

## LAMPIRAN

### Lampiran 1. Kuesioner

#### KUESIONER PENELITIAN

##### A. Identitas Responden

Isi data diri anda dengan menyesuaikan nama dan usia, selanjutnya pilih opsi yang tersedia dengan memberikan tanda *check list* (✓)

1. Nama :
2. Usia :
3. Jenis Kelamin
  - Laki – Laki
  - Wanita
4. Pekerjaan:
  - PNS
  - Wiraswasta
  - Pengusaha
  - Lain – lain (sebutkan)

##### B. Petunjuk Pengisian

Pilihlah salah satu jawaban dari setiap pernyataan yang paling sesuai dengan keadaan / perasaan diri anda, dengan cara memberi tanda *check list* (✓) pada kolom jawaban yang tersedia. Berikut keterangannya:

Pernyataan	Kode	Skor
Sangat Tidak Setuju	STS	1
Tidak Setuju	TS	2
Netral	N	3
Setuju	S	4
Sangat Setuju	SS	5

Persepsi Harga (X1)						
No.	Keterjangkauan Harga	SS	S	N	TS	STS
1.	Harga pelayanan jasa yang ditawarkan pada PT. Mukti Citra Jaya sangat terjangkau dari kompetitor <i>advertising</i> lain.					
2.	Harga pelayanan jasa yang ditawarkan PT. Mukti Citra Jaya tidak jauh berbeda dengan <i>advertising</i> lain.					

No.	Harga Sesuai dengan Kualitas Produk	SS	S	N	TS	STS
1.	Harga yang ditawarkan pada pelayanan jasa sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan PT. Mukti Citra Jaya.					
2.	Pelayanan jasa yang ditawarkan PT. Mukti Citra Jaya sudah sesuai harapan konsumen.					

No.	Daya Saing Harga	SS	S	N	TS	STS
1.	Harga yang ditawarkan pada pelayanan jasa PT. Mukti Citra Jaya bersaing dari kompetitor <i>advertising</i> lain.					
2.	Tidak ada perbedaan harga baik dari kompetitor menengah kebawah dan kompetitor menengah keatas.					

No.	Kesesuaian Harga dengan Manfaat Harga	SS	S	N	TS	STS
1.	Harga pelayanan jasa yang ditawarkan pada PT. Mukti Citra Jaya wajar dibandingkan dengan manfaat yang didapatkan oleh konsumen					
2.	Manfaat pelayanan jasa yang ditawarkan PT. Mukti Citra Jaya sudah sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen.					

Kualitas Layanan (X1)						
No.	Reability (Keandalan)	SS	S	N	TS	STS
1.	Fasilitas yang ditawarkan dalam bentuk pelayanan jasa oleh PT. Mukti Citra Jaya sudah sangat baik dari kompetitor <i>advertising</i> lain.					
2.	Kebersihan dan kenyamanan kantor PT. Mukti Citra Jaya sudah baik.					

No.	Tangibels (Berwujud)	SS	S	N	TS	STS
1.	Karyawan PT. Mukti Citra Jaya mampu memberikan pelayanan yang sangat ramah dan professional dalam melayani konsumen.					
2.	Karyawan PT. Mukti Citra Jaya mampu memberikan respon secara tepat terhadap kebutuhan pengunjung.					

No.	Responsiveness (Ketanggapan)	SS	S	N	TS	STS
1.	Karyawan PT. Mukti Citra Jaya bersedia membantu keperluan pelanggan dalam pemenuhan kebutuhan konsumen.					
2.	Karyawan PT. Mukti Citra Jaya mampu memberikan informasi dengan jelas dan mudah dimengerti secara tepat terhadap kebutuhan pengunjung.					

No.	Assurance (Jaminan)	SS	S	N	TS	STS
1.	Jaminan keamanan dan kesesuaian pelayanan jasa dalam bentuk asuransi PT. Mukti Citra Jaya sudah sesuai dengan harapan konsumen.					
2.	Penanganan respon keluhan dan komplain konsumen terhadap pelayanan jasa ditanggapi dengan baik PT. Mukti Citra Jaya.					

