

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, S. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Universitas Brawijaya (Ub Press) : Malang.
- Alang, S. (2019). Proses Pelaksanaan Terapi Rasional Emotif. *Al-Irsyad Al-Nafs*, 6(2), 15–26.
- Alma. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta : Bandung.
- Along, A. (2020). Kualitas Layanan Administrasi Akademik di Politeknik Negeri Pontianak. *Jurnal Ilmiah Administrasi Publik*, 006(01), 94–99. <https://doi.org/10.21776/ub.jiap.2020.006.01.11>
- Apriyani, d, A., & sunarti. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada Konsumen The Little A Coffee Shop Sidoarjo). *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)*, 51(2), 1–7. [www.bisnissurabaya.com](http://www.bisnissurabaya.com)
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. PT Rineka Cipta : Jakarta.
- Assauri, S. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Pres : Jakarta.
- Desrianto; Afridola, S. (2020). Pengaruh Lokasi Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Coffee Town Bakery Di Kota Batam Influence of Location and Service To Consumer Satisfaction in Coffee Town Bakery in Batam City. *Emba*, 8(1), 2020–2033.
- East, P. (2016). *Model Antecedents, Behaviour Dan Consequences (ABC) Untuk Perubahan Perilaku*.
- Febriana, F. D., & Prabowo, R. E. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Tanam Coffeeshop Kaligarang Semarang. *Jurnal Mirai Manajemen*, 7(1), 298–306. <http://eprints.unisbank.ac.id/id/eprint/7410/>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 (9th ed)*. Universitas Diponegoro : Semarang.
- Hamdani, D, A; Lupiyoadi, R. (2009). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat : Jakarta.
- Handoko, B. (2017). Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Titipan Kilat JNE Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 18(1), 61–72. <https://doi.org/10.30596/jimb.v18i1.1098>
- Harahap, A, F; Sembiring, A; Hutasuhut, J. (2021). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kedai Kopi Kombur Medan. *JurnalBisnisMahasiswa*, 215–224.
- Hariaji, U. G., & Iriyanto, S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, Dan Fasilitas Terhadap Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Warung Kopi Srintil Di Temanggung). *Unimus*, 15(2), 66–88.
- Heizer. (2015). *Operations Management (Manajemen Operasi)*. Salemba Empat :

Jakarta.

- Herlambang, A. S., & Komara, E. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi kasus pada Starbucks Coffee Reserve Plaza Senayan). *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Perbankan (Journal of Economics, Management and Banking)*, 7(2), 56. <https://doi.org/10.35384/jemp.v7i2.255>
- Kartini, I., Wibowo, E. W., & Sugiyanto, E. (2021). Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Berdampak Loyalitas Dalam Berbelanja Online Pada Shopee. *Jurnal Lentera Bisnis*, 10(1), 57. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v10i1.423>
- Kotler, P; Gary, A. (2011). *Marketing an Introduction* (10th Editi). Erlangga : Jakarta.
- Kotler, P; Keller, K, L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Erlangga (ed.); Edisi 13). Erlangga : Jakarta.
- Kotler, P; Keller, K, L. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga : Jakarta.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran* (Millenium). PT Prenhallindo : Jakarta.
- Kristanto, J. O. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Dan Nilai. *Manajemen . Petra.Ac.Id*, 59.
- Lee, Simon ; Abdou Illia, L.-B., & Assion. (2011). Perceived Price of Dynamic Pricing. *Journal of Industrial Management + Data System*.
- Magerite, M. N., Wangke, S. J. C., Magerite, M. N., & Wangke, S. J. C. (2022). THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND LOCATION TOWARDS CUSTOMER SATISFACTION AT KOPI KENANGAN MANADO TOWN SQUARE *Jurnal EMBA Vol . 10 No . 4 Oktober 2022 , Hal . 190-198. Jurnal EMBA*, 10(4), 190–198.
- Mutia Nursaidah, Asep Ferry Bastian, I. S. (2022). Pengaruh kualitas produk, promosi, dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan (studi kasus kopi janji jiwa jilid 35 kota tangerang). *Ekonomi Bisnis*, 28(Vol 28 No 01 (2022): EKONOMI BISNIS), 149–162. <http://www.ejournal.unis.ac.id/index.php/JEB/article/view/2455>
- Nadhifah, s, c. (2022). PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP NIAT PEMBELIAN KEMBALI DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Survei pada Pelanggan Omah Kopi Cokrowijayan di Sleman). *Repository UPNYK*, 160. <https://www.ptonline.com/articles/how-to-get-better-mfi-results>
- Palelu, D. R. G., Tumbuan, W. J. F. T., & Jorie, R. J. (2022). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kamsia Boba Di Kota Lawang. *Emba*, 10(1), 68–77.
- Parasuraman, Z. & B. (1998). Servqual A Multipel Item Scale For Meansuring Customer Perception of Service Quality. *Jurnal of Relating*.
- Pio, J; Mamuaya, N, C; Angmalisang, S. (2022). HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN KEDAI KOPI JANJI JIWA JILID 667

