

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
KUESIONER PENELITIAN
PENGARUH PERSEPSI HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS
LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN CV SIMPATIK
JAYA SURABAYA

(Studi Kasus Pada CV Simpatik Jaya Surabaya, Turisari Sepanjang Taman)

Kepada Yth,
Reponden
Di Tempat
Dengan Hormat,

Saya adalah mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Saat ini saya sedang mengadakan penelitian akhir (skripsi) yang berjudul “**Pengaruh Persepsi Harga, Promosi dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen CV Simpatik Jaya Surabaya.**” Sehubungan dengan hal tersebut, saya mohon kesediaan saudara untuk meluangkan waktu guna mengisi kuesioner yang saya lampirkan dengan tujuan untuk mengembangkan ilmu pengetahuan. Tidak ada jawaban yang salah, semua jawaban adalah benar jika sesuai dengan petunjuk pengisian dan keadaan saudara. Oleh karena itu, saya berharap seluruh pertanyaan dijawab dengan sejujur – jujur. Dengan target responden wanita dan pria berusia 27-55 tahun baik yang sedang merintis usaha, untuk memutuskan melakukan kepuasan konsumen pada CV Simpatik Jaya Surabaya.

Atas ketersediaan dan waktu yang telah diluangkan, saya ucapkan besar terima kasih.

Hormat saya,

I Nyoman Ary Danan Jaya
1212100247

a. Petunjuk Umum Kuesioner

1. Isilah data bapak/ibu dengan baik & lengkap pada format yang ada.
2. Bacalah pertanyaan yang diberikan dengan seksama dan kemudian pilihlah opsi jawaban yang bapak/ibu inginkan sesuai dengan isi pikiran dan hati kalian.
3. Cara menjawab kuesioner ini dengan pilihan jawaban yang berbeda sesuai dengan kemampuan yang Anda miliki dan dimohon untuk tidak menjawab secara asal-asalan atau jawaban yang sama setiap pertanyaan.
4. Bila tidak memahami petunjuk kuesioner penelitian ini bisa menanyakan kepada peneliti.
5. Pastikan Anda telah memberikan jawaban bagi setiap pertanyaan dan tidak ada pertanyaan yang terlewatkan.
6. Setelah semua terisi dengan baik maka bisa men-submit atau mengirim jawaban kuesioner Anda.

b. Identitas Responden

1. Nama Lengkap :
2. Nomor Induk Mahasiswa :
3. Jenis Kelamin :
☐ Wanita ☐ Pria
4. Klien CV Simpatik Jaya :
5. Usia :
☐ Dibawah 35 Tahun ☐ 35-45 Tahun ☐ 46-55 Tahun
6. Sudah berapa kali melakukan order di CV Simpatik jaya Surabaya:
☐ 1-3 Kali ☐ 4-7 Kali ☐ 8-10 Kali

c. Persyaratan

Isilah tabel di bawah ini sesuai dengan kondisi yang sebenarnya dengan memberikan tanda (✓) pada salah satu jawaban.

Keterangan:

1. **STS** = Sangat Tidak Setuju (1)
2. **TS** = Tidak Setuju (2)
3. **N** = Netral (3)
4. **S** = Setuju (4)
5. **SS** = Sangat Setuju (5)

PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN				
	STS	TS	N	S	SS
PERSEPSI HARGA (X1)	1	2	3	4	5
X1.1 Keterjangkauan Harga					
1. Layanan maintenance CV Simpatik Jaya dipersepsikan sebagai pilihan yang terjangkau oleh konsumen tanpa mengurangi kualitas yang diberikan.					
2. Konsumen menilai harga yang ditawarkan untuk layanan maintenance CV Simpatik Jaya cukup terjangkau, menjadikannya pilihan yang menarik dibandingkan dengan kompetitor.					
3. Keterjangkauan harga layanan maintenance CV Simpatik Jaya membuat konsumen merasa bahwa mereka mendapatkan nilai yang baik untuk biaya yang dikeluarkan.					
4. Persepsi konsumen terhadap layanan maintenance CV Simpatik Jaya sangat positif karena harganya dianggap terjangkau dan sesuai dengan standar layanan yang diberikan.					

X1.2 Harga Sesuai Dengan Kualitas					
1. Harga yang ditawarkan untuk layanan maintenance CV Simpatik Jaya dipersepsikan sesuai dengan kualitas layanan yang diterima oleh konsumen.					
2. Konsumen menilai bahwa kualitas layanan maintenance CV Simpatik Jaya sebanding dengan harga yang dibayarkan, menciptakan persepsi positif terhadap nilai yang ditawarkan.					
3. Layanan maintenance CV Simpatik Jaya dianggap memberikan kualitas tinggi, sehingga harga yang ditetapkan dinilai wajar dan sesuai dengan hasil kerja yang diberikan.					
4. Persepsi konsumen terhadap harga layanan maintenance CV Simpatik Jaya sangat positif, karena mereka merasa kualitas yang diterima setara dengan harga yang dibayarkan.					
X1.3 Daya Persaingan Harga					
1. Harga layanan maintenance CV Simpatik Jaya dianggap kompetitif di pasar, menjadikannya pilihan menarik dibandingkan penyedia jasa lainnya.					
2. Konsumen melihat bahwa harga yang ditawarkan CV Simpatik Jaya untuk layanan maintenance memiliki daya saing yang kuat, terutama dalam hal kualitas layanan yang tetap terjaga.					
3. Perbandingan harga dengan kompetitor menunjukkan bahwa layanan maintenance CV Simpatik Jaya menawarkan nilai yang lebih baik dengan biaya yang seimbang.					
4. Daya persaingan harga yang ditawarkan oleh CV Simpatik Jaya menciptakan persepsi positif di kalangan konsumen, yang merasa mendapatkan manfaat maksimal dari biaya yang dikeluarkan.					
X1.4 Kesesuaian harga dengan Manfaat					
1. Harga yang ditetapkan untuk layanan maintenance CV Simpatik Jaya dipersepsikan sejalan dengan manfaat dan					

