

Daftar Pustaka

- Aisyah, R. I., & Suhaeni, T. (2019). Nilai yang Dirasakan Dari Produk Sepatu dan Niat Pembelian Kembali Konsumen. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 5(2),
- Assauri, S. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Pers.
- Augusty, F. (2012). Metode Penelitian Manajemen, Pedoman Penelitian Untuk Skripsi. Tesis Dan Desertasi Ilmu Manajemen. Semarang: Universitas Diponegoro. *Journal of Manajemen*.
- Buchari, A. (2009). Pemasaran dan Pemasaran Jasa. In *Pemasaran dan Pemasaran Jasa*.
- Buku Panduan Tugas Akhir. 2022. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional. Jakarta
- Dantes, N. (2012). *Metode Penelitian*. ANDI.
- Dwiana Putri, A., & Astuti, R. T. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Pada Blends Pasta & Chocolate Cabang Unika Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 6(2), 1–10. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Fahmi Kamal, Widi Winarso, & Lia Mardiani. (2020). Peningkatan Kepuasan Mahasiswa Melalui Kualitas Pelayanan Akademik (Studi Kasus Pada Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam As-Syafi'iyah Jakarta). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Manajemen*, 16(1), 33–45. <https://doi.org/10.31599/jiam.v16i1.111>
- Febrianti, I. N., & Keni, K. (2021). Pengaruh Experiential Marketing dan Service Quality terhadap Customer Loyalty: Customer Satisfaction sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(1), 56. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v5i1.10400>
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen* (5th ed). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fiona, D. R., & Hidayat, W. (2020). Pengaruh Promosi penjualan dan E-Service Quality terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi pada pelanggan Gopay di Jabodetabek). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(1), 333–341.
- Firmawan Adixio, R., & Saleh, L. (2013). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Nilai Yang Dirasakan Terhadap Niat Pembelian Ulang Melalui Mediasi Kepuasan

Pelanggan Restoran Solaria Di Surabaya. *Journal of Business and Banking*, 3(2), 151.

Gantara, G., & Yulianto, E. (2013). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Percieved Value Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Studi Empiris pada Mahasiswa Universitas Brawijaya Malang Pengguna Kartu Seluler IM3). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1(1), 40–48.

Ghassani, M. T., & Suryoko, S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Bandeng Juwana Vaccum Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pelanggan Pt. Bandeng Juwana Elrina Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 6(4), 311-319.

Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Goh, et al. (2016). Determinants of Smartphone Repeat Purchase Intention among Malaysians: A Moderation Role of Social Influence and a Mediating Effect of Consumer Satisfaction. *International Review of Management and Marketing*, 6(4), 993–1004.

Hasibuan, R. R., & Pratiwi, A. R. (2021). Antecedent Repurchase Intention Aplikasi Shopee Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi Di Kabupaten Banyumas. *Tirtayasa Ekonomika*, 16(2), 253.

Hidayat, A. (2020). *Anteseden Niat Pembelian Ulang pada Smartphone Apples*.

Iftitah, N. Q. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Iklan Terhadap Minat Beli dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Moderasi*.

Ihsan Mu, ab, & Setiawan Slamet, A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Coffee Shop di Kota Bogor) *Jurnal Manajemen Dan Organisasi (JMO)*, 10(2), 118–132.

Khalis, S. M., & Halimatussakdiah. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Nilai yang Dirasakan Terhadap Niat Beli yang Dimediasi oleh Kepercayaan pada Pengguna Layanan Pemesanan Hotel Online di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 5(3), 550–564.

Kotler dan Amstrong. (2017). Manajemen Pemasaran. *Manajemen Pemasaran*.

Kotler, P & Amstrong, G. (2016). Dasar-dasar Pemasaran. Jilid 1. In Erlangga.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). Manajemen pemasaran,12(1). Penerbit: PT. Indeks. Jakarta.
- Kumalaningrum, F., Widajanti, E., & Sutarno. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderasi (Studi pada Konsumen CS Kopi Tubruk Surakarta). *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 16(2), 78676.
- Lestari Siti Fatimah, R. M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan melalui Brand trust Minuman KOI Thé Cabang Mall Plaza Indonesia. *Syntax Literate, Jurnal Ilmiah Indonesia*, Vol 7 No 3 (2022): Syntax Literate: Jurnal Ilmiah.
- Lestari, K. D. R. (2021). Determinants of Competitive Advantage and Their Impact on Consumer Satisfaction at Chicken Restaurants in South Jakarta. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, Vol 4, No 4 (2021): Budapest International Research and Critics Institute November, 12047–12053.
- Lestari, M. R. S. R. (2019). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan dan Dampaknya pada Minat Beli Ulang Konsumen Kereta Api Kelas Eksekutif Argo Parahyangan. *Oikonomia: Jurnal Manajemen*, Vol 15(No 1 (2019): Oikonomia: Jurnal Manajemen).
- Lestari, R., & Elwisam. (2019). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen dan Dampaknya Pada Minat Beli Ulang Produk Mie Instant Sedaap. *Jurnal Ilmu Dan Budaya*, 41(63), 7495–7520.
- Made, M. (2021). The Effect of Price Perception, Product Quality, and Service Quality on Repurchase Intention. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, 1, 182–188.
- Meida Ramita Sari, R. L. (n.d.). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan dan Dampaknya pada Minat Beli Ulang Konsumen Kereta Api Kelas Eksekutif Argo Parahyangan. *Oikonomia Jurnal Ilmu Manajemen*, 15(1).
- Mulyaputri, V. M., & Sanaji, S. (2021). Pengaruh Harga , Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Kopi Kenangan (Studi Kasus Pada Konsumen Di Cipayung Jakarta Timur). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(1), 91.
- Nurchahyo, D., & Mathori, M. (2017). (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Pt Kereta Api Indonesia (Pt Kai) Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kereta Api Kelas Eksekutif Taksaka. 3(55), 1–95.