- TOMOSON. *Jurnal Ilmiah MEA*, 6(3), 2019–2030.
- Richard. (2007). *Mengukur Kepuasan Pelanggan*. PPM : Jakarta.
- Santi, & Putra, A. (2020). Pengaruh persepsi harga, promosi, kualitas pelayanan dan suasana café terhadap kepuasan konsumen pada café bumi di batu bara. *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Sains*, 84–93.
- Saraswati, P; Kumadji, S; Abdillah, Y. (2014). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Survey Pada Pelanggan Coffee Shop Starbucks Di Surabaya Dan Kuala Lumpur). *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya*, 14(1), 1–8.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV Alfabeta : Bandung.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. CV Alfabeta : Bandung.
- Sugiyono. (2019). *Statistika untuk Penelitian*. CV Alfabeta : Bandung.
- Sujarweni, V, W. (2015). *Statistik untuk Bisnis dan Ekonomi*. Pustaka Baru Press : Yogyakarta.
- Suntani, S. (2018). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Widya Cipta*, 2(2), 247–254. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/widyacipta>
- Suparyanto, R. (2015). *Manajemen Pemasaran*. In Media : Bogor.
- Suyanti, S. (2021). Pengaruh Lokasi, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Diwarung Kopi Netral Rantaurapat (Studi Kasus Konsumen Rantau Prapat). *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)*, 5(3), 248–253.
- Tjiptono, F. (2000). *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*. Andi : Yogyakarta.
- Tjiptono, F. (2012). *Strategi Pemasaran*. Andi : Yogyakarta.
- Tjiptono, F. C. G. (2012). *Service, Quality Satisfaction*. CV Andi Offset : Yogyakarta.
- Winarno, S., Mananeke, L., & Ogi, W. .I. (2018). Analisis Pelayanan Konsumen Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Kopi Maxx Coffee Cabang Hotel Aryaduta Manado. *Jurnal Emba*, 6(3), 1248–1257.
- Www.google.com. (n.d.). *Ulasan Kopi Kenangan Cabang Pejaten Village*. <https://www.google.com/search?q=kopi+kenangan+vabang+pejaten+village&oq=kopi+kenangan+vabang+pejaten+village&aqs=chrome..69i57j33i160j33i22i29i30.10604j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8>

## LAMPIRAN

### LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN

#### A. Petunjuk pengisian

Untuk pertanyaan yang berada di bawah ini pilihlah salah satu jawaban yang menurut anda tepat dengan cara memberi tanda cek list (  $\surd$  ) pada pilihan yang sudah disediakan. Berikut ini adalah petunjuk pengisian kuesioner :

1. Mohon untuk mengisi terlebih dahulu profil responden pada tempat yang sudah disediakan.
2. Berikanlah tanda check list pada salah satu jawaban saying sudah tersedia
3. Setiap butir pertanyaan hanya diperbolehkan untuk memilih salah satu dari alternative jawaban
4. Masing-masing pengisian pada komponen terdapat lima kemungkinan kriteria jawaban untuk setiap penyelesaian pada komponen-komponen pertanyaan.

Keterangan	Kategori	Bobot
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
N	Netral	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

5. Setelah selesai mengisi, periksalah kembali jawaban anda dan pastikan semua telah terjawab

#### B. Profil Responden

1. Jenis Kelamin
  - a. Pria
  - b. Wanita
2. Usia
  - a. 17-20 tahun
  - b. 21- 30 tahun
  - c. 31-40 tahun
  - d. >40 tahun
3. Pendidikan
  - a. Mahasiswa/Pelajar

- b. Karyawan
  - c. Wiraswasta
  - d. Pegawai Negeri
  - e. Lain-lain
4. Pernah melakukan transaksi di Kopi Kenangan cabang Pejaten Village
- a. 1 Kali
  - b. > 1 Kali
  - c. Tidak Pernah

### C. Lembar Kuesioner

#### 1. Kualitas Pelayanan (X1)

No	Pertanyaan	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	TST (1)
1	Penampilan petugas bersih dan rapih saat melayani					
2	Pelayanan konsumen sopan					
3	Petugas menerima konsumen dengan cepat					
4	Petugas memiliki product knowledge yang baik mengenai varian produk yang ditawarkan					
5	Petugas mau menerima saran dari konsumen					

#### 2. Lokasi (X2)

No	Pertanyaan	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	TST (1)
1	Lokasi outlet kopi kenangan strategis sehingga mudah dijangkau konsumen					
2	Outlet kopi kenangan cabang pejaten village dapat ditemukan dengan mudah					
3	Outlet kopi kenangan cabang pejaten village memiliki tempat parkir yang cukup luas					
4	Outlet kopi kenangan di dalam mall sehingga saat menunggu produk terasa nyaman					