kualitas yang diterima oleh konsumen.					
2. Konsumen merasa bahwa manfaat yang diperoleh dari layanan maintenance CV Simpatik Jaya sepadan dengan harga yang dibayarkan, menciptakan kepuasan yang tinggi.					
3. Kesesuaian antara harga layanan maintenance dan manfaat yang ditawarkan oleh CV Simpatik Jaya menciptakan persepsi positif di kalangan konsumen.					
4. Persepsi terhadap layanan maintenance CV Simpatik Jaya menunjukkan bahwa harga yang ditawarkan mencerminkan nilai baik, seiring dengan manfaat yang diterima oleh konsumen.					

PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN				
	STS	TS	N	S	SS
PROMOSI (X2)	1	2	3	4	5
X2.1 Advertisisng (Periklanan)					
1. Iklan yang dilakukan oleh CV Simpatik Jaya menekankan keunggulan layanan maintenance yang berkualitas, menarik perhatian konsumen untuk mencoba layanan tersebut.					
2. Kampanye periklanan CV Simpatik Jaya secara efektif menyampaikan informasi mengenai manfaat dan keunggulan layanan maintenance, meningkatkan minat konsumen untuk menggunakan jasa perusahaan.					
3. Periklanan yang dilakukan CV Simpatik Jaya berhasil menciptakan kesadaran di kalangan konsumen tentang layanan maintenance yang ditawarkan, memudahkan mereka dalam membuat keputusan.					
4. Strategi periklanan CV Simpatik Jaya menunjukkan nilai tambah dari layanan maintenance, membantu konsumen memahami mengapa memilih jasa perusahaan ini adalah pilihan yang tepat.					
X2.2 Sales Promotion (promosi Penjualan)					
1. CV Simpatik Jaya menawarkan diskon khusus untuk layanan maintenance selama periode tertentu, menarik minat konsumen untuk memanfaatkan kesempatan tersebut.					
2. Program layanan maintenance dengan produk tambahan dari CV Simpatik Jaya memberikan nilai lebih bagi konsumen, mendorong untuk memilih paket layanan yang ditawarkan.					
3. Kegiatan promosi penjualan seperti voucher dan hadiah menarik dari CV Simpatik Jaya berhasil meningkatkan antusiasme konsumen untuk menggunakan					

layanan maintenance.					
4. Penawaran promosi waktu terbatas untuk layanan maintenance CV Simpatik Jaya menciptakan urgensi di kalangan konsumen, mendorong mereka untuk segera melakukan pemesanan.					
X2.3 Public Relation (Hubungan Masyarakat)					
1. CV Simpatik Jaya secara aktif berpartisipasi dalam acara komunitas dan seminar tentang pemeliharaan rumah, meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya layanan maintenance yang berkualitas.					
2. Melalui publikasi dan artikel di media lokal, CV Simpatik Jaya membagikan informasi bermanfaat mengenai tips perawatan dan keuntungan menggunakan layanan maintenance, membangun reputasi positif di mata konsumen.					
3. Kegiatan yang dilakukan oleh CV Simpatik Jaya, seperti program pemeliharaan fasilitas publik, memperkuat hubungan dengan masyarakat dan menunjukkan komitmen perusahaan terhadap kualitas layanan.					
4. CV Simpatik Jaya memanfaatkan platform media sosial untuk berinteraksi dengan pelanggan, menjawab pertanyaan, dan mengatasi keluhan, meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap layanan maintenance yang ditawarkan.					

PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN				
	STS	TS	N	S	SS
KUALITAS LAYANAN (X3)	1	2	3	4	5
X3.1 Tangibles (Bukti Fisik)					
1. CV Simpatik Jaya menyediakan peralatan modern dan berkualitas tinggi dalam setiap layanan maintenance, yang meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap profesionalisme perusahaan.					
2. Penampilan teknisi yang rapi dan menggunakan seragam resmi menciptakan kesan positif dan menunjukkan komitmen CV Simpatik Jaya terhadap kualitas layanan yang diberikan.					
3. Dokumentasi dan laporan pemeliharaan yang jelas dan terperinci disediakan oleh CV Simpatik Jaya setelah setiap layanan, membantu konsumen memahami proses dan hasil pekerjaan yang dilakukan.					
4. Fasilitas kantor CV Simpatik Jaya yang bersih dan terorganisir mencerminkan standar profesionalisme perusahaan, meningkatkan persepsi konsumen terhadap kualitas layanan maintenance yang ditawarkan.					
X3.2 Reability (Kehandalan)					
1. CV Simpatik Jaya dikenal sebagai penyedia layanan maintenance yang dapat diandalkan, dengan catatan kepuasan pelanggan yang tinggi berkat keteraturan dan konsistensi dalam kualitas layanan.					
2. Layanan maintenance dari CV Simpatik Jaya selalu tepat waktu sesuai dengan jadwal yang telah disepakati, meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap komitmen perusahaan.					
3. Pelaksanaan tugas pemeliharaan oleh CV Simpatik Jaya dilakukan dengan prosedur yang jelas dan terstandarisasi, memastikan bahwa setiap layanan memenuhi ekspektasi konsumen.					

