

SKRIPSI

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, LOKASI, KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS
PELANGGAN PADA TOKO ANNISA TAMBAK CEMANDI SEDATI
SIDOARJO**



Oleh :

YUDHA PERMANA
NBI : 1211900157

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2023

SKRIPSI

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, LOKASI, KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELAGGAN DAN LOYALITAS
PELANGGAN PADA TOKO ANNISA TAMBAK CEMANDI SEDATI
SIDOARJO**



Yudha Permana

NBI: 1211900157

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2023**

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, LOKASI, KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS
PELANGGAN PADA TOKO ANNISA TAMBAK CEMANDI SEDATI
SIDORJO**

Skripsi

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Mendapatkan Gelar Sarjana
Ekonomi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis.**

**Oleh :
Yudha Permana
1211900157**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2023**

Lembar Persetujuan dari Dosen Pembimbing

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama Lengkap : Yudha Permana
NBI : 1211900157
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Judul skripsi :
PENGARUH PERSEPSI HARGA, LOKASI, KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELAGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA
TOKO ANNISA TAMBAK CEMANDI SEDATI SIDOARJO

Surabaya, 21 Juni 2023
Mengetahui/Menyetujui Pembimbing,



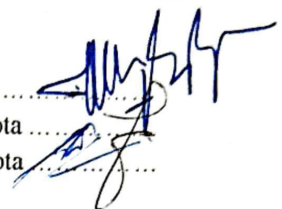
Dr. Nekky Rahmiyati, MM

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Dipertahankan didepan sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada tanggal 27 Juni 2023

TIM PENGUJI

1. Dr. Nekky Rahmiyati, MM. - Ketua
2. Dr. Ulfi Pristiana, M.Si. - Anggota
3. Dra. Ec. Erwin Dyah Astawinetu, MM. - Anggota



Mengesahkan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Dekan,



Prof. Dr. H. Slamet Rivadi, M.Si., Ak., CA.

NPP : 20220.93.0319

SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT

Saya, yang bertanda tangan dibawah ini :

1. Nama Lengkap (KTP) : Yudha Permana (L/P)
2. NBI : 121900157
3. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
4. Program Studi : Manajemen
5. NIK (KTP) : 3515171508000004
6. Alamat Rumah (KTP) : Gisik Cemandi, RT.003/RW.001, Kecamatan Sedati,
Kabupaten. Sidoarjo

Dengan ini menyatakan skripsi yang berjudul :

Pengaruh Persepsi Harga, Lokasi, Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan pada Toko Annisa Tambak Cemandi Sedati Sidoarjo

Adalah benar-benar hasil rancangan, tulisan dan pemikiran saya sendiri, dan bukan merupakan hasil plagiat atau menyalin atau menyadur dari karya tulis ilmiah orang lain baik berupa Artikel, Skripsi, Tesis maupun Disertasi.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, jika dikemudian hari ternyata terbukti bahwa Skripsi yang saya tulis adalah hasil Plagiat maka saya bersedia menerima sanksi apapun atas perbuatan saya dan bertanggung jawab secara mandiri tanpa ada sangkut pautnya dengan Dosen Pembimbing dan Kelembagaan Fak. Ekonomi dan Bisnis Untag Surabaya.

Surabaya, 21 Juni 2023

Yang membuat Meterai


(Yudha Permana)



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
Jl.Semolowaru 45 Surabaya
Tlp. 031 593 1800 (ex.311)
Email: perpus@untag-sby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya mahasiswa:

Nama : Yudha Permana

NBI : 1211900157

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Jenis Karya : Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi/Laporan Penelitian/Makalah

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Nonexclusive Royalty-Free Right*)**, atas karya saya yang berjudul: **“PENGARUH PERSEPSI HARGA, LOKASI, KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA TOKO ANNISA TAMBAK CEMANDI SEDATI SIDOARJO”**.

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Nonexclusive Royalty-Free Right*)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum nama saya sebagai penulis.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Pada Tanggal : 20 Juli 2022

Surabaya, 20 Juli 2023

Yang Membuat,



KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya sehingga saya diberikan kesempatan untuk melanjutkan pendidikan Program Sarjana Ekonomi dan menyelesaikan skripsi ini dengan penuh kebanggaan. Saya mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan membimbing saya dalam menempuh pendidikan dan menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya saya tunjukkan kepada :