No.	Empathy (Empati)	SS	S	N	TS	STS
1.	Karyawan PT. Mukti Citra Jaya mampu memberikan perhatian pelayanan dan dapat dengan mudah akrab yang sangat ramah dan professional dalam melayani konsumen					
2.	Karyawan PT. Mukti Citra Jaya mampu memberikan pengertian dan toleransi terhadap apa yang diinginkan konsumen apabila terdapat komplain					

<b>Customer Relationship Management (X3)</b>						
No.	Technology (Teknologi)	SS	S	N	TS	STS
1.	Teknologi yang saat ini digunakan oleh PT. Mukti Citra Jaya dalam CRM mendukung efisiensi dalam pengelolaan data pelanggan dan interaksi pelanggan					
2.	PT. Mukti Citra Jaya memastikan bahwa teknologi yang digunakan dalam CRM memenuhi standar keamanan data dan privasi pelanggan					

No.	People (Orang)	SS	S	N	TS	STS
1.	Peran dan tanggung jawab tim penjualan dan pelayanan pelanggan dalam upaya CRM di PT. Mukti Citra Jaya, mampu memberikan kontribusi pada perbaikan hubungan dengan pelanggan					
2.	Perusahaan PT. Mukti Citra Jaya mampu mengidentifikasi dan mengembangkan keterampilan interpersonal dan komunikasi yang dibutuhkan oleh karyawan untuk sukses dalam manajemen hubungan pelanggan di industri periklanan.					

No.	Process (Proses)	SS	S	N	TS	STS
1.	PT. Mukti Citra Jaya memiliki langkah-langkah konkret yang diambil oleh perusahaan untuk memastikan bahwa proses-proses periklanan mereka berjalan dengan efisien dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan					
2.	PT. Mukti Citra Jaya mengintegrasikan umpan balik dan input klien ke dalam proses periklanan mereka, serta bagaimana data ini digunakan untuk menghasilkan kampanye yang lebih berhasil dan relevan.					

**Kepuasan Konsumen (Y)**

No.	Kualitas Layanan	SS	S	N	TS	STS
1.	PT. Mukti Citra Jaya mampu mengukur dan memastikan kualitas layanan yang diberikan kepada klien dalam proses pengembangan dan penyampaian kampanye periklanan.					
2.	Tindakan konkret yang diambil oleh Perusahaan PT. Mukti Citra Jaya untuk memastikan bahwa kualitas layanan yang diberikan kepada klien konsisten dan memenuhi harapan					

No.	Ketepatan Waktu	SS	S	N	TS	STS
1.	Langkah-langkah yang diambil PT. Mukti Citra Jaya untuk mengidentifikasi dan mengatasi hambatan yang dapat mempengaruhi ketepatan waktu dalam proses pelayanan kepada klien					
2.	Perusahaan PT. Mukti Citra Jaya mampu mengukur kepuasan klien terkait dengan ketepatan waktu dalam penyelesaian proyek periklanan.					

No.	Kualitas Produk / Jasa	SS	S	N	TS	STS
1.	langkah-langkah yang diambil oleh perusahaan PT. Mukti Citra Jaya untuk memastikan bahwa kualitas produk/jasa yang diberikan memenuhi harapan klien					
2.	Perusahaan PT.Mukti Citra Jaya mampu mengukur persepsi klien terhadap kualitas produk/jasa yang mereka terima dan bagaimana data ini digunakan untuk perbaikan					

No.	Harga	SS	S	N	TS	STS
1.	PT. Mukti Citra Jaya mampu menentukan harga untuk layanan periklanan mereka, dan bagaimana perusahaan memastikan bahwa harga tersebut sesuai dengan nilai yang diberikan kepada klien					
2.	Fleksibilitas harga yang ditawarkan perusahaan PT. Mukti Citra Jaya kepada klien, mengevaluasi hubungan antara harga yang mereka bayar dengan kualitas layanan dan produk/jasa yang mereka terima					