- Nyarmiati, S. R. T. A. (2021). *IITJ. Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Brand Image dan Perceived Value terhadap Minat Beli Ulang dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel (Studi Pada Konsumen Rumah Makan Pondok Bandeng BaBe Kabupaten Pati)*. 10, 1–14.
- Putra P, I. B. P., & Kusumadewi, N. M. W. (2019). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Niat Pembelian Ulang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(8), 4983.
- Raihana, Zhafira & Setiawan, Putu Yudi. (2018). Antecedent Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Pada Niat Pembelian Ulang. *E-Jurnal Manajemen Unud, E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(4), 1892–1919.
- Ramadhan, M. R., & Utami, S. (2019). Pengaruh Kesadaran Kesehatan, Nilai yang Dirasakan, Keamanan Pangan dan Harga Terhadap Niat Beli Ulang Pada Konsumen Pizza di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 4(2), 214–230.
- Retnowati, E. (2015). *Pengaruh nilai yang dirasakan, kualitas pelayanan dan kewajaran harga pada niat beli ulang yang dimediasi kepuasan konsumen*.
- Riyani, D., Larashat, I., & Juhana, D. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Majalah Bisnis & IPTEK*, 14(2), 94–101.
- Safrina Kumba; Lestari, Rahayu, D. D. (2022). Pengaruh Persepsi Harga dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen Melalui Brand Image Produk Kecantikan di Aplikasi Sociolla. *Syntax Literate, Jurnal Ilmiah Indonesia*, Vol 7 No 3 (2022): Syntax Literate: Jurnal Ilmiah.
- Siry, M. J. (2015). Pengaruh Perceived Value Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Tata Rias Pengantin Tunjung Seto Dengan Kualitas Pelayanan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 15(1), 64–72.
- Sugiono, P. D. (2014). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif.pdf. In Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*.
- Sukmana, N. C., Chandra, V. J., & Siaputra, H. (2020). Pengaruh Kualitas Makanan, Higienitas Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Mediator Di Restoran Dapur Terbuka Di Suraba. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, Vol 8(No 2), 67–76.
- Tjiptono, & Fandy. (2015). Strategi Pemasaran. In *Yogyakarta: Andi*.

Lampiran 1: Kuesioner

Kepada Yth,

Saudara/i Responden

Perkenalkan nama saya Tidarnuraini, Merupakan mahasiswi jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Saat ini saya sedang melakukan penelitian penyusun tugas akhir sebagai syarat kelulusan program strata satu dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Nilai yang Dirasakan Terhadap Niat Pembelian Ulang melalui Kepuasan Pelanggan Kopi Janji Jiwa di Jakarta”, dengan adanya lampiran pernyataan dibawah ini saya memohon kerjasama saudara/I sekalian untuk dapat meluangkan waktunya mengisi Kuisisioner dengan lengkap dan sesuai dengan diri anda

Hasil kuisisioner yang telah diisi akan sangat berguna bagi penelitian ini. Segala informasi yang saudara/i berikan akan dijaga kerahasiannya dan dipergunakan hanya untuk keperluan akademis.

Terimakasih yang mendalam saya ucapkan atas waktu dan kesediaanya mengisi kuisisioner ini



Hormat saya,

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Tidarnuraini', written in a cursive style.

Tidarnuraini

NPM. 193402516350

Identitas Responden

Petunjuk pengisian: isi berdasarkan data diri dengan memilih salah satu dari pilihan yang tersedia, pada kolom pendapatan untuk pelajar/mahasiswa dapat berupa uang saku atau beasiswa

1. **Nama:**.....
2. **Jenis Kelamin**
 - a. Laki – laki
 - b. Perempuan
3. **Usia**
 - a. 13 – 16 tahun
 - b. 17 – 20 tahun
 - c. 21 – 25 tahun
 - d. 26 – 29 tahun
 - e. > 30 tahun
4. **Pekerjaan**
 - a. Pelajar/Mahasiswa
 - b. Pegawai Negri Sipil
 - c. Pegawai Swasta
 - d. Lainnya :.....
5. **Pendapatan**
 - a. Rp 100.000 – 2.000.000
 - b. Rp 2.000.001 – 4.000.000
 - c. Rp 4.000.001 – 6.000.000
 - d. Rp 6.000.001 – 8.000.000
 - e. > Rp 8.000.000
6. **Berdomisili di Jakarta**
 - a. Ya
 - b. Tidak
7. **Pernah membeli produk Janji Jiwa**
 - a. Ya
 - b. Tidak