### 3. Persepsi Harga (X3)

No	Pertanyaan	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	TST (1)
1	Harga produk yang ditawarkan kopi kenangan terjangkau bagi pecinta kopi					
2	Harga yang ditentukan kopi kenangan sesuai dengan kualitas produk					
3	Harga yang ditawarkan kopi kenangan lebih murah dibandingkan dengan kopi sejenis di pesaing lain					

### 4. Promosi (X4)

No	Pertanyaan	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	TST (1)
1	Adanya kegiatan promosi rutin kopi kenangan di media sosial					
2	Promosi melalui tumbler day mampu memberikan kepuasan konsumen					
3	Hubungan yang dibangun kopi kenangan dengan konsumen mempermudah konsumen dalam mendapatkan informasi					

### 5. Kepuasan Konsumen (Y)

No	Pertanyaan	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	TST (1)
1	Saya akan melakukan membeli kembali produk kopi kenangan					
2	Saya akan merekomendasikan kopi kenangan kepada keluarga dan teman-teman saya					
3	Walaupun teman dekat saya merekomendasikan merk kopi lain, preferensi saya terhadap kopi kenangan tidak akan berubah					

## LAMPIRAN 2 TABEL TABULASI

### 1. Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

NO	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Rata-rata
1	4	4	4	4	4	4
2	2	2	2	2	3	2
3	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	3	4
6	4	3	4	4	3	4
7	4	4	4	4	4	4
8	5	4	4	5	4	4
9	3	3	4	2	3	3
10	3	3	3	3	3	3
11	4	4	4	4	3	4
12	3	3	4	4	4	4
13	5	5	5	5	5	5
14	4	5	4	5	4	4
15	4	4	3	3	3	3
16	4	4	4	4	4	4
17	4	4	4	3	4	4
18	4	4	4	4	4	4
19	4	4	4	4	4	4
20	4	4	4	4	4	4
21	3	4	4	4	4	4
22	5	5	5	5	5	5
23	4	5	4	4	4	4
24	5	5	5	4	5	5
25	4	4	4	4	4	4
26	4	4	4	4	3	4
27	4	3	3	3	3	3
28	4	3	4	4	4	4
29	4	4	4	4	4	4
30	4	4	3	5	2	4
31	5	4	4	5	5	5
32	4	4	4	4	4	4
33	4	4	4	4	4	4
34	4	4	3	4	4	4
35	5	4	5	3	5	4
36	4	4	4	4	4	4
37	4	4	4	4	4	4
38	5	5	5	4	4	5
39	5	4	4	5	5	5
40	4	4	3	4	4	4
41	3	4	4	4	4	4
42	3	3	3	4	4	3
43	3	3	4	4	3	3
44	3	3	3	3	3	3
45	4	4	4	4	4	4
46	5	5	3	3	4	4

NO	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Rata-rata
47	4	3	3	4	3	3
48	3	4	4	3	4	4
49	3	4	4	4	4	4
50	5	4	5	4	4	4
51	5	4	3	5	5	4
52	4	5	4	4	4	4
53	4	4	4	4	4	4
54	4	4	3	4	4	4
55	4	4	4	4	4	4
56	4	4	4	4	4	4
57	4	5	4	5	4	4
58	3	4	4	3	4	4
59	3	4	4	4	4	4
60	5	4	5	5	5	5
61	4	4	4	4	4	4
62	4	4	3	3	3	3
63	4	4	5	4	5	4
64	3	4	4	4	3	4
65	4	4	4	3	3	4
66	4	4	4	4	4	4
67	3	3	3	3	3	3
68	4	4	4	4	3	4
69	3	4	3	4	3	3
70	4	4	4	3	3	4
71	4	4	3	4	4	4
72	4	4	3	4	3	4
73	4	4	5	4	5	4
74	4	4	4	5	3	4
75	4	5	4	4	5	4
76	4	4	4	4	4	4
77	4	5	5	4	3	4
78	4	4	4	4	4	4
79	4	4	4	4	4	4
80	1	4	2	5	2	3
81	3	3	3	4	3	3
82	3	3	3	4	3	3
83	5	4	4	4	3	4
84	4	4	4	4	4	4
85	4	4	4	4	4	4
86	5	5	5	5	5	5
87	4	4	4	4	4	4
88	4	5	4	3	4	4
89	3	4	4	4	3	4
90	4	4	5	5	4	4
91	5	5	5	5	5	5
92	4	4	4	4	4	4
93	4	4	4	3	3	4
94	4	4	4	4	4	4
95	4	4	4	4	4	4
96	5	4	5	4	5	5



NO	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Rata-rata
97	5	4	4	4	3	4
98	4	4	3	4	4	4
99	4	4	4	4	4	4
100	3	4	3	3	3	3

