

Lampiran 2. Surat Keterangan Bebas Laboratorium



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
LABORATORIUM KEWIRAUSAHAAN



Gedung F Lantai 1 Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Jl. Semolowaru No. 45 Surabaya, Telp. (031) 5931800

SURAT KETERANGAN

Nomor: 195/SK/KWU-K/Genap/VII/2022

Kepala Laboratorium Kewirausahaan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 (UNTAG) Surabaya

Nama : Beta Puspitaning Ayodya, S.Sos., MA
NPP : 20150.17.0746

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Erlangga
NBI : 1122000027

telah menyelesaikan pembayaran Laboratorium Kewirausahaan.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 31 Juli 2022
Kalab. Kewirausahaan

(Beta Puspitaning Ayodya, S.Sos., MA)
NPP: 20150.17.0746

Lampiran 3. Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING* DAN TATA LETAK PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA SUPERINDO SURABAYA

Assalamualaikum Wr. Wb.

Saya Erlangga Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Sedang melakukan penelitian untuk menyusun skripsi dengan judul “**Pengaruh *Relationship Marketing* dan Tata Letak Produk Terhadap Kepuasan Konsumen**” salah satu cara untuk mendapatkan data adalah dengan menyebarkan kuesioner kepada responden. Oleh karena itu, saya membutuhkan partisipasi Bapak/Ibu dalam mengisi kuesioner ini sehingga hasil dari penelitian ini memiliki kredibilitas yang tinggi. Terima kasih kepada Bapak/Ibu bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner ini. Pada setiap item kuesioner yang diisi, berilah penilaian seberapa jauh Bapak/Ibu/Saudara setuju dengan pernyataan yang tersedia, isilah jawaban atas pernyataan pada kuesioner ini sesuai dengan apa yang Anda rasakan.

Alternatif Jawaban yang disediakan

Poin	Simbol	Keterangan
1	STS	Sangat Tidak Setuju
2	TS	Tidak Setuju
3	KS	Kurang Setuju
4	S	Setuju
5	SS	Sangat Setuju

I. IDENTITAS RESPONDEN

Nama :

Responden

Jenis Kelamin () Pria
() Wanita

Usia : () 18 – 20 Tahun

- () 21 – 30 Tahun
 () 31 – 40 Tahun
 () > 40 Tahun
- Pekerjaa : () Mahasiswa/Pelajar
 () Wirausaha
 () Pegawai Negeri
 () Ibu Rumah Tangga
 () Lain – lain.
- Penghasilan : () < Rp 1.000.000
 () Rp 1.000.000 – Rp 3.000.000
 () Rp 3.000.000 – Rp 6. 000. 000
 () Rp 6.000.000 – Rp 10.000.000
 () > Rp 10.000.000

Pernyataan Variabel <i>Relationship Marketing</i>	
Indikator	Pernyataan
Kepercayaan	Saya memilih berbelanja di Superindo karena percaya akan produk yang ditawarkan selalu segar dan berkualitas baik.
	Saya memilih berbelanja di superindo karena percaya pelayanan yang diberikan sanfat baik
Komitmen	Saya berbelanja di Superindo karena superindo berkomitmen menjadi tempat yang tepat unutk memenuhi kebutuhan pokok
	Saya memilih berbelanja di superindo karena memiliki program loyalitas yang dapat meningkatkan komitmen berbelanja saya.
Komunikasi	Saya memilih berbelanja di superindo karena memiliki staff yang dapat berkomunikasi dengan baik