Petunjuk Pengisian Kuisisioner

1. Bacalah sejumlah pernyataan di bawah ini dengan teliti
2. Anda dimohon untuk memberikan jawaban kuisisioner mengenai kualitas pelayanan, nilai yang dirasakan, kepuasan pelanggan dan niat pembelian ulang Janji Jiwa di Jakarta
3. Ada dimohon untuk memberikan jawaban sesuai dengan keadaan anda secara objektif dengan memilih pada salah satu kriteria untuk setiap pernyataan yang paling sesuai dengan anda
4. Skor yang diberikan tidak mengandung nilai jawaban benar/salah
5. Pilihan Jawaban yang tersedia adalah:
 - STS** = Apabila anda merasa **Sangat Tidak Setuju (1)**
 - TS** = Apabila anda merasa **Tidak Setuju (2)**
 - RR** = Apabila anda merasa **Ragu Ragu (3)**
 - S** = Apabila anda merasa **Sangat Setuju (4)**
 - SS** = Apabila anda merasa **Sangat Setuju (5)**
6. Dimohon dalam memberikan jawaban tidak ada pernyataan yang terlewatkan

Kuisisioner Penelitian

Kualitas Pelayanan (X1)		Skor				
No	Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS
A	Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)					
1.	Karyawan kopi Janji Jiwa berpenampilan rapih dan menarik					
B	Keandalan (<i>Reliability</i>)					
2.	Karyawan kopi Janji Jiwa melayani pelanggan dengan ramah dan sopan					
C	Ketanggapan (<i>Responsiveness</i>)					
3.	Karyawan kopi Janji Jiwa cepat tanggap dalam melayani pelanggan					
D	Jaminan (<i>Assurance</i>)					
4.	Karyawan kopi Janji Jiwa menjamin kualitas pelayanan dengan baik					
E	Empati (<i>empathy</i>)					
5.	Karyawan kopi Janji Jiwa memberikan perhatian secara penuh kepada pelanggan					

Nilai yang Dirasakan (X2)		Skor				
No	Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS
A	Nilai emosional (<i>Emosional value</i>)					
1.	Saya puas dengan pengalaman saya terhadap kopi Janji Jiwa					
B	Nilai sosial (<i>Sosial value</i>)					
2.	Kopi Janji Jiwa memberikan kesan yang baik bagi diri saya dan orang lain					
C	Nilai Kualitas (<i>Quality/performance value</i>)					
3.	Kopi Janji Jiwa memiliki kualitas yang baik dan dapat dipercaya					
D	Nilai harga (<i>Price value</i>)					
4.	Harga kopi Janji Jiwa sesuai dengan harga yang ditawarkan					

Kepuasan Pelanggan (Z)		Skor				
No	Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS
A	Kesesuaian harapan					
1.	Apa yang saya dapatkan dari kopi Janji Jiwa sesuai dengan yang saya harapkan					
B	Minat beli ulang /berkunjung kembali					
2.	Saya tertarik untuk Kembali membeli produk kopi Janji Jiwa					
C	Kesediaan merekomendasikan					
3.	Saya bersedia memberikan informasi dan merekomendasikan kopi Janji Jiwa kepada kerabat					

Nilai yang Dirasakan (Y)		Skor				
No	Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS
A	Niat transaksional					
1.	Saya akan kembali membeli produk kopi Janji Jiwa					
B	Niat referensial					
2.	Saya akan merekomendasikan kopi Janji Jiwa kepada orang lain					
C	Niat preferensial					
3.	saya memilih kopi Janji Jiwa dibanding kopi lainnya					
D	Niat eksploratif					
4.	Saya berniat mencoba produk baru kopi Janji Jiwa					

Lampiran 2 Tabulasi Kuesioner

Respon den	Kualitas Pelayanan (X1)					Nilai yang Dirasakan (X2)				Kepuasan Pelanggan (Z)			Niat Pembelian Ulang (Y)			
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Z.1	Z.2	Z.3	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4
1	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4
2	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	3	5	4	4	4
4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	1	5
5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4
6	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5
7	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4
8	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
9	4	4	3	4	5	5	4	4	3	4	4	3	5	4	2	4
10	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5
11	4	5	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
12	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4
13	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	3	4	4	3	4	4
14	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4
15	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5
16	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	3	4	4	3	4
17	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5
18	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5
19	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	3	4
20	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
21	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
22	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4
24	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4
25	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4
26	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4
27	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
28	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4
29	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4
30	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	2	4
31	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3
32	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4
33	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
34	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
37	4	4	4	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3
38	4	4	4	5	4	3	3	3	4	4	5	4	4	4	5	3
39	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
40	4	5	4	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	5	3
41	4	4	5	5	4	3	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4