## 2. Variabel Lokasi (X2)

NO	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Rata-rata
1	5	5	5	5	5
2	3	3	3	3	3
3	5	4	5	4	5
4	4	4	4	4	4
5	4	4	5	5	5
6	4	4	3	3	4
7	5	4	4	3	4
8	4	4	4	5	4
9	5	5	5	5	5
10	3	3	3	3	3
11	5	5	5	5	5
12	5	5	5	4	5
13	4	4	4	4	4
14	4	5	3	4	4
15	4	4	3	3	4
16	4	3	3	3	3
17	4	4	4	5	4
18	4	4	4	4	4
19	5	4	5	4	5
20	4	4	4	4	4
21	4	4	3	3	4
22	5	5	5	5	5
23	4	4	4	4	4
24	4	5	4	4	4
25	3	4	3	3	3
26	4	4	4	5	4
27	3	3	3	3	3
28	4	3	4	4	4
29	5	5	5	4	5
30	4	4	3	3	4
31	5	4	4	5	5
32	4	4	4	4	4
33	4	4	4	4	4
34	3	3	4	4	4
35	5	4	4	3	4
36	4	4	4	4	4
37	4	4	4	4	4
38	5	4	5	4	5
39	4	5	4	4	4
40	4	4	4	4	4
41	4	4	3	4	4
42	4	5	5	4	5
43	3	3	2	2	3

NO	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Rata-rata
44	4	3	4	4	4
45	4	4	3	3	4
46	5	5	5	5	5
47	3	3	4	3	3
48	5	4	3	3	4
49	4	4	4	4	4
50	3	3	4	4	4
51	5	4	4	4	4
52	4	4	4	4	4
53	4	4	4	4	4
54	4	4	4	4	4
55	3	3	4	3	3
56	3	3	3	3	3
57	3	3	4	4	4
58	3	3	3	4	3
59	4	4	5	4	4
60	3	3	3	3	3
61	4	5	5	4	5
62	4	4	3	5	4
63	5	5	5	5	5
64	4	4	2	3	3
65	4	4	4	4	4
66	4	4	3	4	4
67	4	4	4	4	4
68	4	4	4	4	4
69	4	4	4	4	4
70	4	4	3	3	4
71	4	4	3	3	4
72	4	4	3	3	4
73	4	5	5	4	5
74	4	4	4	5	4
75	4	4	5	5	5
76	4	4	4	4	4
77	4	4	3	4	4
78	4	4	4	4	4
79	4	4	4	4	4
80	2	4	2	3	3
81	3	4	3	3	3
82	5	5	3	3	4
83	4	3	4	4	4
84	4	4	4	4	4
85	3	3	4	4	4
86	5	5	5	5	5
87	4	4	4	4	4
88	4	5	4	3	4
89	3	3	3	4	3
90	4	5	3	5	4
91	5	5	5	5	5
92	4	4	4	4	4
93	4	4	3	3	4

NO	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Rata-rata
94	4	4	4	4	4
95	3	3	4	4	4
96	4	4	4	4	4
97	4	4	4	4	4
98	4	5	4	4	4
99	4	4	3	4	4
100	3	3	3	3	3

### 3. Variabel Persepsi Harga (X3)

NO	X3.1	X3.2	X3.3	Rata-rata
1	5	5	5	5
2	4	4	4	4
3	3	3	3	3
4	4	4	4	4
5	4	4	3	4
6	4	4	4	4
7	3	3	3	3
8	4	4	4	4
9	4	4	4	4
10	5	5	4	5
11	5	4	5	5
12	3	4	4	4
13	3	3	4	3
14	3	4	3	3
15	3	3	4	3
16	3	3	3	3
17	4	4	4	4
18	4	4	4	4
19	4	5	5	5
20	4	4	3	4
21	3	4	3	3
22	5	5	5	5
23	4	4	4	4
24	4	4	3	4
25	4	4	3	4
26	4	4	4	4
27	3	3	3	3
28	4	3	3	3
29	4	5	2	4
30	4	5	4	4
31	5	4	5	5
32	4	4	3	4
33	5	4	4	4
34	3	3	3	3
35	5	4	3	4
36	4	4	4	4
37	4	4	4	4
38	5	4	4	4
39	4	4	5	4
40	4	4	3	4

NO	X3.1	X3.2	X3.3	Rata-rata
41	4	4	4	4
42	3	4	3	3
43	4	4	4	4
44	4	5	4	4
45	3	3	3	3
46	5	5	4	5
47	4	4	2	3
48	4	4	2	3
49	4	4	4	4
50	4	4	4	4
51	4	4	4	4
52	5	4	3	4
53	4	4	4	4
54	4	4	4	4
55	3	3	3	3
56	5	4	5	5
57	5	5	5	5
58	4	5	4	4
59	3	3	3	3
60	3	3	3	3
61	4	5	4	4
62	4	5	4	4
63	5	5	5	5
64	2	2	2	2
65	4	4	2	3
66	4	3	4	4
67	4	4	4	4
68	5	4	4	4
69	4	3	4	4
70	3	4	2	3
71	4	4	3	4
72	3	4	3	3
73	4	4	4	4
74	3	4	4	4
75	4	4	5	4
76	4	4	4	4
77	4	4	3	4
78	4	4	4	4
79	3	4	3	3
80	4	3	2	3
81	4	4	3	4
82	3	3	2	3
83	3	4	4	4
84	4	4	4	4
85	4	4	4	4
86	5	4	2	4
87	4	4	4	4
88	4	5	4	4
89	4	4	3	4
90	4	5	5	5