1. Dr. Nekky Rahmiyati, MM. Selaku pembimbing yang telah banyak memberikan pengarahan, bimbingan, dan tambahan ilmu serta wawasannya. Saya sangat berterima kasih atas waktu yang telah diberikan untuk membimbing, mengoreksi, serta memberikan saran dalam pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi ini. Terima kasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya.
2. Prof. Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPAI. Selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menuntut ilmu dan menyelesaikan pendidikan program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Prof. Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA. Selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, atas kesempatan dan fasilitas serta bimbingan yang telah diberikan kepada saya selama menempuh proses di perkuliahan pada pendidikan Program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Dr. Ulfi Pristiana, M.Si. selaku Kepala Program Studi Manajemen, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk boleh melaksanakan penelitian. Terima kasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya.
5. Seluruh Staff dan Karyawan Tata Usaha di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah banyak mendukung dan membantu saya dari awal perkuliahan hingga ujian skripsi ini
6. Seluruh sahabat dan Teman-teman di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, terutama yang telah banyak membantu, memberi semangat dan doa serta bantuan dalam menjalani proses perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Dengan segala kelebihan serta kekurangan yang ada, saya menyadari bahwa

masih banyak cacat cela dalam skripsi ini dan saya terbuka menerima saran dan kritik untuk perbaikan. Motto saya adalah “Orang berilmu tentu memiliki kepribadian tangguh, yang bisa membawa diri, keluarga dan orang lain menuju kebahagiaan, serta bernilai manfaat bagi sesama.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi saya dan para pembaca Terima kasih.

Surabaya, 21 Juni 2023

Penulis



Yudha Permana

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh persepsi harga, lokasi, kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan pada Toko Annisa Tambak Cemandi Sedati. populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah para konsumen Toko Annisa. Sampel yang diambil berjumlah 94 orang, teknik pengumpulan data penelitian ini menggunakan data primer dengan kuisioner dan jenis data yang digunakan dalam penelitian ini bersifat kuantitatif. Metode pengolahan data menggunakan metode PLS (Partial Least Square) dengan bantuan program SmartPLS versi 4.0.9.3

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Persepsi Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan,. Kemudian variabel Persepsi Harga berpengaruh tidak signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Kemudian Lokasi berpengaruh tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Variabel Lokasi berpengaruh tidak signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Kemudian variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Kemudian Variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh tidak signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Kemudian Kepuasan Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan . Kemudian Variabel Persepsi Harga berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan . Kemudian Variabel Lokasi berpengaruh tidak signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan . Kemudian Variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan

Kata Kunci: Persepsi Harga, Lokasi, Kualitas Pelayanan, KepuasanPelanggan, Loyalitas Pelanggan.

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of perceived price, location, service quality on customer satisfaction and customer loyalty at the Annisa Tambak Cemandi Sedati Store. The population taken in this study is the consumers of Toko Annisa. The samples taken amounted to 94 people, the data collection technique of this study used primary data with a questionnaire and the type of data used in this study was quantitative. The data processing method uses the PLS (Partial Least Square) method with the help of the SmartPLS program version 4.0.9.3

The results of this study indicate that the price perception variable has a significant effect on customer satisfaction. Then the price perception variable has no significant effect on customer loyalty. Then Location has no significant effect on Customer Satisfaction. Location Variable has no significant effect on Customer Loyalty. Then the variable Service Quality has a significant effect on Customer Satisfaction. Then the Service Quality Variable has no significant effect on Customer Loyalty. Then Customer Satisfaction has a significant effect on Customer Loyalty. Then the Price Perceived Variable has a significant effect on Customer Loyalty through Customer Satisfaction. Then the Location Variable has no significant effect on Customer Loyalty through Customer Satisfaction. Then the Service Quality Variable has a significant effect on Customer Loyalty through Customer Satisfaction

Keywords: *Perceived Price, Location, Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty.*

RINGKASAN

Toko Annisa minimarket yang ada di Tambak Cemandi. Kehadiran akan minimarket merupakan salah satu tuntutan perubahan gaya hidup masyarakat kota maupun masyarakat desa. Kondisi yang seperti ini menggambarkan suatu keadaan yang terjadi bahwa masyarakat menjadi semakin berpikir kritis dan praktis dalam memilih tempat perbelanjaan. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh persepsi harga, lokasi, kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Sampel yang diambil berjumlah 94 orang, teknik pengumpulan data penelitian ini menggunakan data primer dengan kuisioner dan jenis data yang digunakan dalam penelitian ini bersifat kuantitatif. Metode pengolahan data menggunakan metode PLS (Partial Least Square) dengan bantuan program SmartPLS versi 4.0.9.3