Respon den	Kualitas Pelayanan (X1)					Nilai yang Dirasakan (X2)				Kepuasan Pelanggan (Z)			Niat Pembelian Ulang (Y)			
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Z.1	Z.2	Z.3	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4
42	4	5	4	5	4	3	3	4	4	4	5	4	3	3	3	4
43	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	3	3
44	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4
45	5	5	5	4	4	4	4	4	3	5	5	4	3	3	3	4
46	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4
47	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
48	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	3
49	5	5	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4
50	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3
51	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4
52	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
53	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4
54	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3
55	5	5	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4
56	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
57	4	4	4	5	4	4	3	3	4	5	5	4	4	4	4	4
58	4	4	3	3	3	3	3	3	4	5	4	3	4	4	2	4
59	4	5	5	5	5	3	2	3	5	5	5	4	4	4	4	4
60	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4
61	5	5	4	5	4	5	3	4	4	5	4	4	4	3	3	4
62	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
63	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3
64	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	2	3
65	3	3	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	3	4
66	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4
67	4	3	5	5	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4
68	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
69	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	3	4
70	4	4	5	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3
71	4	5	3	4	5	3	2	3	4	4	5	4	4	4	3	4
72	5	5	5	4	4	3	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4
73	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4
74	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4
75	4	5	4	4	3	2	3	3	5	5	5	4	3	3	2	4
76	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	2	4
77	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	3	4	4	3	3	4
78	5	4	4	5	5	4	3	2	5	5	4	4	4	4	2	3
79	4	5	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4
80	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
81	4	4	4	4	4	4	3	3	5	5	4	4	3	3	4	4
82	5	4	4	3	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	3	4
83	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	3	3	4

Respon den	Kualitas Pelayanan (X1)					Nilai yang Dirasakan (X2)				Kepuasan Pelanggan (Z)			Niat Pembelian Ulang (Y)			
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Z.1	Z.2	Z.3	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4
84	4	5	5	4	5	3	3	4	4	5	4	4	4	4	2	3
85	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4
86	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	3	4	4
87	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3
88	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3
89	5	4	5	4	4	3	3	4	4	4	5	4	4	4	3	4
90	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4
91	4	4	5	4	4	3	3	3	5	5	5	4	4	4	4	4
92	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4
93	3	4	4	5	4	3	3	3	4	4	5	4	4	4	4	4
94	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4
95	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5
96	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3
97	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	1	5
98	3	3	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4
99	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4
100	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4
101	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
102	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4
103	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	5	4	2	4
104	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4
105	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
106	4	4	3	5	4	5	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4
107	5	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3
108	4	3	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4
109	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5
110	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5
111	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4
112	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	3	4
113	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
114	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4
115	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4
116	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4
117	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	5	4	4	4	3	4
118	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
119	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	5	5	4	4	4
120	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	5	5	4	4	3	4
121	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5
122	5	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
123	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4
124	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4
125	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4

Respon den	Kualitas Pelayanan (X1)					Nilai yang Dirasakan (X2)				Kepuasan Pelanggan (Z)			Niat Pembelian Ulang (Y)			
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Z.1	Z.2	Z.3	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4
126	5	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3
127	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
128	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
129	4	4	4	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4
130	5	5	4	4	5	3	3	3	4	4	5	4	4	4	5	3
131	4	4	4	4	4	4	3	3	4	5	5	5	4	4	4	3
132	4	4	4	5	4	3	3	4	4	4	5	5	3	4	2	4
133	3	3	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	3	4	3
134	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4
135	4	4	5	5	5	4	3	3	5	5	5	5	4	3	3	4
136	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4
137	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	3	5	4
138	4	4	5	4	4	4	3	4	5	5	4	4	4	4	3	3
139	4	5	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3
140	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
141	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4
142	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	3
143	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
144	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3
145	5	5	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4
146	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
147	5	5	4	5	4	4	3	4	4	5	5	5	4	4	4	4
148	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	2	4
149	5	5	5	5	5	4	3	3	4	5	5	5	5	4	3	4
150	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4
151	4	4	4	5	4	4	3	3	5	5	4	5	3	4	4	3
152	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
153	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3
154	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3
155	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	3	4
156	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4
157	5	5	5	4	4	4	3	3	4	4	4	5	4	4	3	4
158	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
159	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	2	4	3	3	4
160	4	4	5	4	4	3	3	4	4	4	4	5	4	4	4	3
161	5	5	4	4	4	3	3	3	4	5	5	4	4	3	4	4
162	4	3	5	4	4	4	3	3	4	5	5	4	4	4	4	4
163	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	3	4
164	4	4	4	4	4	3	3	3	5	5	5	5	3	3	2	4
165	4	3	3	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	3	3	4
166	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	2	4	3	3	4	4
167	4	4	4	4	5	4	3	4	5	5	4	5	4	4	2	3