NO	X3.1	X3.2	X3.3	Rata-rata
91	5	5	5	5
92	4	4	4	4
93	4	4	3	4
94	4	4	4	4
95	4	4	4	4
96	4	4	4	4
97	4	4	3	4
98	4	5	3	4
99	4	4	3	4
100	3	4	4	4

#### 4. Variabel Promosi (X4)

NO	X4.1	X4.2	X4.3	Rata-rata
1	4	4	4	4
2	4	4	4	4
3	5	5	5	5
4	4	4	4	4
5	4	4	4	4
6	5	5	4	5
7	5	4	4	4
8	4	5	4	4
9	4	5	5	5
10	4	4	4	4
11	5	5	5	5
12	3	5	5	4
13	3	4	3	3
14	3	4	4	4
15	3	3	3	3
16	3	3	4	3
17	4	3	5	4
18	4	4	4	4
19	5	5	4	5
20	4	4	4	4
21	3	4	3	3
22	5	5	5	5
23	4	4	4	4
24	4	4	4	4
25	4	4	4	4
26	4	4	4	4
27	3	3	3	3
28	4	4	4	4
29	4	5	4	4
30	3	3	2	3
31	4	5	4	4
32	4	4	3	4
33	3	4	4	4
34	4	3	3	3
35	4	4	4	4
36	4	4	4	4
37	4	4	4	4

NO	X4.1	X4.2	X4.3	Rata-rata
38	5	5	5	5
39	4	4	5	4
40	4	5	4	4
41	4	3	4	4
42	5	3	2	3
43	3	4	4	4
44	5	4	4	4
45	5	4	5	5
46	5	5	4	5
47	4	4	4	4
48	4	3	3	3
49	3	5	5	4
50	5	5	5	5
51	4	4	4	4
52	4	4	4	4
53	4	4	4	4
54	4	4	4	4
55	4	4	4	4
56	4	4	4	4
57	5	5	4	5
58	4	3	3	3
59	3	5	5	4
60	3	3	3	3
61	5	4	5	5
62	3	3	4	3
63	5	5	5	5
64	2	3	4	3
65	5	5	5	5
66	4	4	4	4
67	5	5	5	5
68	4	4	4	4
69	3	4	4	4
70	4	3	4	4
71	4	4	4	4
72	4	5	3	4
73	4	4	4	4
74	4	5	5	5
75	4	4	5	4
76	4	4	4	4
77	4	3	5	4
78	4	4	4	4
79	4	4	4	4
80	4	2	3	3
81	3	4	3	3
82	4	4	4	4
83	5	3	3	4
84	4	4	4	4
85	4	4	4	4
86	5	3	3	4
87	4	4	4	4

NO	X4.1	X4.2	X4.3	Rata-rata
88	4	5	4	4
89	4	3	4	4
90	5	5	4	5
91	5	5	5	5
92	4	4	4	4
93	4	4	4	4
94	4	4	4	4
95	4	4	4	4
96	4	4	4	4
97	4	3	3	3
98	4	4	4	4
99	4	3	4	4
100	4	4	4	4

### 5. Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

NO	Y.1	Y.2	Y.3	Rata-rata
1	5	4	3	4
2	4	3	3	3
3	5	5	5	5
4	4	4	4	4
5	4	4	4	4
6	4	5	3	4
7	4	3	4	4
8	4	4	4	4
9	5	4	5	5
10	3	3	3	3
11	5	5	5	5
12	5	5	4	5
13	4	4	4	4
14	4	3	3	3
15	4	4	3	4
16	4	4	4	4
17	5	4	4	4
18	4	4	4	4
19	4	5	4	4
20	4	4	3	4
21	4	3	3	3
22	5	5	5	5
23	4	4	4	4
24	4	4	4	4
25	4	3	3	3
26	4	4	4	4
27	3	3	3	3
28	4	4	3	4
29	5	4	2	4
30	4	4	3	4
31	5	4	4	4
32	3	4	2	3
33	4	4	4	4
34	4	4	3	4