No.	Kepuasan Emosional	SS	S	N	TS	STS
1.	PT. Mukti Citra Jaya mampu memberikan umpan balik konsumen untuk meningkatkan pengalaman dan kepuasan pelanggan					
2.	PT. Mukti Citra Jaya mampu mengidentifikasi dan mengatasi masalah atau keluhan pelanggan guna memastikan kepuasan yang berkelanjutan					

No.	Kepuasan Pelanggan dan Hubungan	SS	S	N	TS	STS
1.	PT. Mukti Citra Jaya mampu mengukur dan memastikan kepuasan klien terkait dengan hubungan dan komunikasi yang terjalin selama kerjasama					
2.	Perusahaan mampu mengidentifikasi peluang meningkatkan hubungan dengan klien yang sudah ada dan menjadikannya klien setia					







46	4	2	5	4	4	2	4	5	30
47	4	3	5	3	3	3	3	3	27
48	3	2	4	2	5	3	5	4	28
49	2	3	2	4	3	3	2	2	21
50	4	4	4	4	3	3	3	4	29
51	4	5	4	5	4	5	4	5	36
52	3	4	4	4	4	4	4	4	31
53	4	4	4	4	4	4	4	4	32
54	3	3	4	4	4	1	4	4	27
55	4	4	4	5	5	3	4	4	33
56	4	4	4	4	4	4	4	3	31
57	3	3	3	3	3	3	3	3	24
58	3	4	4	4	4	3	4	4	30
59	5	5	5	4	5	2	2	5	33
60	4	4	5	5	4	2	3	4	31
61	5	5	5	5	5	5	5	5	40
62	4	3	4	5	4	4	5	4	33
63	5	5	5	5	5	5	5	5	40
64	4	4	4	4	4	4	4	4	32
65	5	5	5	5	5	5	5	5	40
66	5	4	5	4	5	2	5	5	35
67	4	4	4	4	4	4	4	4	32
68	4	4	4	4	4	4	4	4	32
69	4	3	4	4	3	3	4	4	29

70	5	4	4	4	4	5	5	5	36
71	5	5	4	4	5	5	5	5	38
72	3	2	4	5	4	4	3	4	29
73	4	5	4	5	4	5	4	5	36
74	3	2	2	3	3	3	3	2	21
75	5	4	5	4	5	3	3	4	33
76	5	5	5	5	5	5	5	5	40
77	5	5	5	4	4	5	4	5	37
78	3	3	4	3	4	2	3	3	25
79	4	5	4	4	5	3	4	5	34
80	4	4	4	4	4	4	4	4	32
81	3	5	3	3	3	2	3	3	25
82	5	5	5	5	5	5	5	4	39
83	4	3	3	5	5	3	4	4	31
84	4	4	5	4	3	4	4	5	33
85	4	4	4	4	4	4	4	4	32
86	3	2	4	4	4	4	4	4	29
87	4	5	5	4	5	5	5	5	38
88	4	4	4	4	4	4	4	4	32
89	3	4	4	4	3	3	3	3	27
90	3	3	3	3	3	3	3	3	24
91	5	4	5	4	5	4	5	4	36
92	3	3	3	3	3	3	3	3	24
93	3	3	4	4	3	2	3	4	26



15	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
16	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
17	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	47
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
22	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	35
23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
24	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	37
25	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	42
26	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	43
27	4	4	5	3	4	4	5	4	3	3	39
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
30	4	4	5	5	3	5	4	5	5	4	44
31	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	37
32	3	3	3	5	2	2	3	3	5	4	33
33	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	46
34	3	4	5	4	3	2	4	4	5	4	38
35	2	3	4	4	4	3	4	4	4	3	35
36	4	3	4	4	3	4	5	4	3	4	38
37	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	42
38	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	46