4. Respons yang cepat terhadap permintaan dan keluhan konsumen oleh tim CV Simpatik Jaya menunjukkan dedikasi mereka terhadap kehandalan dan kualitas layanan yang diberikan.					
X3.3 Responsiveness (Daya Tanggap)					
1. CV Simpatik Jaya menunjukkan daya tanggap yang tinggi terhadap permintaan layanan maintenance, dengan tim yang siap sedia untuk merespons dalam waktu singkat.					
2. Konsumen merasa dihargai karena CV Simpatik Jaya selalu memberikan informasi dan pembaruan yang jelas terkait jadwal dan kemajuan layanan maintenance yang diminta.					
3. Tim layanan pelanggan CV Simpatik Jaya sangat responsif dalam menangani keluhan, dengan pendekatan yang proaktif untuk memastikan kepuasan pelanggan.					
4. Ketersediaan layanan darurat oleh CV Simpatik Jaya mencerminkan kemampuan perusahaan dalam merespons kebutuhan mendesak konsumen dengan cepat dan efektif.					
X3.4 Assurance (Jaminan)					
1. CV Simpatik Jaya memberikan jaminan atas kualitas layanan maintenance yang dilakukan, memastikan bahwa setiap pekerjaan memenuhi standar yang ditetapkan dan diharapkan oleh konsumen.					
2. Teknisi yang berpengalaman dan terlatih dari CV Simpatik Jaya memberikan rasa percaya kepada konsumen bahwa setiap layanan maintenance dikerjakan dengan profesionalisme dan keahlian yang tinggi.					
3. Adanya garansi layanan yang ditawarkan oleh CV Simpatik Jaya menunjukkan komitmen perusahaan untuk memberikan kepuasan maksimal kepada konsumen dan menyelesaikan setiap masalah yang mungkin timbul.					

4. CV Simpatik Jaya menyediakan informasi yang jelas dan transparan mengenai prosedur dan kebijakan layanan maintenance, sehingga konsumen merasa aman dan percaya dalam menggunakan jasa perusahaan.					
X3.5 Empathy (Empati)					
1. Tim layanan pelanggan CV Simpatik Jaya selalu berusaha memahami kebutuhan dan kekhawatiran konsumen, memberikan perhatian khusus dalam setiap interaksi untuk memastikan kepuasan.					
2. CV Simpatik Jaya menyediakan solusi yang disesuaikan dengan situasi unik setiap konsumen, menunjukkan rasa peduli terhadap kepentingan dan harapan mereka dalam layanan maintenance.					
3. Pendekatan yang ramah dan penuh empati dari teknisi CV Simpatik Jaya saat memberikan layanan maintenance menciptakan suasana nyaman bagi konsumen, membuat mereka merasa dihargai.					
4. Konsumen merasa diperhatikan karena CV Simpatik Jaya secara aktif mendengarkan umpan balik dan saran mereka, yang diintegrasikan ke dalam perbaikan layanan di masa mendatang.					

PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN				
	STS	TS	N	S	SS
KEPUASAN KONSUMEN (Y)	1	2	3	4	5
Y.1 Kesesuaian Harapan					
1. Layanan maintenance CV Simpatik Jaya telah memenuhi harapan konsumen dengan memberikan hasil yang sesuai dengan standar kualitas yang dijanjikan.					
2. Konsumen merasa puas karena hasil pekerjaan maintenance dari CV Simpatik Jaya sesuai dengan apa yang diharapkan, baik dalam ketepatan waktu maupun kualitas layanan.					
3. Kualitas layanan maintenance yang diberikan oleh CV Simpatik Jaya sejalan dengan harapan konsumen, menciptakan tingkat kepuasan yang tinggi terhadap perusahaan.					
4. CV Simpatik Jaya berhasil memberikan layanan maintenance yang memenuhi ekspektasi konsumen, menjadikan perusahaan ini pilihan yang dipercaya untuk kebutuhan pemeliharaan rutin.					
Y1.2 Minat Order Kembali atau Berkunjung Ulang					
1. Layanan maintenance yang memuaskan dari CV Simpatik Jaya mendorong konsumen untuk mempertimbangkan menggunakan jasa perusahaan ini kembali di masa mendatang.					
2. Pengalaman positif dengan layanan maintenance CV Simpatik Jaya meningkatkan minat konsumen untuk kembali memesan layanan yang sama di waktu berikutnya.					
3. Konsumen menunjukkan minat tinggi untuk mengulang order layanan maintenance di CV Simpatik Jaya karena kualitas yang konsisten dan pelayanan yang memadai.					
4. Kepuasan konsumen terhadap layanan maintenance CV Simpatik Jaya membuat					