	Toko Superindo memberikan informasi update stok barang secara baik dan akurat
Penganan Keluhan	Toko superindo memiliki tim layanan pelanggan yang ramah dan responsiff
	saya merasa puas dengan cara superindo dalam menanganni keluhan.
Pernyataan Variabel Tata Letak Produk	
Indikator	Pernyataan
Rapi dan Bersih	Saya memilih berbelanja di superindo karena memiliki fasilitas yang bersih
	Saya memilih berbelanja di Superindo karena memberikan rasa nyaman karena toko terlihat rapi
Mudah Dilihat	Saya memilih berbelanja di Superindo karena tempat penataan produk yang mudah di lihat dan di jangkau
	saya memilih berbelanja di superindo karena tempat produk yang efisien
Lokasi Yang Tepat	saya tertarik berbelanja di Superindo karena memiliki penataan dan petunjuk yang jelas
	Saya memilih berbelanja di superindo karena menempatkan produk promosi di tempat yang strategis
Aman	Saya memilih berbelanja di superindo karena menyediakan tanggal kadaluwarsa pada produk yang di pajang

	saya memilih berbelanja di Superindo karena menempatkan barang berat di rak bawah sehingga aman untuk di ambil
Menarik	Saya memilih berbelanja di superindo karena penataan produk yang kreatif dan berrwarna warni
	Saya memilih berbelanja di superindo karena menempatkan produk baru dan unggul di tempat yang strategis
Pernyataan Variabel Kepuasan Konsumen	
Indikator	Pernyataan
Kualitas Produk yang dihasilkan	Saya merasa puas berbelanja di superindo karena kualitas produk yang masih segar
	Saya merasa puas berbelanja di superindo karena kualitas makanan organik yang sangat baik
Kualitas pelayanan yang diberikan	saya merasa puas berbelanja di superindo karena memberikan pelayanan dengan sikap sopan dan ramah
	saya merasa puas berbelanja di superindo karena pelayanan yang tanggap terhadap kebutuhan dan keluhan.
Harga Produk	saya merasa puas berbelanja di superindo karena memiliki penawaran harga yang variatif dan murah
	Saya merasa puas berbelanja di Superindo karena banyak memberikan diskon
Kemudahan Mengakses Produk	saya merasa puas berbelanja di superindo karena menerapkan penataan produk yang sesuai dengan kategorinya
	saya merasa puas dengan kemudahan mengakses produk yang dipromosikan Superindo

Cara Mengiklankan produk	Saya merasa puas dengan iklan superindo yang menarik dan sesuai
	Saya merasa puas dengan promosi yang dilakukan oleh Superindo karena selalu mempunyai program diskon yang menarik

Terima kasih kepada Bapak/Ibu bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner ini

Lampiran 4. Hasil Uji One-Samle Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandariz ed Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.72189435
Most Extreme Differences	Absolute	.085
	Positive	.085
	Negative	-.042
Test Statistic		.085
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.072
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	.073
	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	.066
	Upper Bound	.079

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Lampiran 5. Hasil Uji Multikolonearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.250	2.479		1.715	.090		
	Relationship Marketing	.621	.075	.536	8.319	<.001	.768	1.302
	Tata Letak Produk	.405	.061	.427	6.619	<.001	.768	1.302

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Lampiran 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas Metode Glejser

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.236	1.576		2.687	.008
	Relationship Marketing	-.011	.048	-.026	-.229	.819
	Tata Letak Produk	-.045	.039	-.133	-1.164	.247

a. Dependent Variable: ABS_RES1

Lampiran 7. Hasil Uji Linier Berganda dan Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.250	2.479		1.715	.090
	Relationship Marketing	.621	.075	.536	8.319	<.001
	Tata Letak Produk	.405	.061	.427	6.619	<.001

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Lampiran 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.831 ^a	.690	.684	2.74981

a. Predictors: (Constant), Tata Letak Produk, Relationship Marketing

Lampiran 9. Kartu Bimbingan



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
 Program Studi : Administrasi Publik • Administrasi Bisnis • Ilmu Komunikasi
 • Magister Administrasi Publik • Magister Ilmu Komunikasi • Doktor Ilmu Administrasi
 Gedung F 101 Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)
 Telp. 031-5991742, 5931800 psw. 159 email : fisp@untag-sby.ac.id