39	1	5	3	4	4	3	1	1	1	1	24
40	1	2	2	1	2	1	1	2	2	1	15
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
42	3	4	4	5	4	3	4	3	4	4	38
43	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	34
44	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	32
45	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
46	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	45
47	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	35
48	4	2	5	3	3	4	4	5	4	4	38
49	3	4	2	2	3	2	4	3	3	3	29
50	3	3	4	5	5	5	3	3	4	4	39
51	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	45
52	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
53	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
54	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
55	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	47
56	4	4	3	4	4	4	3	4	3	5	38
57	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
58	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	38
59	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49
60	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
61	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
62	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	42



87	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	48
88	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	35
89	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	38
90	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
91	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	45
92	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	32
93	3	2	4	5	5	4	4	3	3	4	37
94	4	5	4	3	4	4	3	3	3	4	37
95	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
96	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
97	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	36
98	5	4	3	5	4	3	5	4	5	5	43
99	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	48
100	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40

No	Customer Relationship Management (X3)						Total
	CRM1	CRM2	CRM3	CRM4	CRM5	CRM6	
1	5	5	4	4	4	4	26
2	4	4	3	3	4	3	21
3	4	4	5	5	4	4	26
4	3	4	3	4	3	4	21
5	5	4	5	4	4	4	26
6	5	5	5	5	5	5	30
7	3	4	3	4	4	4	22



8	4	4	4	4	4	4	24
9	5	5	5	4	5	5	29
10	4	4	4	3	3	3	21
11	4	3	5	3	4	4	23
12	3	4	4	3	3	3	20
13	3	3	3	3	3	3	18
14	4	4	4	4	4	4	24
15	4	4	4	4	4	4	24
16	3	3	3	3	3	3	18
17	5	5	4	5	5	5	29
18	3	4	4	4	4	4	23
19	4	4	4	4	4	4	24
20	5	5	5	5	5	5	30
21	4	4	4	4	4	4	24
22	3	3	3	3	4	4	20
23	5	5	5	5	5	5	30
24	3	3	4	3	3	3	19
25	4	5	4	4	4	5	26
26	3	4	5	3	5	2	22
27	4	4	3	3	4	4	22
28	4	4	4	4	3	4	23
29	4	4	4	4	4	4	24
30	5	5	3	3	5	5	26
31	4	4	3	3	3	4	21

32	3	3	4	4	4	4	22
33	3	3	3	4	5	4	22
34	4	4	5	5	4	5	27
35	3	3	4	4	4	4	22
36	4	3	3	5	3	4	22
37	5	4	4	4	4	4	25
38	4	5	4	5	4	3	25
39	2	5	4	3	1	3	18
40	1	2	3	2	2	2	12
41	4	4	4	4	4	4	24
42	3	4	4	4	5	5	25
43	4	5	5	4	4	4	26
44	3	3	3	3	3	3	18
45	3	3	3	3	3	3	18
46	4	4	5	5	4	5	27
47	4	4	4	3	3	3	21
48	4	4	3	5	4	5	25
49	2	3	3	2	3	4	17
50	5	4	4	4	3	5	25
51	5	3	5	4	5	4	26
52	4	4	4	4	4	4	24
53	4	4	4	4	4	4	24
54	5	5	5	5	5	5	30
55	4	4	4	4	4	4	24

56	3	4	5	3	4	3	22
57	3	3	3	3	3	3	18
58	4	3	4	4	4	4	23
59	5	5	5	5	5	5	30
60	5	5	5	5	5	5	30
61	5	5	5	5	5	5	30
62	4	3	4	4	5	4	24
63	5	5	5	5	5	5	30
64	4	4	4	4	4	4	24
65	5	5	5	5	5	5	30
66	4	3	5	4	5	4	25
67	4	4	4	4	4	4	24
68	4	4	4	4	4	4	24
69	4	4	4	3	4	4	23
70	5	4	4	3	4	5	25
71	4	4	5	5	5	5	28
72	4	3	4	5	4	4	24
73	4	4	4	5	4	5	26
74	3	2	3	3	3	4	18
75	4	5	4	4	5	5	27
76	5	5	5	5	5	5	30
77	5	5	5	5	5	5	30
78	4	4	3	4	4	3	22
79	4	5	5	3	5	3	25