mereka cenderung menjadikan perusahaan ini sebagai pilihan utama untuk kebutuhan pemeliharaan yang berkelanjutan.					
Y1.3 Kesiadaan Rekomendasi					
1. Konsumen yang puas dengan layanan maintenance CV Simpatik Jaya menunjukkan kesiadaan tinggi untuk merekomendasikan perusahaan ini kepada teman dan kerabat.					
2. Kualitas layanan yang memuaskan dari CV Simpatik Jaya membuat konsumen merasa yakin untuk merekomendasikan perusahaan ini kepada orang lain yang membutuhkan layanan serupa.					
3. Pengalaman positif dengan layanan maintenance CV Simpatik Jaya mendorong konsumen untuk memberikan rekomendasi kepada rekan-rekan mereka, sebagai bentuk kepercayaan terhadap kualitas yang diterima.					
4. Tingkat kepuasan yang tinggi dari layanan maintenance CV Simpatik Jaya tercermin dalam kesiadaan konsumen untuk merekomendasikan perusahaan ini kepada komunitas mereka.					

4	3	5	4	3	4	5	3	5	4	5	3	4	5	5	5	67
5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	66
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80
5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	76
4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	77
2	3	3	4	3	4	2	3	4	2	3	3	2	2	4	4	48
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	79
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	66
4	3	5	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	5	4	5	62
4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	69
3	4	3	4	5	3	4	4	3	5	5	3	5	4	3	5	63
5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	73
5	4	4	5	5	5	5	4	3	4	5	5	4	5	5	5	73

Data Tabulasi**Variabel Promosi**

X2 .1	X2 .2	X2 .3	X2 .4	X2 .5	X2 .6	X2 .7	X2 .8	X2 .9	X2. 10	X2. 11	X2. 12	TOT AL X2
5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	58
4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	57
4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	49
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	52
5	5	5	3	4	3	3	3	3	3	5	4	46
4	4	4	3	3	4	5	3	4	5	4	4	47
4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	54
3	3	5	5	4	3	5	4	4	5	5	4	50
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	54
4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	53
4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	52
5	5	5	4	4	4	4	3	5	5	5	5	54
5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	51
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
3	4	4	4	5	5	3	3	3	3	3	4	44
4	5	4	4	5	4	5	3	4	4	4	5	51
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	3	54
4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	49

5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	58
5	4	4	5	4	4	3	5	4	5	4	5	52
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	57
4	3	3	4	3	4	2	3	3	3	5	4	41
4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	57
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
5	4	3	5	5	5	4	4	4	5	5	4	53
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	46
4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4	51
5	4	4	3	5	3	4	5	4	4	5	3	49
4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	53
3	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	53

Data Tabulasi

Variabel Kualitas Layanan

X ₃ 1	X ₃ 2	X ₃ 3	X ₃ 4	X ₃ 5	X ₃ 6	X ₃ 7	X ₃ 8	X ₃ 9	X ₃ 10	X ₃ 11	X ₃ 12	X ₃ 13	X ₃ 14	X ₃ 15	X ₃ 16	X ₃ 17	X ₃ 18	X ₃ 19	X ₃ 20	TOTAL X ₃
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	98
4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	84
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	83
4	5	5	4	4	5	3	4	4	3	4	3	4	5	5	4	5	5	5	5	86
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	78
5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	89
4	5	5	4	5	4	5	5	5	3	3	4	5	5	5	5	4	3	5	5	89
5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	91
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
4	5	5	4	5	4	3	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	3	4	5	87
3	5	4	5	5	5	4	5	3	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	87
5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	89
5	5	5	5	3	5	5	4	4	4	3	5	3	3	5	5	5	5	2	5	86
4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	92
5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	90
4	4	3	4	5	2	3	1	5	4	3	5	5	4	3	2	3	4	4	5	73
5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	88

5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
4	4	3	5	5	5	4	4	4	3	5	5	5	5	5	5	4	4	3	4	86
4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	83
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	93
5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	99
4	3	4	4	2	2	3	3	4	3	3	4	2	3	4	4	5	3	4	4	68
5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	96
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	96
3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	71
5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	83
4	3	5	4	3	4	5	4	5	3	5	3	5	5	4	3	5	4	5	4	83
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	89
5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	89

Data Tabulasi

Variabel Kepuasan Konsumen

[illegible]

4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	55
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	59
3	2	3	4	3	2	4	4	3	4	2	1	35
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	58
4	5	4	4	5	3	4	4	3	4	4	3	47
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	49
5	4	3	4	3	5	4	3	4	5	3	4	47
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
4	3	4	5	5	4	3	5	5	4	4	5	51

Lampiran 3 Data Deskriptif Berdasarkan Rata-Rata Jawaban Variabel

Pernyataan	N	<i>Minimum</i>	<i>Maximum</i>	<i>Mean</i>
X1.1	36	1	5	4,5
X1.2	36	1	5	4,3
X1.3	36	1	5	4,4
X1.4	36	1	5	4,3
X1.5	36	1	5	4,5
X1.6	36	1	5	4,5
X1.7	36	1	5	4,1
X1.8	36	1	5	4,4
X1.9	36	1	5	4,4
X1.10	36	1	5	4,4
X1.11	36	1	5	4,4
X1.12	36	1	5	4,4
X1.13	36	1	5	4,5
X1.14	36	1	5	4,5
X1.15	36	1	5	4,5
X1.16	36	1	5	4,6
Valid N (listwise)	36			