Respon den	Kualitas Pelayanan (X1)					Nilai yang Dirasakan (X2)				Kepuasan Pelanggan (Z)			Niat Pembelian Ulang (Y)			
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Z.1	Z.2	Z.3	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4
168	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	5	3	3	4	4
169	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4
170	4	4	4	4	5	4	3	3	5	5	4	5	4	3	3	4
171	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	3	3
172	5	5	4	5	5	3	3	4	4	5	4	2	4	4	2	3
173	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4
174	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	3	4
175	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4
176	4	4	5	4	4	4	3	3	4	4	5	4	4	4	3	4
177	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4
178	5	4	4	5	5	3	3	3	5	5	5	4	4	4	4	4
179	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3
180	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4
181	4	4	5	4	4	4	3	3	4	5	4	5	4	3	3	4
182	5	4	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4
183	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
184	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	3	5	4	4	4
185	3	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	3	4
186	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4
187	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5
188	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4
189	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
190	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4
191	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5
192	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3
193	3	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4
194	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5
195	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4
196	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
197	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
198	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5
199	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4
200	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4

Lampiran 3: Output SPSS 29.0

1. Uji Validitas

a. Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Kualitas Pelayanan
X1.1	Pearson Correlation	1	,542**	,193**	,222**	,253**	,637**
	Sig. (2-tailed)		<,001	,006	,002	<,001	<,001
	N	200	200	200	200	200	200
X1.2	Pearson Correlation	,542**	1	,207**	,298**	,212**	,653**
	Sig. (2-tailed)	<,001		,003	<,001	,003	<,001
	N	200	200	200	200	200	200
X1.3	Pearson Correlation	,193**	,207**	1	,458**	,457**	,673**
	Sig. (2-tailed)	,006	,003		<,001	<,001	<,001
	N	200	200	200	200	200	200
X1.4	Pearson Correlation	,222**	,298**	,458**	1	,545**	,745**
	Sig. (2-tailed)	,002	<,001	<,001		<,001	<,001
	N	200	200	200	200	200	200
X1.5	Pearson Correlation	,253**	,212**	,457**	,545**	1	,722**
	Sig. (2-tailed)	<,001	,003	<,001	<,001		<,001
	N	200	200	200	200	200	200
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	,637**	,653**	,673**	,745**	,722**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	200	200	200	200	200	200

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

b. Variabel Nilai yang dirasakan (X2)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Nilai yang Dirasakan
X2.1	Pearson Correlation	1	,664**	,462**	,232**	,832**
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001	<,001
	N	200	200	200	200	200
X2.2	Pearson Correlation	,664**	1	,627**	,145*	,846**
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	,041	<,001
	N	200	200	200	200	200
X2.3	Pearson Correlation	,462**	,627**	1	,062	,719**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		,385	<,001
	N	200	200	200	200	200
X2.4	Pearson Correlation	,232**	,145*	,062	1	,495**
	Sig. (2-tailed)	<,001	,041	,385		<,001
	N	200	200	200	200	200
Nilai yang Dirasakan	Pearson Correlation	,832**	,846**	,719**	,495**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	200	200	200	200	200

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

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

c. Variabel Kepuasan Pelanggan (Z)

Correlations

		Z.1	Z.2	Z.3	Kepuasan Pelanggan
Z.1	Pearson Correlation	1	,464**	,456**	,803**
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001
	N	200	200	200	200

Z.2	Pearson Correlation	,464**	1	,398**	,786**
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001
	N	200	200	200	200
Z.3	Pearson Correlation	,456**	,398**	1	,785**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001
	N	200	200	200	200
Kepuasan Pelanggan	Pearson Correlation	,803**	,786**	,785**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	
	N	200	200	200	200

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

d. Variabel Niat Pembelian Ulang (Y)

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Niat Pembelian Ulang
Y.1	Pearson Correlation	1	,530**	,163*	,440**	,729**
	Sig. (2-tailed)		<,001	,021	<,001	<,001
	N	200	200	200	200	200
Y.2	Pearson Correlation	,530**	1	,251**	,442**	,773**
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001	<,001
	N	200	200	200	200	200
Y.3	Pearson Correlation	,163*	,251**	1	,159*	,627**
	Sig. (2-tailed)	,021	<,001		,024	<,001
	N	200	200	200	200	200
Y.4	Pearson Correlation	,440**	,442**	,159*	1	,682**

	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	,024		<,001
	N	200	200	200	200	200
Niat Pembelian Ulang	Pearson Correlation	,729**	,773**	,627**	,682**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	200	200	200	200	200

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

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

2. Uji Reliabilitas

a. Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,720	5

b. Variabel Nilai yang dirasakan (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,701	4

c. Variabel Kepuasan Pelanggan (Z)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,701	3

d. Variabel Niat Pembelian Ulang (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,639	4

3. Uji Asumsi Klasik

a. Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		200	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000	
	Std. Deviation	1,28653311	
Most Extreme Differences	Absolute	,056	
	Positive	,056	
	Negative	-,048	
Test Statistic		,056	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		,200 ^d	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	,134	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,125
		Upper Bound	,143