80	3	4	5	3	4	5	24
81	3	2	3	3	4	4	19
82	5	5	5	4	5	4	28
83	3	5	5	5	3	5	26
84	5	4	4	5	4	4	26
85	4	4	4	4	4	4	24
86	4	4	4	4	3	4	23
87	5	4	5	5	5	4	28
88	4	4	4	4	4	4	24
89	3	4	4	4	4	4	23
90	3	3	3	3	3	3	18
91	5	4	5	4	5	4	27
92	3	4	3	3	3	3	19
93	4	1	1	1	1	3	11
94	4	4	4	4	3	4	23
95	4	4	4	4	4	4	24
96	5	5	5	5	5	5	30
97	3	4	4	4	4	4	23
98	5	5	4	4	5	4	27
99	3	3	3	4	4	3	20
100	4	4	4	4	4	4	24

No	Kepuasan Konsumen (Y)												Total
	Y 1	Y 2	Y 3	Y 4	Y 5	Y 6	Y 7	Y 8	Y 9	Y 10	Y 11	Y 12	
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
2	4	4	5	5	4	3	4	3	3	4	3	5	47
3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	59
4	2	3	2	2	3	3	5	4	4	5	3	4	40
5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	51
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
7	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	44
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
9	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	56
10	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	38
11	3	4	3	5	4	3	4	5	4	4	5	4	48
12	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	45
13	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
15	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
16	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
17	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	51
18	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	46
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
22	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	43

23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
24	5	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	43
25	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	50
26	4	3	3	4	4	3	5	3	5	3	4	4	45
27	5	4	4	4	3	4	5	4	3	3	4	4	47
28	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	53
29	4	5	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	45
30	4	3	5	5	4	5	5	3	5	5	4	5	53
31	4	4	4	4	3	4	4	4	4	2	4	3	44
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	47
33	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	58
34	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	55
35	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	43
36	3	2	4	2	4	4	4	3	3	4	3	4	40
37	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	56
38	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	53
39	3	2	1	2	2	1	1	1	3	4	5	5	30
40	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	21
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
42	3	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	52
43	4	4	4	4	4	5	5	3	4	5	3	5	50
44	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
45	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
46	4	5	3	4	5	5	4	4	5	4	5	4	52

47	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	43
48	1	3	5	3	4	4	3	4	4	4	4	4	43
49	4	3	4	2	2	3	2	3	3	3	3	3	35
50	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	51
51	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	54
52	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
53	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
54	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
55	4	4	4	5	3	4	5	4	5	4	5	5	52
56	4	5	3	3	4	3	4	3	4	5	4	5	47
57	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
58	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	44
59	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	52
60	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
61	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
62	4	3	4	2	5	4	4	5	4	4	5	4	48
63	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
65	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
66	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	54
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
68	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
69	3	4	3	3	4	3	5	4	4	5	4	4	46
70	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	56







### Lampiran 3. Output SPSS Hasil Uji Analisis Deskriptif

#### 1. Berdasarkan Jenis Kelamin

		JENIS KELAMIN			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	53	53.0	53.0	53.0
	Perempuan	47	47.0	47.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

#### 2. Berdasarkan Pekerjaan

		PEKERJAAN			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	PNS	1	1.0	1.0	1.0
	Wiraswasta	16	16.0	16.0	17.0
	Pengusaha	6	6.0	6.0	23.0
	Mahasiswa	8	8.0	8.0	31.0
	Swasta	65	65.0	65.0	96.0
	DLL	4	4.0	4.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