Pernyataan	N	<i>Minimum</i>	<i>Maximum</i>	<i>Mean</i>
X2.1	36	1	5	4,3
X2.2	36	1	5	4,5
X2.3	36	1	5	4,4
X2.4	36	1	5	4,4
X2.5	36	1	5	4,5
X2.6	36	1	5	4,4
X2.7	36	1	5	4,4
X2.8	36	1	5	4,2
X2.9	36	1	5	4,3
X2.10	36	1	5	4,4
X2.11	36	1	5	4,4
X2.12	36	1	5	4,3
Valid N (listwise)	36			

Pernyataan	N	Minimum	Maximum	Mean
X3.1	36	1	5	4,5
X3.2	36	1	5	4,5
X3.3	36	1	5	4,5
X3.4	36	1	5	4,5
X3.5	36	1	5	4,4
X3.6	36	1	5	4,4
X3.7	36	1	5	4,3
X3.8	36	1	5	4,3
X3.9	36	1	5	4,5
X3.10	36	1	5	4,3
X3.11	36	1	5	4,3
X3.12	36	1	5	4,5
X3.13	36	1	5	4,5
X3.14	36	1	5	4,5
X3.15	36	1	5	4,5
X3.16	36	1	5	4,4
X3.17	36	1	5	4,5
X3.18	36	1	5	4,4
X3.19	36	1	5	4,5
X3.20	36	1	5	4,6
Valid N (listwise)	36			

Pernyataan	N	Minimum	Maximum	Mean
Y.1	36	1	5	4,5
Y.2	36	1	5	4,4
Y.3	36	1	5	4,4
Y.4	36	1	5	4,4
Y.5	36	1	5	4,5
Y.6	36	1	5	4,5
Y.7	36	1	5	4,5
Y.8	36	1	5	4,4
Y.9	36	1	5	4,5
Y.10	36	1	5	4,5
Y.11	36	1	5	4,3
Y.12	36	1	5	4,4
Valid N (listwise)	36			

Lampiran 4 Uji Instrumen

Uji Validitas Variabel Persepsi Harga (X1)

Data SPSS 25

Correlations

	X1. 1	X1. 2	X1. 3	X1. 4	X1. 5	X1. 6	X1. 7	X1. 8	X1. 9	X1. 10	X1. 11	X1. 12	X1. 13	X1. 14	X1. 15	X1. 16	X1. X1
X1. Pearson 1 n Correlation	1	.60 1**	.65 4**	.50 7**	.62 7**	.31 8	.49 2**	.59 5**	.32 9	.50 3**	.53 5**	.61 4**	.65 2**	.68 7**	.28 7	.18 5	.79 5**
Sig. (2- tailed)		.00 0	.00 0	.00 2	.00 0	.05 9	.00 2	.00 0	.05 0	.00 2	.00 1	.00 0	.00 0	.00 0	.09 0	.28 1	.00 0
N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
X1. Pearson 2 n Correlation	.60 1**	1	.32 5	.48 7**	.73 9**	.43 6**	.43 0**	.59 6**	.28 4	.43 4**	.39 2*	.49 6**	.74 4**	.46 6**	.26 3	.10 8	.71 8**
Sig. (2- tailed)	.00 0		.05 3	.00 3	.00 0	.00 8	.00 9	.00 0	.09 3	.00 8	.01 8	.00 2	.00 0	.00 4	.12 2	.53 1	.00 0
N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
X1. Pearson 3 n Correlation	.65 4**	.32 5	1	.49 5**	.18 0	.43 1**	.52 0**	.26 1	.49 5**	.49 9**	.53 0**	.37 1*	.40 1*	.58 5**	.32 8	.24 1	.67 4**
Sig. (2- tailed)	.00 0	.05 3		.00 2	.29 4	.00 9	.00 1	.12 4	.00 2	.00 2	.00 1	.02 6	.01 5	.00 0	.05 1	.15 7	.00 0
N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
X1. Pearson 4 n Correlation	.50 7**	.48 7**	.49 5**	1	.56 5**	.40 9*	.62 5**	.43 2**	.33 1*	.57 7**	.49 5**	.46 5**	.38 1*	.30 9	.31 5	.18 0	.70 2**
Sig. (2- tailed)	.00 2	.00 3	.00 2		.00 0	.01 3	.00 0	.00 9	.04 9	.00 0	.00 2	.00 4	.02 2	.06 6	.06 2	.29 3	.00 0
N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
X1. Pearson 5 n Correlation	.62 7**	.73 9**	.18 0	.56 5**	1	.18 1	.40 6*	.65 2**	.15 3	.55 6**	.38 2*	.54 9**	.77 3**	.45 8**	.28 3	.28 7	.71 8**
Sig. (2- tailed)	.00 0	.00 0	.29 4	.00 0		.29 2	.01 4	.00 0	.37 4	.00 0	.02 1	.00 1	.00 0	.00 5	.09 4	.09 0	.00 0