NO	Y.1	Y.2	Y.3	Rata-rata
35	4	4	3	4
36	4	5	5	5
37	4	4	4	4
38	5	5	5	5
39	4	4	4	4
40	4	4	2	3
41	4	4	4	4
42	5	4	4	4
43	3	3	3	3
44	5	3	4	4
45	4	3	3	3
46	3	5	5	4
47	3	4	3	3
48	2	3	1	2
49	4	4	4	4
50	4	5	5	5
51	5	3	3	4
52	4	4	4	4
53	4	4	4	4
54	4	4	3	4
55	4	3	3	3
56	5	5	5	5
57	4	3	3	3
58	4	4	3	4
59	5	4	4	4
60	3	3	3	3
61	4	5	4	4
62	4	4	4	4
63	5	5	5	5
64	3	3	3	3
65	4	5	5	5
66	4	4	4	4
67	4	4	4	4
68	4	4	4	4
69	5	4	3	4
70	4	3	4	4
71	3	4	3	3
72	3	3	4	3
73	4	4	3	4
74	5	4	4	4
75	5	5	4	5
76	4	4	4	4
77	5	5	5	5
78	4	4	4	4
79	4	4	3	4
80	5	4	5	5
81	3	3	3	3
82	3	3	3	3
83	4	3	3	3
84	4	4	4	4



<b>NO</b>	<b>Y.1</b>	<b>Y.2</b>	<b>Y.3</b>	<b>Rata-rata</b>
85	4	4	4	4
86	5	3	1	3
87	4	4	4	4
88	4	4	3	4
89	5	4	4	4
90	5	4	3	4
91	5	5	5	5
92	4	4	4	4
93	4	4	3	4
94	4	4	4	4
95	4	4	4	4
96	4	5	4	4
97	4	4	4	4
98	5	4	3	4
99	5	5	3	4
100	4	4	4	4



## LAMPIRAN 3 TABEL OUPUT SPSS

### A. Analisis Deskriptif

#### 1. Mean Kualitas Pelayanan (X1)

<b>Descriptive Statistics</b>					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1.1	100	1	5	3.92	.706
X1.2	100	2	5	4.00	.586
X1.3	100	2	5	3.92	.646
X1.4	100	2	5	3.97	.627
X1.5	100	2	5	3.86	.711
Valid N (listwise)	100				

#### 2. Mean Lokasi (X2)

<b>Descriptive Statistics</b>					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X2.1	100	2	5	4.01	.659
X2.2	100	3	5	4.02	.651
X2.3	100	2	5	3.82	.783
X2.4	100	2	5	3.88	.700
Valid N (listwise)	100				

#### 3. Mean Persepsi Harga (X3)

<b>Descriptive Statistics</b>					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X3.1	100	2	5	3.91	.653
X3.2	100	2	5	4.00	.603
X3.3	100	2	5	3.65	.833
Valid N (listwise)	100				

#### 4. Mean Promosi (X4)

<b>Descriptive Statistics</b>					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X4.1	100	2	5	3.99	.643
X4.2	100	2	5	3.98	.724
X4.3	100	2	5	3.97	.703
Valid N (listwise)	100				

## 5. Mean Kepuasan Konsumen (Y)

### Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y.1	100	2	5	4.13	.646
Y.2	100	3	5	3.93	.655
Y.3	100	1	5	3.62	.814
Valid N (listwise)	100				

## 6. Uji Validitas

		Kualitas Pelayanan	Lokasi	Persepsi Harga	Promosi	Kepuasan Konsumen
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	1	.454**	.219*	.281**	.273**
	Sig. (2-tailed)		.000	.029	.005	.006
	N	100	100	100	100	100
Lokasi	Pearson Correlation	.454**	1	.408**	.532**	.474**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Persepsi Harga	Pearson Correlation	.219*	.408**	1	.457**	.410**
	Sig. (2-tailed)	.029	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Promosi	Pearson Correlation	.281**	.532**	.457**	1	.521**
	Sig. (2-tailed)	.005	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Kepuasan Konsumen	Pearson Correlation	.273**	.474**	.410**	.521**	1
	Sig. (2-tailed)	.006	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

## 7. Uji Reliabilitas

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.752	5

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Kualitas Pelayanan	51.08	30.620	.409	.769
Lokasi	55.00	28.263	.650	.653
Persepsi Harga	59.17	35.860	.476	.723
Promosi	58.64	34.839	.597	.690
Kepuasan Konsumen	58.95	34.391	.550	.700

## 8. Regresi Linear Berganda

		Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	2.357	1.452		1.623	.108		
	Kualitas Pelayanan	.034	.063	.050	.537	.593	.791	1.265
	Lokasi	.166	.083	.215	1.997	.049	.593	1.687
	Persepsi Harga	.170	.097	.168	1.757	.082	.753	1.328
	Promosi	.345	.112	.316	3.073	.003	.647	1.545

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

## 9. Uji Normalitas

### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Unstandardized Residual
N	100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	
Mean	.0000000
Std. Deviation	1.37204368
Most Extreme Differences	
Absolute	.084
Positive	.084
Negative	-.060
Test Statistic	.084
Asymp. Sig. (2-tailed)	.081 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