- a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. This is a lower bound of the true significance.
e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 299883525.

b. Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Error Std.	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1,881	1,167		1,613	,108		
Kualitas Pelayanan	,133	,055	,161	2,414	,017	,657	1,522
Nilai yang Dirasakan	,523	,056	,522	9,320	<,001	,925	1,081
Kepuasan Pelanggan	,189	,082	,154	2,312	,022	,651	1,535

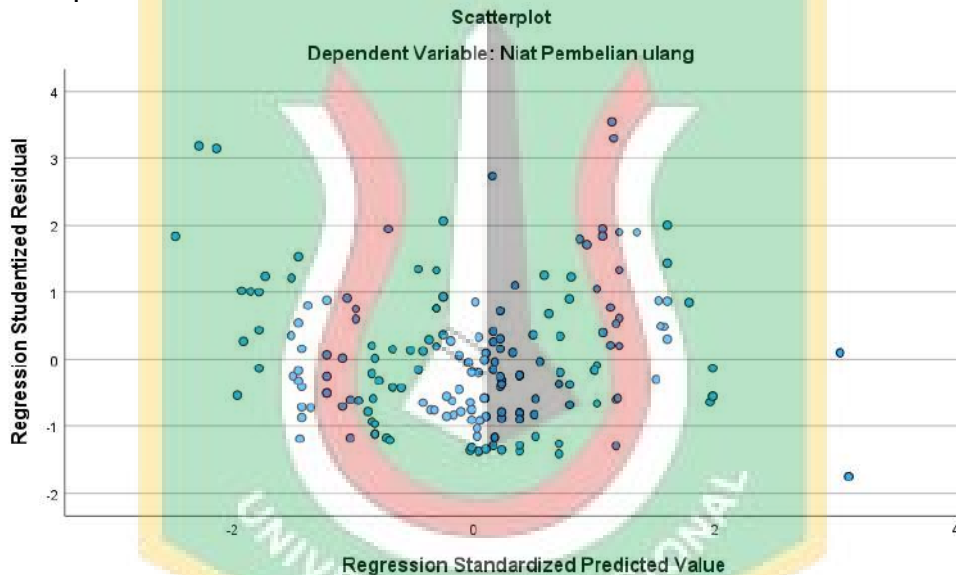
a. Dependent Variable: Niat Pembelian Ulang

c. Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,904	,047		19,273	<,001
Kualitas Pelayanan	,015	,064	,022	,231	,818
Nilai yang Dirasakan	,065	,049	,098	1,342	,181
Kepuasan Pelanggan	-,042	,064	-,063	-,648	,518

a. Dependent Variable: ABS_RES



4. Analisa Regresi Berganda

a. Model 1

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3,352	,987		3,395	<,001
Kualitas Pelayanan	,373	,040	,550	9,298	<,001
Nilai yang Dirasakan	,099	,048	,122	2,057	,041

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Model 2

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	1,881	1,167		1,613	,108
Kualitas Pelayanan	,133	,055	,161	2,414	,017
Nilai yang Dirasakan	,523	,056	,522	9,320	<,001
Kepuasan Pelanggan	,189	,082	,154	2,312	,022

a. Dependent Variable: Niat Pembelian Ulang

5. Uji Kelayakan Model

a. Uji F

1) Model 1

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	134,324	2	67,162	52,706	<,001 ^b
	Residual	251,031	197	1,274		
	Total	385,355	199			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Nilai yang Dirasakan, Kualitas Pelayanan

2) Model 2

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	249,102	3	83,034	49,410	<,001 ^b
	Residual	329,378	196	1,681		
	Total	578,480	199			

a. Dependent Variable: Niat Pembelian Ulang

b. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan, Nilai yang Dirasakan, Kualitas Pelayanan

b. Uji R²

1) Model 1

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,773 ^a	,598	,594	,67730

a. Predictors: (Constant), Nilai yang Dirasakan, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

2) Model 2

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,823 ^a	,677	,673	,77780

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan, Nilai yang Dirasakan, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Niat Pembelian Ulang

6. Uji Hipotesis

a. Uji t

b. Model 1

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3,352	,987		3,395	<,001
Kualitas Pelayanan	,373	,040	,550	9,298	<,001
Nilai yang Dirasakan	,099	,048	,122	2,057	,041

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

c. Model 2

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,881	1,167		1,613	,108
Kualitas Pelayanan	,133	,055	,161	2,414	,017
Nilai yang Dirasakan	,523	,056	,522	9,320	<,001
Kepuasan Pelanggan	,189	,082	,154	2,312	,022

a. Dependent Variable: Niat Pembelian Ulang

d. Uji Sobel

1) Model 1

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4,516	,816		5,537	<,001
Kualitas Pelayanan	,392	,039	,578	9,978	<,001

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	7,503	1,196		6,271	<,001
Kualitas Pelayanan	,192	,066	,231	2,912	,004
Kepuasan Pelanggan	,300	,097	,245	3,090	,002

a. Dependent Variable: Niat Pembelian Ulang

2) Model 2

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9,398	,889		10,572	<,001
Nilai yang Dirasakan	,205	,056	,250	3,640	<,001