	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
X1.6	Pearson	.318	.436**	.431**	.409*	.181	1	.344*	.503**	.253	.352*	.288	.337*	.215	.325	.424*	.134
	Correlation																
	Sig. (2-tailed)	.059	.008	.009	.013	.292		.040	.002	.137	.035	.089	.044	.208	.053	.010	.436
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
X1.7	Pearson	.492**	.430**	.520**	.625**	.406*	.344*	1	.403*	.357*	.578**	.461**	.268	.495**	.524**	.520**	.301
	Correlation																
	Sig. (2-tailed)	.002	.009	.001	.000	.014	.040		.015	.032	.000	.005	.113	.002	.001	.001	.075
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
X1.8	Pearson	.595**	.596**	.261	.432**	.652**	.503**	.403*	1	.360*	.618**	.396*	.624**	.602**	.382*	.328	.158
	Correlation																
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.124	.009	.000	.002	.015		.031	.000	.017	.000	.000	.021	.051	.358
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
X1.9	Pearson	.329	.284	.495**	.331*	.153	.253	.357*	.360*	1	.466**	.225	.275	.370*	.424*	.512**	.384*
	Correlation																
	Sig. (2-tailed)	.050	.093	.002	.049	.374	.137	.032	.031		.004	.187	.105	.026	.010	.001	.021
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
X1.10	Pearson	.503**	.434**	.499**	.577**	.556**	.352*	.578**	.618**	.466**	1	.559**	.412*	.686**	.616**	.326	.341*
	Correlation																
	Sig. (2-tailed)	.002	.008	.002	.000	.000	.035	.000	.000	.004		.000	.013	.000	.000	.052	.042
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
X1.11	Pearson	.535**	.392*	.530**	.495**	.382*	.288	.461**	.396*	.225	.559**	1	.308	.535**	.585**	.184	.325
	Correlation																
	Sig. (2-tailed)	.001	.008	.001	.002	.021	.089	.005	.017	.187	.000		.067	.001	.000	.283	.053

N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
---	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----

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

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

- ** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
- * . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

X3 Pears .14 on Corre lation	.03 4	.14 4	.33 8*	.37 4*	.59 1**	.47 2**	.37 6*	.49 5**	.34 4*	.12 5	.49 4**	.06 4	.63 4**	1	.42 0*	.36 5*	.19 8	.41 4*	.57 1**	.31 1	.60 9**
Sig. (2- tailed)	.84 2	.40 3	.04 4	.02 5	.00 0	.00 4	.02 4	.00 2	.04 0	.46 7	.00 2	.71 0	.00 0		.01 1	.02 9	.24 6	.01 2	.00 0	.06 4	.00 0
N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
X3 Pears .15 on Corre lation	.29 3	.31 1	.58 5**	.31 9	.29 8	.56 7**	.45 8**	.51 4**	.20 9	.10 8	.29 6	.23 4	.27 7	.42 0*	1	.66 1**	.50 6**	.44 0**	.18 3	.47 1**	.62 6**
Sig. (2- tailed)	.08 3	.06 4	.00 0	.05 8	.07 8	.00 0	.00 5	.00 1	.22 1	.53 2	.07 9	.16 9	.10 1	.01 1		.00 0	.00 2	.00 7	.28 5	.00 4	.00 0
N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
X3 Pears .16 on Corre lation	.45 4**	.38 8*	.42 0*	.56 4**	.29 2	.64 4**	.51 7**	.68 9**	.13 4	.29 8	.23 6	.39 9*	.08 9	.36 5*	.66 1**	1	.44 0**	.35 6*	.22 9	.27 4	.65 9**
Sig. (2- tailed)	.00 5	.02 0	.01 1	.00 0	.08 5	.00 0	.00 1	.00 0	.43 7	.07 8	.16 5	.01 6	.60 8	.02 9	.00 0		.00 7	.03 3	.17 9	.10 6	.00 0
N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
X3 Pears .17 on Corre lation	.41 6*	.27 6	.55 5**	.26 9	.01 7	.29 8	.31 5	.52 0**	.24 7	.33 3*	.43 7**	.18 4	.16 4	.19 8	.50 6**	.44 0**	1	.42 1*	.43 8**	.48 5**	.56 8**
Sig. (2- tailed)	.01 2	.10 4	.00 0	.11 3	.92 3	.07 8	.06 1	.00 1	.14 6	.04 7	.00 8	.28 2	.34 0	.24 6	.00 2	.00 7		.01 1	.00 8	.00 3	.00 0
N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
X3 Pears .18 on Corre lation	.30 8	.31 4	.35 4*	.40 8*	.28 5	.50 3**	.41 1*	.29 4	.03 8	.47 0**	.46 5**	.32 2	.34 2*	.41 4*	.44 0**	.35 6*	.42 1*	1	.32 8	.48 8**	.61 5**