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variable Persepsi Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, Memberikan jalur sebesar 0,461 dan memiliki nilai p-values 0,000 serta nilai T-stastistik sebesar 5,240 (T-stastistik >T-tabel 1,96). Maka dapat dinyatakan diterima. Persepsi Harga berpengaruh tidak signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, Memberikan jalur sebesar -0,012 dan memiliki nilai p-values 0,863 serta nilai T-stastistik sebesar 0,172 (T-stastistik >T-tabel 1,96). Maka dapat dinyatakan ditolak. Lokasi berpengaruh tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, Memberikan jalur sebesar -0,018 dan memiliki nilai p-values 0,834 serta nilai T-stastistik sebesar 0,210 (T-stastistik >T-tabel 1,96). Maka dapat dinyatakan ditolak. Lokasi berpengaruh tidak signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, Memberikan jalur sebesar -0,012 dan memiliki nilai p-values 0,834 serta nilai T-stastistik sebesar 0,210 (T-stastistik >T-tabel 1,96). Maka dapat dinyatakan ditolak. Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, Memberikan jalur sebesar 0,385 dan memiliki nilai p-values 0,000 serta nilai T-stastistik sebesar 5,933 (T-stastistik >T-tabel 1,96). Maka dapat dinyatakan diterima. Kualitas Pelayanan berpengaruh tidak signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, Memberikan jalur sebesar 0,037 dan memiliki nilai p-values 0,561 serta nilai T-stastistik sebesar 0,582 (T-stastistik >T-tabel 1,96). Maka dapat dinyatakan ditolak. Kualitas Pelayanan berpengaruh tidak signifikan terhadap Loyalitas pelanggan, Memberikan jalur sebesar 0,037 dan memiliki nilai p-values 0,561 serta nilai T-stastistik sebesar 0,582 (T-stastistik >T-tabel 1,96). Maka dapat dinyatakan ditolak.

Berdasarkan hasil penelitian, dan pembahasan pada bab sebelumnya maka dapat disimpulkan beberapa hal antara lain : Persepsi Harga berpengaruh signifikan

terhadap Kepuasan Pelanggan pada. Persepsi Harga berpengaruh tidak signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Lokasi berpengaruh tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Lokasi berpengaruh tidak signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan . Kualitas Pelayanan berpengaruh tidak signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Kepuasan Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan

SUMMARY

Toko Annisa minimarket in Tambak Cemandi. *The presence of minimarkets is one of the demands for lifestyle changes in urban and rural communities. Conditions like this describe a situation that occurs where people are becoming increasingly critical and practical in choosing shopping places. The purpose of this research is to analyze the effect of perceived price, location, service quality on customer satisfaction and customer loyalty. The samples taken amounted to 94 people, the data collection technique of this study used primary data with a questionnaire and the type of data used in this study was quantitative. The data processing method uses the PLS (Partial Least Square) method with the help of the SmartPLS program version 4.0.9.3*

The results of this study indicate that the price perception variable has a significant effect on customer satisfaction, giving a path of 0.461 and having a p-value of 0.000 and a T-statistics value of 5.240 (T-statistics > T-table 1.96). So it can be declared acceptable. Price perception has no significant effect on customer loyalty, giving a path of -0.012 and has a p-value of 0.863 and a T-statistics value of 0.172 (T-statistics > T-table 1.96). Then it can be declared rejected. Location has no significant effect on customer satisfaction, giving a path of -0.018 and has a p-value of 0.834 and a T-statistics value of 0.210 (T-statistics > T-table 1.96). Then it can be declared rejected. Location has no significant effect on Customer Loyalty, Providing a path of -0.012 and has a p-value of 0.834 and a T-statistics value of 0.210 (T-statistics > T-table 1.96). Then it can be declared rejected. Service quality has a significant effect on customer satisfaction, giving a path of 0.385 and having a p-value of 0.000 and a T-statistics value of 5.933 (T-statistics > T-table 1.96). So it can be declared acceptable. Service Quality has no significant effect on Customer Loyalty, giving a path of 0.037 and has a p-value of 0.561 and a T-statistics value of 0.582 (T-statistics > T-table 1.96). Then it can be declared rejected. Service quality has no significant effect on customer loyalty, giving a path of 0.037 and having a p-value of 0.561 and a T-statistics value of 0.582 (T-statistics > T-table 1.96). Then it can be declared rejected.