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3,018	1,080		2,794	,006
Nilai yang Dirasakan	,538	,056	,538	9,539	<,001
Kepuasan Pelanggan	,298	,069	,243	4,320	<,001

a. Dependent Variable: Niat Pembelian Ulang



Lampiran 4: Daftar Tabel

1. Tabel r

Tabel r untuk df = 151 - 200

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
151	0.1335	0.1587	0.1879	0.2077	0.2635
152	0.1330	0.1582	0.1873	0.2070	0.2626
153	0.1326	0.1577	0.1867	0.2063	0.2618
154	0.1322	0.1572	0.1861	0.2057	0.2610
155	0.1318	0.1567	0.1855	0.2050	0.2602
156	0.1313	0.1562	0.1849	0.2044	0.2593
157	0.1309	0.1557	0.1844	0.2037	0.2585
158	0.1305	0.1552	0.1838	0.2031	0.2578
159	0.1301	0.1547	0.1832	0.2025	0.2570
160	0.1297	0.1543	0.1826	0.2019	0.2562
161	0.1293	0.1538	0.1821	0.2012	0.2554
162	0.1289	0.1533	0.1815	0.2006	0.2546
163	0.1285	0.1528	0.1810	0.2000	0.2539
164	0.1281	0.1524	0.1804	0.1994	0.2531
165	0.1277	0.1519	0.1799	0.1988	0.2524
166	0.1273	0.1515	0.1794	0.1982	0.2517
167	0.1270	0.1510	0.1788	0.1976	0.2509
168	0.1266	0.1506	0.1783	0.1971	0.2502
169	0.1262	0.1501	0.1778	0.1965	0.2495
170	0.1258	0.1497	0.1773	0.1959	0.2488
171	0.1255	0.1493	0.1768	0.1954	0.2481
172	0.1251	0.1488	0.1762	0.1948	0.2473
173	0.1247	0.1484	0.1757	0.1942	0.2467
174	0.1244	0.1480	0.1752	0.1937	0.2460
175	0.1240	0.1476	0.1747	0.1932	0.2453
176	0.1237	0.1471	0.1743	0.1926	0.2446
177	0.1233	0.1467	0.1738	0.1921	0.2439
178	0.1230	0.1463	0.1733	0.1915	0.2433
179	0.1226	0.1459	0.1728	0.1910	0.2426
180	0.1223	0.1455	0.1723	0.1905	0.2419
181	0.1220	0.1451	0.1719	0.1900	0.2413
182	0.1216	0.1447	0.1714	0.1895	0.2406
183	0.1213	0.1443	0.1709	0.1890	0.2400
184	0.1210	0.1439	0.1705	0.1884	0.2394
185	0.1207	0.1435	0.1700	0.1879	0.2387
186	0.1203	0.1432	0.1696	0.1874	0.2381
187	0.1200	0.1428	0.1691	0.1869	0.2375
188	0.1197	0.1424	0.1687	0.1865	0.2369
189	0.1194	0.1420	0.1682	0.1860	0.2363
190	0.1191	0.1417	0.1678	0.1855	0.2357
191	0.1188	0.1413	0.1674	0.1850	0.2351
192	0.1184	0.1409	0.1669	0.1845	0.2345
193	0.1181	0.1406	0.1665	0.1841	0.2339
194	0.1178	0.1402	0.1661	0.1836	0.2333
195	0.1175	0.1398	0.1657	0.1831	0.2327
196	0.1172	0.1395	0.1652	0.1827	0.2321
197	0.1169	0.1391	0.1648	0.1822	0.2315
198	0.1166	0.1388	0.1644	0.1818	0.2310
199	0.1164	0.1384	0.1640	0.1813	0.2304
200	0.1161	0.1381	0.1636	0.1809	0.2298

3. Tabel t

Titik Persentase Distribusi t (df = 161 –200)