Sig. (2- tailed)	.06 8	.06 2	.03 4	.01 3	.09 2	.00 2	.01 3	.08 2	.82 8	.00 4	.00 4	.05 5	.04 1	.01 2	.00 7	.03 3	.01 1		.05 1	.00 3	.00 0
N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
X3 Pears .19 on Corre lation	.33 5*	.15 7	.38 3*	.07 1	.32 4	.18 0	.29 2	.39 7*	.40 2*	.35 8*	.45 4**	.09 1	.47 2**	.57 1**	.18 3	.22 9	.43 8**	.32 8	1	.40 9*	.54 8**
Sig. (2- tailed)	.04 6	.36 1	.02 1	.68 0	.05 4	.29 2	.08 4	.01 7	.01 5	.03 2	.00 5	.59 8	.00 4	.00 0	.28 5	.17 9	.00 8	.05 1		.01 3	.00 1
N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
X3 Pears .20 on Corre lation	.37 2*	.49 3**	.46 3**	.30 0	.41 3*	.27 4	.30 0	.17 3	.56 5**	.41 1*	.26 1	.47 0**	.49 7**	.31 1	.47 1**	.27 4	.48 5**	.48 8**	.40 9*	1	.63 1**
Sig. (2- tailed)	.02 5	.00 2	.00 4	.07 6	.01 2	.10 6	.07 6	.31 4	.00 0	.01 3	.12 5	.00 4	.00 2	.06 4	.00 4	.10 6	.00 3	.00 3	.01 3		.00 0
N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
X3 Pears on Corre lation	.60 5**	.65 2**	.66 0**	.65 2**	.66 1**	.77 8**	.76 4**	.73 7**	.53 5**	.67 7**	.71 9**	.49 6**	.65 6**	.60 9**	.62 6**	.65 9**	.56 8**	.61 5**	.54 8**	.63 1**	1
Sig. (2- tailed)	.00 0	.00 0	.00 0	.00 0	.00 0	.00 0	.00 0	.00 0	.00 1	.00 0	.00 0	.00 2	.00 0	.00 0	.00 0	.00 0	.00 0	.00 0	.00 1	.00 0	
N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36

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

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

- ** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
- * . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Uji Reliabilitas Variabel Persepsi Harga (X1)
Data SPSS 25

<i>Reliability Statistics</i>	
<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.924	16

Uji Reliabilitas Variabel Promosi (X2) Data SPSS 25

<i>Reliability Statistics</i>	
<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.869	12

Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X3) Data SPSS 25

<i>Reliability Statistics</i>	
<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.925	20

Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y) Data SPSS 25

<i>Reliability Statistics</i>	
<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.920	12

Lampiran 5 Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas Data SPSS 25

<i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>		
		<i>Unstandardized Residual</i>
<i>N</i>		100
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	<i>Mean</i>	.0000000
	<i>Std. Deviation</i>	2.06220733
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	.114
	<i>Positive</i>	.112
	<i>Negative</i>	-.114
<i>Test Statistic</i>		.114
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		.200 ^c

Uji Multikolinearitas Data SPSS 25

<i>Coefficients^a</i>			
<i>Model</i>		<i>Collinearity Statistics</i>	
		<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
1	X1_Persepsi Harga	.182	5.488
	X2_Promosi	.196	5.101
	X3_Kualitas Pelayanan	.146	6.835

Uji Heterokedastisitas Data SPSS 25

<i>Correlations</i>						
			<i>X1</i>	<i>X2</i>	<i>X3</i>	<i>Unstandardized Residual</i>
Spearman's rho	X1	<i>Correlation Coefficient</i>	1.000	.822**	.883**	-.036
		<i>Sig. (2-tailed)</i>		.000	.000	.833
		<i>N</i>	36	36	36	36
	X2	<i>Correlation Coefficient</i>	.822**	1.000	.832**	-.006
		<i>Sig. (2-tailed)</i>	.000		.000	.972

	X3	N	36	36	36	36
		Correlation Coefficient	.883**	.832**	1.000	.133
		Sig. (2-tailed)	.000	.000		.441
	Unstandardized Residual	N	36	36	36	36
		Correlation Coefficient	-.036	-.006	.133	1,000
		Sig. (2-tailed)	.833	.972	.441	
		N	36	36	36	36

Lampiran 6 Uji Hipotesis

Uji Regresi Linier Berganda dan Uji t Data SPSS 25

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-5.085	3.948		-.1.288	.207
	X1	.184	.118	.227	1.559	.129
	X2	.335	.163	.289	2.055	.048
	X3	.310	.110	.457	2.812	.008

Uji Regresi Linier Berganda dan Uji F Data SPSS 25

ANOVA^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1052.794	3	350.931	75.447	.000 ^b
	Residual	148.844	32	4.651		
	Total	1201.639	35			

Uji Determinasi (R^2) Data SPSS 25

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.936 ^a	.876	.865	2.157

Lampiran 7 T Tabel

df	0,05	0,025
1	6.314	12.706
2	2.920	4.303
3	2.353	3.182
4	2.132	2.776
5	2.015	2.571
6	1.943	2.447
7	1.895	2.365
8	1.860	2.306
9	1.833	2.262
10	1.812	2.228
11	1.796	2.201
12	1.782	2.179
13	1.771	2.160
14	1.761	2.145
15	1.753	2.131
16	1.746	2.120
17	1.740	2.110
18	1.734	2.101
19	1.729	2.093
20	1.725	2.086
21	1.721	2.080
22	1.717	2.074
23	1.714	2.069
24	1.711	2.064
25	1.708	2.060
26	1.706	2.056
27	1.703	2.052
28	1.701	2.048
29	1.699	2.045
30	1.697	2.042
31	1.696	2.040
32	1.694	2.037
33	1.692	2.035
34	1.691	2.032
35	1.690	2.030
36	1.688	2.028
37	1.687	2.026
38	1.686	2.024
39	1.685	2.023
40	1.684	2.021
41	1.683	2.020
42	1.682	2.018
43	1.681	2.017
44	1.680	2.015
45	1.679	2.014
46	1.679	2.014
47	1.678	2.013
48	1.677	2.012
49	1.677	2.011
50	1.676	2.010
51	1.675	2.008
52	1.675	2.007