## 10. Uji Multikolinearitas

		Coefficients <sup>a</sup>						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.357	1.452		1.623	.108		
	Kualitas Pelayanan	.034	.063	.050	.537	.593	.791	1.265
	Lokasi	.166	.083	.215	1.997	.049	.593	1.687
	Persepsi Harga	.170	.097	.168	1.757	.082	.753	1.328
	Promosi	.345	.112	.316	3.073	.003	.647	1.545

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

## 11. Uji Heteroskedastisitas

		Coefficients <sup>a</sup>						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.430	.970		2.504	.014		
	Kualitas Pelayanan	.009	.042	.024	.215	.830	.791	1.265
	Lokasi	-.065	.056	-.153	-1.173	.244	.593	1.687
	Persepsi Harga	-.058	.065	-.104	-.898	.371	.753	1.328
	Promosi	.007	.075	.012	.094	.925	.647	1.545

a. Dependent Variable: absresid

## 12. Uji Autokorelasi

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.591 <sup>a</sup>	.349	.321	1.401	2.198

a. Predictors: (Constant), Promosi, Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Lokasi

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

### 13. Uji F

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	99.872	4	24.968	12.727	.000 <sup>b</sup>
	Residual	186.368	95	1.962		
	Total	286.240	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Promosi, Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Lokasi

### 14. Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.591 <sup>a</sup>	.349	.321	1.401	2.198

a. Predictors: (Constant), Promosi, Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Lokasi

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

### 15. Uji t

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.357	1.452		1.623	.108		
	Kualitas Pelayanan	.034	.063	.050	.537	.593	.791	1.265
	Lokasi	.166	.083	.215	1.997	.049	.593	1.687
	Persepsi Harga	.170	.097	.168	1.757	.082	.753	1.328
	Promosi	.345	.112	.316	3.073	.003	.647	1.545

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

**LAMPIRAN 4 TABEL R**

	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

**LAMPIRAN 5 TABEL DW**

n	k=1		k=2		k=3		k=4		k=5	
	dL	dU	dL	dU	dL	dU	dL	dU	dL	dU
71	1.5865	1.6435	1.5577	1.6733	1.5284	1.7041	1.4987	1.7358	1.4685	1.7685
72	1.5895	1.6457	1.5611	1.6751	1.5323	1.7054	1.5029	1.7366	1.4732	1.7688
73	1.5924	1.6479	1.5645	1.6768	1.5360	1.7067	1.5071	1.7375	1.4778	1.7691
74	1.5953	1.6500	1.5677	1.6785	1.5397	1.7079	1.5112	1.7383	1.4822	1.7694
75	1.5981	1.6521	1.5709	1.6802	1.5432	1.7092	1.5151	1.7390	1.4866	1.7698
76	1.6009	1.6541	1.5740	1.6819	1.5467	1.7104	1.5190	1.7399	1.4909	1.7701
77	1.6036	1.6561	1.5771	1.6835	1.5502	1.7117	1.5228	1.7407	1.4950	1.7704
78	1.6063	1.6581	1.5801	1.6851	1.5535	1.7129	1.5265	1.7415	1.4991	1.7708
79	1.6089	1.6601	1.5830	1.6867	1.5568	1.7141	1.5302	1.7423	1.5031	1.7712
80	1.6114	1.6620	1.5859	1.6882	1.5600	1.7153	1.5337	1.7430	1.5070	1.7716
81	1.6139	1.6639	1.5888	1.6898	1.5632	1.7164	1.5372	1.7438	1.5109	1.7720
82	1.6164	1.6657	1.5915	1.6913	1.5663	1.7176	1.5406	1.7446	1.5146	1.7724
83	1.6188	1.6675	1.5942	1.6928	1.5693	1.7187	1.5440	1.7454	1.5183	1.7728
84	1.6212	1.6693	1.5969	1.6942	1.5723	1.7199	1.5472	1.7462	1.5219	1.7732
85	1.6235	1.6711	1.5995	1.6957	1.5752	1.7210	1.5505	1.7470	1.5254	1.7736
86	1.6258	1.6728	1.6021	1.6971	1.5780	1.7221	1.5536	1.7478	1.5289	1.7740
87	1.6280	1.6745	1.6046	1.6985	1.5808	1.7232	1.5567	1.7485	1.5322	1.7745
88	1.6302	1.6762	1.6071	1.6999	1.5836	1.7243	1.5597	1.7493	1.5356	1.7749
89	1.6324	1.6778	1.6095	1.7013	1.5863	1.7254	1.5627	1.7501	1.5388	1.7754
90	1.6345	1.6794	1.6119	1.7026	1.5889	1.7264	1.5656	1.7508	1.5420	1.7758
91	1.6366	1.6810	1.6143	1.7040	1.5915	1.7275	1.5685	1.7516	1.5452	1.7763
92	1.6387	1.6826	1.6166	1.7053	1.5941	1.7285	1.5713	1.7523	1.5482	1.7767
93	1.6407	1.6841	1.6188	1.7066	1.5966	1.7295	1.5741	1.7531	1.5513	1.7772
94	1.6427	1.6857	1.6211	1.7078	1.5991	1.7306	1.5768	1.7538	1.5542	1.7776
95	1.6447	1.6872	1.6233	1.7091	1.6015	1.7316	1.5795	1.7546	1.5572	1.7781
96	1.6466	1.6887	1.6254	1.7103	1.6039	1.7326	1.5821	1.7553	1.5600	1.7785
97	1.6485	1.6901	1.6275	1.7116	1.6063	1.7335	1.5847	1.7560	1.5628	1.7790
98	1.6504	1.6916	1.6296	1.7128	1.6086	1.7345	1.5872	1.7567	1.5656	1.7795
99	1.6522	1.6930	1.6317	1.7140	1.6108	1.7355	1.5897	1.7575	1.5683	1.7799
100	1.6540	1.6944	1.6337	1.7152	1.6131	1.7364	1.5922	1.7582	1.5710	1.7804
101	1.6558	1.6958	1.6357	1.7163	1.6153	1.7374	1.5946	1.7589	1.5736	1.7809
102	1.6576	1.6971	1.6376	1.7175	1.6174	1.7383	1.5969	1.7596	1.5762	1.7813
103	1.6593	1.6985	1.6396	1.7186	1.6196	1.7392	1.5993	1.7603	1.5788	1.7818
104	1.6610	1.6998	1.6415	1.7198	1.6217	1.7402	1.6016	1.7610	1.5813	1.7823
105	1.6627	1.7011	1.6433	1.7209	1.6237	1.7411	1.6038	1.7617	1.5837	1.7827
106	1.6644	1.7024	1.6452	1.7220	1.6258	1.7420	1.6061	1.7624	1.5861	1.7832
107	1.6660	1.7037	1.6470	1.7231	1.6277	1.7428	1.6083	1.7631	1.5885	1.7837
108	1.6676	1.7050	1.6488	1.7241	1.6297	1.7437	1.6104	1.7637	1.5909	1.7841
109	1.6692	1.7062	1.6505	1.7252	1.6317	1.7446	1.6125	1.7644	1.5932	1.7846
110	1.6708	1.7074	1.6523	1.7262	1.6336	1.7455	1.6146	1.7651	1.5955	1.7851
111	1.6723	1.7086	1.6540	1.7273	1.6355	1.7463	1.6167	1.7657	1.5977	1.7855
112	1.6738	1.7098	1.6557	1.7283	1.6373	1.7472	1.6187	1.7664	1.5999	1.7860
113	1.6753	1.7110	1.6574	1.7293	1.6391	1.7480	1.6207	1.7670	1.6021	1.7864
114	1.6768	1.7122	1.6590	1.7303	1.6410	1.7488	1.6227	1.7677	1.6042	1.7869
115	1.6783	1.7133	1.6606	1.7313	1.6427	1.7496	1.6246	1.7683	1.6063	1.7874