Based on the results of the research, and the discussion in the previous chapter, it can be concluded several things, including: Perceived Price has a significant effect on Customer Satisfaction in. Price Perception has no significant effect on Customer Loyalty. Location has no significant effect on customer satisfaction. Location has no significant effect on Customer Loyalty. Service Quality has a significant effect on Customer Satisfaction. Service Quality has no significant effect on Customer Loyalty. Customer Satisfaction has a significant effect on Customer Loyalty

DAFTAR ISI

COVER LUAR.....	
COVER DALAM.....	i
LEMBAR PENGESAHAN PROPOSAL.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vii
RINGKASAN.....	ix
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR TABEL.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	8
2.1.2 Persepsi Harga.....	9
2.1.3 Lokasi.....	11
2.1.4 Kualitas Pelayanan.....	12
2.1.5 Kepuasan Pelanggan.....	13
2.1.6 Loyalitas Pelanggan.....	14
2.2 Penelitian Terdahulu.....	16
2.3 Hubungan antara Variabel.....	20
2.3.1 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan.....	20
2.3.2 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan.....	21

2.3.3 Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan.....	21
2.3.4. Pengaruh Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan.....	21
2.3.5 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	21
2.3.6 Pengaruh Kualitas Pelayanan Loyalitas Pelanggan.....	21
2.3.7 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	22
2.4 Kerangka Konseptual.....	22
2.5 Hipotesis.....	22
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	24
3.1 Desain Penelitian.....	25
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	25
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	25
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian.....	25
3.4.1 Populasi.....	25
3.4.2 Sampel.....	26
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.6 Definisi Variabel dan Definisi Operasional.....	27
3.6.1 Definisi Variabel.....	27
3.6.2 Definisi Operasional.....	29
3.7 Proses Pengolahan Data.....	30
3.8 Metode Analisis Data.....	30
3.8.1 Model Pengukuran atau <i>Outer Model</i>	31
3.8.2 Model Struktural atau Inner Modal.....	32
3.9 Teknik Pengujian Hipotesis.....	33
3.9.1 Keunggulan dan Kelemahan PLS.....	33
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	35
4. 1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	35
4.1.1 Profil Toko Annisa.....	35
4.1.2 Visi Dan Misi Minimarket Toko Annisa.....	35
4.2 Analisis Data.....	35

4.2.1 Profil Responden.....	35
4.3 Dekripsi Variabel Penelitian.....	36
4.3 Analisis Data Hasil Penelitian.....	45
4.3.2 Analisis Model Struktural (Inner Model)	51
4.4 Pengujian Hipotesis.....	52
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian.....	56
4.5.1 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan.....	56
4.5.2 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan.....	57
4.5.3 Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan.....	57
4.5.4 Pengaruh Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan.....	58
4.5.5 Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	58
4.6.6 Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	59
4.5.7 Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	59
BAB V PENUTUP.....	61
5.1 Kesimpulan.....	61
5.2 Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA.....	63
LAMPIRAN.....	66

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 2.1 KERANGKA KONSEPTUAL.....	22
GAMBAR 4.1 Hasil Pengolahan Data Tahap 1.....	44
GAMBAR 4.2 Hasil Pengolahan Data Tahap 2.....	45

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Pelanggan Pada Toko Annisa Sidoarjo Tahun 2018-2022.....	3
Tabel 3.1 Definisi Operasional.....	28
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	35
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	35
Tabel 4. 3 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Harga (X1).....	36
Tabel 4. 4 Perhitungan Analisis Variabel Persepsi Harga.....	37
Tabel 4. 5 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Lokasi (X2).....	37
Tabel 4. 6 Perhitungan Analisis Variabel Lokasi.....	38
Tabel 4. 7 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan (X3).....	39
Tabel 4. 8 Perhitungan Analisis Variabel Kualitas Pelayanan.....	40
Tabel 4. 9 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan (Z).....	41
Tabel 4. 10 Perhitungan Analisis Variabel Kepuasan Pelanggan.....	42
Tabel 4. 11 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan.....	42
Tabel 4. 12 Perhitungan Analisis Variabel Kepuasan Pelanggan.....	43
Tabel 4. 13 Loading Factor Tahap 1.....	44
Tabel 4. 14 Loading Factor Tahap 2.....	47
Tabel 4. 15 Fornell-Lacker Criterion Discriminant Validity.....	48
Tabel 4. 16 Composite Reliability.....	49
Tabel 4. 17 Koefisien Determinasi.....	50
Tabel 4. 18 Path Coefficients.....	51
Tabel 4. 19 Mean, STDEV, T-Values, P-Values.....	52
Tabel 4. 20 Spesifik Indirect Effect – Mean, STDEV, T-Values, P-Values.....	54

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Mapping Penelitian Terdahulu	66
LAMPIRAN 2 Kuisisioner Penelitian	76
LAMPIRAN 3 Hasil Penelitian	80
LAMPIRAN 4 Hasil Olah Data PLS	97
LAMPIRAN 5 Kartu Bimbingan Skripsi	103
LAMPIRAN 6 Hasil Turnitin	104