Pr df	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
161	0.67602	1.28683	1.65437	1.97481	2.34973	2.60671	3.14162
162	0.67601	1.28680	1.65431	1.97472	2.34959	2.60652	3.14130
163	0.67600	1.28677	1.65426	1.97462	2.34944	2.60633	3.14098
164	0.67599	1.28673	1.65420	1.97453	2.34930	2.60614	3.14067
165	0.67598	1.28670	1.65414	1.97445	2.34916	2.60595	3.14036
166	0.67597	1.28667	1.65408	1.97436	2.34902	2.60577	3.14005
167	0.67596	1.28664	1.65403	1.97427	2.34888	2.60559	3.13975
168	0.67595	1.28661	1.65397	1.97419	2.34875	2.60541	3.13945
169	0.67594	1.28658	1.65392	1.97410	2.34862	2.60523	3.13915
170	0.67594	1.28655	1.65387	1.97402	2.34848	2.60506	3.13886
171	0.67593	1.28652	1.65381	1.97393	2.34835	2.60489	3.13857
172	0.67592	1.28649	1.65376	1.97385	2.34822	2.60471	3.13829
173	0.67591	1.28646	1.65371	1.97377	2.34810	2.60455	3.13801
174	0.67590	1.28644	1.65366	1.97369	2.34797	2.60438	3.13773
175	0.67589	1.28641	1.65361	1.97361	2.34784	2.60421	3.13745
176	0.67589	1.28638	1.65356	1.97353	2.34772	2.60405	3.13718
177	0.67588	1.28635	1.65351	1.97346	2.34760	2.60389	3.13691
178	0.67587	1.28633	1.65346	1.97338	2.34748	2.60373	3.13665
179	0.67586	1.28630	1.65341	1.97331	2.34736	2.60357	3.13638
180	0.67586	1.28627	1.65336	1.97323	2.34724	2.60342	3.13612
181	0.67585	1.28625	1.65332	1.97316	2.34713	2.60326	3.13587
182	0.67584	1.28622	1.65327	1.97308	2.34701	2.60311	3.13561
183	0.67583	1.28619	1.65322	1.97301	2.34690	2.60296	3.13536
184	0.67583	1.28617	1.65318	1.97294	2.34678	2.60281	3.13511
185	0.67582	1.28614	1.65313	1.97287	2.34667	2.60267	3.13487
186	0.67581	1.28612	1.65309	1.97280	2.34656	2.60252	3.13463
187	0.67580	1.28610	1.65304	1.97273	2.34645	2.60238	3.13438
188	0.67580	1.28607	1.65300	1.97266	2.34635	2.60223	3.13415
189	0.67579	1.28605	1.65296	1.97260	2.34624	2.60209	3.13391
190	0.67578	1.28602	1.65291	1.97253	2.34613	2.60195	3.13368
191	0.67578	1.28600	1.65287	1.97246	2.34603	2.60181	3.13345
192	0.67577	1.28598	1.65283	1.97240	2.34593	2.60168	3.13322
193	0.67576	1.28595	1.65279	1.97233	2.34582	2.60154	3.13299
194	0.67576	1.28593	1.65275	1.97227	2.34572	2.60141	3.13277
195	0.67575	1.28591	1.65271	1.97220	2.34562	2.60128	3.13255
196	0.67574	1.28589	1.65267	1.97214	2.34552	2.60115	3.13233
197	0.67574	1.28586	1.65263	1.97208	2.34543	2.60102	3.13212
198	0.67573	1.28584	1.65259	1.97202	2.34533	2.60089	3.13190
199	0.67572	1.28582	1.65255	1.97196	2.34523	2.60076	3.13169
200	0.67572	1.28580	1.65251	1.97190	2.34514	2.60063	3.13148

Lampiran 5 : Logbook Bimbingan Proposal



UNIVERSITAS NASIONAL FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

S1- Manajemen, S1- Akuntansi, dan S1- Pariwisata

Jl. Sateo Manda No. 61 Pejayan, Pasar Minggu, Jakarta 12520 Telp. (021) 78033307, 7806700 (Hunting) Fax. 7802718, 7802719

P.O. Box 4741 Jakarta 12047 Homepage : <http://www.unas.ac.id> E-mail : fbunaa49@gmail.com

KONSULTASI BIMBINGAN

Npm : 193402516350
 Nama : TIDARNURAINI
 Program Studi : Manajemen
 Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

KONSULTASI PEMBIMBING PROPOSAL

Tanggal	Materi Konsultasi	Status
14 November, 2022	bab 1-3	Sudah Ditanggapi

KONSULTASI PEMBIMBING TUGAS AKHIR

Tanggal	Materi Konsultasi	Status
11 December, 2022	bimbingan revisi 1	Sudah Ditanggapi
12 December, 2022	kuisitorer penelitian	Sudah Ditanggapi
1 February, 2023	bab 4	Sudah Ditanggapi
1 February, 2023	bab 5	Sudah Ditanggapi
5 February, 2023	revisi hasil bab 4	Sudah Ditanggapi
5 February, 2023	revisi bab 5	Sudah Ditanggapi
5 February, 2023	acc lembar persetujuan	Sudah Ditanggapi
6 February, 2023	keseluruhan isi skripsi	Sudah Ditanggapi

Lampiran 6 : Hasil cek Turnitin

TIDARNURAINI - TA

ORIGINALITY REPORT

12%

SIMILARITY INDEX

10%

INTERNET SOURCES


5%

PUBLICATIONS

8%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES



1	Submitted to Universitas Nasional Student Paper	6%
2	ocs.unud.ac.id Internet Source	2%
3	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	1%
4	text-id.123dok.com Internet Source	1%
5	dspace.uii.ac.id Internet Source	1%
6	repository.unj.ac.id Internet Source	1%
7	journal.perbanas.ac.id Internet Source	1%
8	jp.feb.unsoed.ac.id Internet Source	1%

Exclude quotes On

Exclude matches < 1%

Exclude bibliography On