#### 3. Frekuensi Jawaban Responden per Variabel

		PERSEPSI HARGA			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	3	.4	.4	.4
	Tidak Setuju	41	5.1	5.1	5.5
	Netral	209	26.1	26.1	31.6
	Setuju	349	43.6	43.6	75.3
	Sangat Setuju	198	24.8	24.8	100.0
	Total	800	100.0	100.0	

<b>KUALITAS LAYANAN</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	10	1.0	1.0	1.0
	Tidak Setuju	24	2.4	2.4	3.4
	Netral	195	19.5	19.5	22.9
	Setuju	467	46.7	46.7	69.6
	Sangat Setuju	304	30.4	30.4	100.0
	Total	1000	100.0	100.0	

<b>CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	6	.6	1.0	1.0
	Tidak Setuju	10	1.0	1.7	2.7
	Netral	135	13.5	22.5	25.2
	Setuju	288	28.8	48.0	73.2
	Sangat Setuju	161	16.1	26.8	100.0
	Total	600	100.0	100.0	

<b>KEPUASAN KONSUMEN</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	8	.7	.7	.7
	Tidak Setuju	32	2.7	2.7	3.3
	Netral	231	19.3	19.3	22.6
	Setuju	580	48.3	48.3	70.9
	Sangat Setuju	349	29.1	29.1	100.0
	Total	1200	100.0	100.0	

**Lampiran 4. Output SPSS Hasil Uji Instrumen**

**1. Uji Validitas per Variabel**

<b>Persepsi Harga (X1)</b>										
<b>Correlations</b>										
		X01	X02	X03	X04	X05	X06	X07	X08	TOTAL
X01	Pearson Correlation	1	.636*	.609*	.457*	.616*	.420*	.532*	.601*	.828**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X02	Pearson Correlation	.636*	1	.524*	.462*	.532*	.364*	.359*	.486**	.748**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X03	Pearson Correlation	.609*	.524*	1	.443*	.562*	.173	.423*	.635*	.727**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.084	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X04	Pearson Correlation	.457*	.462*	.443*	1	.463*	.275*	.421*	.517*	.671**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.006	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X05	Pearson Correlation	.616*	.532*	.562*	.463*	1	.337*	.429*	.561*	.757**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.001	.000	.000	.000





X08	Pearson Correlation	.665**	.420**	.621**	.528**	.528**	.602**	.706**	1	.700**	.658**	.802**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X09	Pearson Correlation	.607**	.463**	.600**	.591**	.529**	.545**	.679**	.700**	1	.684**	.801**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X10	Pearson Correlation	.718**	.498**	.669**	.627**	.504**	.581**	.705**	.658**	.684**	1	.833**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
TOT AL	Pearson Correlation	.820**	.710**	.800**	.772**	.766**	.811**	.866**	.802**	.801**	.833**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

Customer Relationship Management (X3)								
		Correlations						
		X01	X02	X03	X04	X05	X06	TOTAL
X01	Pearson Correlation	1	.562**	.496**	.566**	.601**	.581**	.797**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X02	Pearson Correlation	.562**	1	.614**	.566**	.511**	.507**	.785**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000









X10	Pearson Correlation	.381**	.516**	.475**	.514**	.599**	.562**	.517**	.537**	.591**	1	.598**	.774**	.739**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X11	Pearson Correlation	.551**	.457**	.483**	.489**	.602**	.536**	.550**	.629**	.693**	.598**	1	.599**	.758**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X12	Pearson Correlation	.450**	.556**	.493**	.614**	.618**	.482**	.543**	.500**	.610**	.774**	.599**	1	.760**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.713**	.767**	.795**	.793**	.848**	.813**	.783**	.806**	.849**	.739**	.758**	.760**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).														