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Erlangga
 NBI : 1122000027
 Program Studi : Administrasi Niaga
 Dosen Pembimbing I : Dr. IGN. Anom Maruta, M.M.
 Dosen Pembimbing II : Drs. Ute Chairuz M. Nasution, M.S.
 Judul Skripsi : Pengaruh Relationship Marketing dan Tata Letak Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Superindo Surabaya

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dosen 1	Paraf Dosen 2
1	13 Maret 24	Judul ACC - Proposal ACC	<i>[Signature]</i>	
2	25 Maret 24	bab I CF BK -		X
3	8 April 24	bab I ACC S. At-Gin R.		X
4	16 April 24	Bab I ACC unpar	<i>[Signature]</i>	
5	17 April 24	Bab I ACC	<i>[Signature]</i>	
6	25 April 24	Bab I, Kori, Abk, Abk, hbs		X
7	30 April 24	Bab II ACC		X
8	7 Mei 24	Bab III Perb		X
9	1 Mei 24	Bab II ACC	<i>[Signature]</i>	
10	13 Mei 24	Bab III ACC Quest?		X
11	20 Mei 24	Bab Quest ACC & Perb		X
12	22 Mei 24	Bab IV Review Sampel	<i>[Signature]</i>	
13	22 Mei 24	Bab III ACC	<i>[Signature]</i>	
14	29 Mei 24	Kuesioner, meringkas indikator & pengujian	<i>[Signature]</i>	

[illegible]

Evaluation

1

Karte binden (Karte und binden)

2

Kaku berdepan dari dia dan berdepan
Kaku berdepan dari dia dan berdepan

Endogenous digitalization is highly relevant

terima 25 Juni 2024

Appendix 1

[Name Pending B.]

Lampiran 10. Lembar Revisi Ujian Skripsi

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI NIAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Erlangga

NIM : 1122000027

Hari/ Tanggal Ujian : Rabu, 3 Juli 2024

Judul Skripsi : Pengaruh Relationship Marketing dan Tata Letak Produk Terhadap
Kepuasan Konsumen pada Superindo Surabaya

Catatan Perbaikan:

Surabaya,
Persetujuan Dosen Penguji: Telah Revisi/Perbaikan,



Revisi dari Dosen Penguji,



Catatan: Bila tidak ada revisi, dosen penguji wajib menuliskan "tidak ada revisi", dan menandatangani di sebelah kanan dan kiri.

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Erlangga

NIM : 1122000027

Hari/ Tanggal Ujian : Rabu, 3 Juli 2024

Judul Skripsi : Pengaruh Relationship Marketing dan Tata Letak Produk Terhadap
Kepuasan Konsumen pada Superindo Surabaya

Catatan Perbaikan:

Surabaya, _____
Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan,


(Awn)

Revisi dari Dosen Penguji,


(Awn)

Catatan: Bila tidak ada revisi, dosen penguji wajib menuliskan "tidak ada revisi", dan menandatangani di sebelah kanan dan kiri.

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Erlangga
NIM : 1122000027
Hari/ Tanggal Ujian : Rabu, 3 Juli 2024

Judul Skripsi : Pengaruh Relationship Marketing dan Tata Letak Produk Terhadap Kepuasan Konsumen pada Superindo Surabaya

Catatan Perbaikan:

- Abstrak bls Inggris
- Penelitian terdahulu $\rightarrow$ persamaan & perbedaan
- Kutipan yg tdk ada pada Dapur
- Format penulisan def. operasional
- Karakteristik responden (hal 41)
- Rekomendasi
- Daftar pustaka

Surabaya,
Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan,

Revisi dari Dosen Penguji,

(Ni Made W P.)

Catatan: Bila tidak ada revisi, dosen penguji wajib menuliskan "tidak ada revisi", dan menandatangani di sebelah kanan dan kiri.