**TAMPIRAN 6 TABEL F**

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75

**LAMPIRAN 7 TABEL T**

<b>Pr</b>	<b>0.25</b>	<b>0.10</b>	<b>0.05</b>	<b>0.025</b>	<b>0.01</b>	<b>0.005</b>	<b>0.001</b>
<b>df</b>	<b>0.50</b>	<b>0.20</b>	<b>0.10</b>	<b>0.050</b>	<b>0.02</b>	<b>0.010</b>	<b>0.002</b>
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

# Cek TA Sidang Liza

## ORIGINALITY REPORT

22%

SIMILARITY INDEX

22%

INTERNET SOURCES

4%

PUBLICATIONS

17%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1	<a href="https://repositori.uin-alauddin.ac.id">repositori.uin-alauddin.ac.id</a> Internet Source	5%
2	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	5%
3	<a href="https://pt.scribd.com">pt.scribd.com</a> Internet Source	3%
4	<a href="https://repository.umsu.ac.id">repository.umsu.ac.id</a> Internet Source	3%
5	<a href="https://repository.pelitabangsa.ac.id:8080">repository.pelitabangsa.ac.id:8080</a> Internet Source	1%
6	<a href="https://repository.unimar-amni.ac.id">repository.unimar-amni.ac.id</a> Internet Source	1%
7	<a href="https://e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id">e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id</a> Internet Source	1%
8	<a href="https://eprints.walisongo.ac.id">eprints.walisongo.ac.id</a> Internet Source	1%
9	<a href="https://repo.stiemuhcilacap.ac.id">repo.stiemuhcilacap.ac.id</a> Internet Source	1%

10 Revida Mareta Herfi Ashari, Onny Fitriana Sitorus. "Pengaruh Content Marketing terhadap Customer Engagement Kopi Kenangan", Jurnal EMT KITA, 2023  
Publication 1 %

11 repository.stieipwija.ac.id  
Internet Source 1 %

12 repository.usni.ac.id  
Internet Source 1 %

Exclude quotes On

Exclude bibliography On

Exclude matches < 1%