## 2. Uji Reliabilitas per Variabel

<b>Persepsi Harga (X1)</b>	
<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.871	8

<b>Kualitas Layanan (X2)</b>	
<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.937	10

<b>Costumer Relationship Management (X3)</b>	
<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.886	6

<b>Kepuasan Konsumen (Y)</b>	
<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.943	12

## Lampiran 5. Output SPSS Hasil Uji Analisis Data

### 1. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.203	1.983		1.111	.269
	PH (X1)	.264	.116	.170	2.272	.025
	KL (X2)	.467	.084	.407	5.571	.000
	CRM (X3)	.800	.147	.408	5.426	.000

a. Dependent Variable: KK (Y)

### 2. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.925 <sup>a</sup>	.855	.850	2.93634

a. Predictors: (Constant), PH (X1), KL (X2), CRM (X3)

## Lampiran 6. Output SPSS Hasil Uji Hipotesis

### 1. Uji Parsial (Uji t)

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.203	1.983		1.111	.269
	PH (X1)	.264	.116	.170	2.272	.025
	KL (X2)	.467	.084	.407	5.571	.000
	CRM (X3)	.800	.147	.408	5.426	.000

a. Dependent Variable: KK (Y)

### 2. Uji Simultan (Uji F)

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4871.279	3	1623.760	188.325	.000 <sup>b</sup>
	Residual	827.721	96	8.622		
	Total	5699.000	99			

a. Dependent Variable: KK (Y)  
b. Predictors: (Constant), PH (X1), KL (X2), CRM (X3)

## Lampiran 7. Surat Perizinan



YAYASAN PERGURUAN 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA  
 UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

PROGRAM STUDI EKONOMI BISNIS (S1)  
 PROGRAM STUDI MANAJEMEN (S1)  
 PROGRAM STUDI AKUNTANSI (S1)  
 PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN (S2)  
 PROGRAM STUDI DOKTOR ILMU EKONOMI (S3)

TERAKREDITASI  
 TERAKREDITASI  
 TERAKREDITASI  
 TERAKREDITASI

Kampus: Jl. Semolowaru 45 Surabaya 60118, Telp (031) 5925289, 082233788126 E-mail: fe@untag-sby.ac.id

Nomor : 3195/K/FEB/X/2023  
 Lampiran :  
 Perihal : **Permohonan Ijin Untuk  
 Mengadakan Riset Pendahuluan**

16 Oktober 2023

Kepada : Yth. Bapak/Ibu Pimpinan PT. Mukti Citra Jaya (Citra Advertising)  
 Jl. Nanas No. 30 Tambaksari Surabaya

Dengan hormat,

Sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan studi pada Program Strata 1, maka mahasiswa diwajibkan untuk menyusun dan mempertahankan skripsi sebagai hasil penerapan pelajaran teori serta praktek yang diperoleh berdasarkan penelitian.

Sehubungan dengan hal tersebut, maka dengan ini kami mohon perkenan Bapak / Ibu untuk memberikan ijin kepada mahasiswa :

Nama : DINA DELIA FEBRIANI  
 N.P.M : 1212000074  
 Fakultas / Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/Manajemen  
 Alamat : Kemlaten 12 6/16  
 Telp./HP. 0895800275442

Guna melakukan penelitian pendahuluan pada :  
 "PT. MUKTI CITRA JAYA (CITRA ADVERTISING)"  
 untuk memperoleh data sesuai dengan Skripsi yang sedang disusunnya.

Demikian permohonan ini atas perhatiannya kami sampaikan terima kasih.



