1	Deleted Residual
	ADJ_1	Adjusted Predicted Value
	ZPR_1	Standardized Predicted Value
	ZRE_1	Standardized Residual
	SRE_1	Studentized Residual
	SDR_1	Studentized Deleted Residual
	SEP_1	Standard Error of Predicted Value
	MAH_1	Mahalanobis Distance
	COO_1	Cook's Distance
	LEV_1	Centered Leverage Value
	LMCI_1	95% Mean Confidence Interval Lower Bound for Y
	UMCI_1	95% Mean Confidence Interval Upper Bound for Y
Pearson Correlation	Kepuasan Konsumen	

	KUALITAS PELAYANAN KERAGAMAN PRODUK Harga	
Sig. (1-tailed)	Kepuasan Konsumen KUALITAS PELAYANAN KERAGAMAN PRODUK Harga	
N	Kepuasan Konsumen KUALITAS PELAYANAN KERAGAMAN PRODUK Harga	
Variables Created or Modified		

Regression

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Kepuasan Konsumen	50.7600	6.17443	100
KUALITAS PELAYANAN	42.0600	4.93354	100
KERAGAMAN PRODUK	33.4300	4.76149	100
Harga	31.6400	4.28886	100

Model	Variables Entered/Removed ^a		Method
	Variables Entered	Variables Removed	
1	Harga, KUALITAS PELAYANAN, KERAGAMAN PRODUK ^b		.Enter

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. All requested variables entered.

Model Summary ^b										
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	F Change	Change Statistics		Sig. F Change	Durbin-Watson
							df1	df2		
1	.774 ^a	.599	.587	3.96875	.599	47.873	3	96	.000	1.643

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

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2262.148	3	754.049	47.873	.000 ^b
	Residual	1512.092	96	15.751		
	Total	3774.240	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Harga, KUALITAS PELAYANAN, KERAGAMAN PRODUK

		Coefficients ^a								
Model		Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	95.0% Confidence Interval for B		Correlations Tolerance	VIF
							Lower Bound	Upper Bound		
1	(Constant)	11.165	3.777		2.956	.004	3.667	18.663		
	KUALITAS PELAYANAN	.768	.158	.613	4.852	.000	.454	1.082	.261	3.829
	KERAGAMAN PRODUK	.552	.168	.194	1.497	.003	.282	.585	.249	4.024
	Harga	.435	.109	.224	1.316	.002	.252	.183	.723	3.384

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

		Collinearity Diagnostics ^a						
Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	(Constant)	Variance Proportions			Harga
					KUALITAS PELAYANAN	KERAGAMAN PRODUK		
1	1	3.977	1.000	.00	.00	.00	.00	.00
	2	.011	18.739	.24	.04	.16	.28	.28
	3	.009	20.823	.56	.01	.01	.71	.71
	4	.002	42.762	.20	.95	.84	.01	.01

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

		Residuals Statistics ^a				
		Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value		33.7506	58.2080	50.7600	4.78016	100
Std. Predicted Value		-3.558	1.558	.000	1.000	100
Standard Error of Predicted Value		.450	2.217	.739	.291	100
Adjusted Predicted Value		28.5094	58.5652	50.6754	5.08531	100
Residual		-14.91144	21.66220	.00000	3.90815	100
Std. Residual		-3.757	5.458	.000	.985	100
Stud. Residual		-4.013	6.581	.010	1.076	100
Deleted Residual		-17.01432	31.49059	.08463	4.71700	100
Stud. Deleted Residual		-4.376	8.837	.027	1.246	100
Mahal. Distance		.283	29.908	2.970	3.936	100
Cook's Distance		.000	4.912	.063	.494	100
Centered Leverage Value		.003	.302	.030	.040	100

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Collinearity
Statistics