Prof. Dr. H. Slamet Riyadi, MSi., Ak. CA  
 NPP. 20220.93.0319

**Lampiran 8. Dokumentasi Penyebaran Kuesioner**



## Lampiran 9. Hasil Turnitin

PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, USTOMER  
RELATIONSHIP MANAGEMENT TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN TERHADAP PELAYANAN BIDANG JASA  
ADVERTISING (STUDI KASUS : PT. MUKTI CITRA JAYA)

### ORIGINALITY REPORT

<b>10%</b>	<b>10%</b>	<b>7%</b>	<b>6%</b>
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

### PRIMARY SOURCES


<b>1</b>	<a href="https://repository.unsoed.ac.id">repository.unsoed.ac.id</a> Internet Source	<b>2%</b>
<b>2</b>	<a href="https://ejournal.joninstitute.org">ejournal.joninstitute.org</a> Internet Source	<b>1%</b>
<b>3</b>	<a href="https://lib.stieputrabangsa.ac.id">lib.stieputrabangsa.ac.id</a> Internet Source	<b>1%</b>
<b>4</b>	<a href="https://innovative.pubmedia.id">innovative.pubmedia.id</a> Internet Source	<b>1%</b>
<b>5</b>	<a href="https://jimfeb.ub.ac.id">jimfeb.ub.ac.id</a> Internet Source	<b>1%</b>
<b>6</b>	<a href="https://text-id.123dok.com">text-id.123dok.com</a> Internet Source	<b>1%</b>
<b>7</b>	<a href="https://pt.scribd.com">pt.scribd.com</a> Internet Source	<b>1%</b>
<b>8</b>	<a href="https://repository.fe.unj.ac.id">repository.fe.unj.ac.id</a> Internet Source	<b>1%</b>

9	<a href="http://ejurnal.ung.ac.id">ejurnal.ung.ac.id</a> Internet Source	1%
10	<a href="http://simki.unpkediri.ac.id">simki.unpkediri.ac.id</a> Internet Source	1%
11	<a href="http://unsada.e-journal.id">unsada.e-journal.id</a> Internet Source	1%
12	<a href="http://moam.info">moam.info</a> Internet Source	<1%
13	<a href="http://www.researchgate.net">www.researchgate.net</a> Internet Source	<1%



Exclude quotes Off  
Exclude bibliography Off

Exclude matches Off

## Lampiran 10. Kartu Bimbingan


**UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
 Kampus: Jl. Semolowaru 45 Surabaya 60118, Telp (031) 5931800 Pst 140&141 E-mail: feb@untag-sby.ac.id

**SEMESTER**  
**Gasal / Genap**  
 2023 , 2024


**KARTU BIMBINGAN SKRIPSI**



Nama Mahasiswa / NBI : Dina Deuà Febriani / 121200007  
 Nama Pembimbing : Dr. IA. Sri Brahmayanti, MM  
 Judul Skripsi :  
 "Pengaruh persepsi harga, kualitas layanan, CRM, terhadap kepuasan konsumen pada layanan bidang jasa Advertising (studi kasus : PT. Mukti Citra Jaya)"

Mulai Program Skripsi : Semester ..?.. Thn. Ak. .... Selesai Bimbingan Tanggal.....

No.	HARI / TANGGAL	KONSENTRASI		PARAF
		BAB / HAL	KETERANGAN REVISI	
1.	Jumat, 15-09-23	Judul	Revisi	YE
2.	Rabu, 03-10-23	I - I	Revisi	YE
3	Jumat, 13-10-23	I - II	ACC	YE
4	Rabu, 01-11-23	I - III	Revisi setelah sempro	YE
5	Rabu, 08-11-23	I - III	Revisi metode spss	YE
6	Rabu, 22-11-23	I - III	ACC lanjut Bab 4-5 (sebar kuesioner)	YE
7	Rabu, 20-12-23	IV - V	Bimbingan Bab IV - V (Review)	YE
8	Kamis, 21-12-23	IV - V	revisi	YE
9	Jumat, 22-12-23	IV - V	Acc	YE

Perpanjangan I \_\_\_\_\_  
 Semester : \_\_\_\_\_  
 Th. Ak. : \_\_\_\_\_  
 Paraf Kajar : \_\_\_\_\_

Surabaya, 22 - 12 - 2023  
  
 ( Nama dan tanda tangan Pembimbing )