df	0,05	0,025
53	1.674	2.006
54	1.674	2.005
55	1.673	2.004
56	1.673	2.003
57	1.672	2.002
58	1.672	2.002
59	1.671	2.001
60	1.671	2.000
61	1.670	2.000
62	1.670	1.999
63	1.669	1.998
64	1.669	1.998
65	1.669	1.997
66	1.668	1.997
67	1.668	1.996
68	1.668	1.995
69	1.667	1.995
70	1.667	1.994
71	1.667	1.995
72	1.666	1.993
73	1.666	1.993
74	1.666	1.993
75	1.665	1.992
76	1.665	1.992
77	1.665	1.991
78	1.665	1.991
79	1.664	1.990
80	1.664	1.990
81	1.664	1.990
82	1.664	1.989
83	1.663	1.989
84	1.663	1.989
85	1.663	1.988
86	1.663	1.988
87	1.663	1.988
88	1.662	1.987
89	1.662	1.987
90	1.662	1.987
91	1.662	1.986
92	1.662	1.986
93	1.661	1.986
94	1.661	1.986
95	1.661	1.985
96	1.661	1.985
97	1.661	1.985
98	1.661	1.984
99	1.660	1.984
100	1.660	1.984
101	1.660	1.984
102	1.660	1.983
103	1.660	1.983
104	1.660	1.983

df	0,05	0,025
105	1.659	1.983
106	1.659	1.983
107	1.659	1.982
108	1.659	1.982
109	1.659	1.982
110	1.659	1.982
111	1.659	1.982
112	1.659	1.981
113	1.658	1.981
114	1.658	1.981
115	1.658	1.981
116	1.658	1.981
117	1.658	1.980
118	1.658	1.980
119	1.658	1.980
120	1.658	1.980
121	1.658	1.980
122	1.657	1.980
123	1.657	1.979
124	1.657	1.979
125	1.657	1.979
126	1.657	1.979
127	1.657	1.979
128	1.657	1.979
129	1.657	1.979
130	1.657	1.978
131	1.657	1.978
132	1.656	1.978
133	1.656	1.978
134	1.656	1.978
135	1.656	1.978
136	1.656	1.978
137	1.656	1.977
138	1.656	1.977
139	1.656	1.977
140	1.656	1.977
141	1.656	1.977
142	1.656	1.977
143	1.656	1.977
144	1.656	1.977
145	1.655	1.976
146	1.655	1.976
147	1.655	1.976
148	1.655	1.976
149	1.655	1.976
150	1.655	1.976
151	1.655	1.976
152	1.655	1.976
153	1.655	1.976
154	1.655	1.975
155	1.655	1.975
156	1.655	1.975

df	0,05	0,025
157	1.655	1.975
158	1.655	1.975
159	1.654	1.975
160	1.654	1.975
161	1.654	1.975
162	1.654	1.975
163	1.654	1.975
164	1.654	1.975
165	1.654	1.974
166	1.654	1.974
167	1.654	1.974
168	1.654	1.974
169	1.654	1.974
170	1.654	1.974
171	1.654	1.974
172	1.654	1.974
173	1.654	1.974
174	1.654	1.974
175	1.654	1.974
176	1.654	1.974
177	1.654	1.973
178	1.653	1.973
179	1.653	1.973
180	1.653	1.973
181	1.653	1.973
182	1.653	1.973
183	1.654	1.973
184	1.653	1.973
185	1.653	1.973
186	1.653	1.973
187	1.653	1.973
188	1.653	1.973
189	1.654	1.973
190	1.653	1.973
191	1.653	1.972
192	1.653	1.972
193	1.653	1.972
194	1.653	1.972
195	1.654	1.972
196	1.653	1.972
197	1.653	1.972
198	1.653	1.972
199	1.653	1.972
200	1.653	1.972

Lampiran 8 Surat Izin Penelitian



**POOL SPECIALIST - MAINTENANCE - PEST CONTROL
CLEANING SERVICE - GARDEN
& GENERAL SUPPLIER**

SIMPATIK JAYA

SURAT PERIZINAN PENELITIAN

Nomor : 09/SJ/X/2024
Perihal : Surat perizinan Penelitian

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : I Made Yusa
Jabatan : Owner
Alamat : Jalan Tunjari II / 17A Sepanjang Taman Sidoarjo 61257

Dengan ini menerangkan :

Nama	NBI	Universitas
I Nyoman Ary Dhanan Jaya	1212100247	Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Bahwa Mahasiswa tersebut pada tanggal 24 Oktober 2024 peroleh perizinan tempat penelitian, dalam rangka penyusunan skripsi berjudul "Pengaruh Persepsi Harga, Promosi, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen CV Simpatik Jaya" diperkenankan untuk melaksanakan penelitian di Perusahaan.

Demikian surat hafsan dari kami agar dipergunakan semestinya oleh mahasiswa.

Surabaya, 26 Oktober 2024
CV. Simpatik Jaya Surabaya



 I Made Yusa

Lampiran 9 Kartu Bimbingan



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Kampus II, Surodwaro 45 Surabaya 60118, Telp. (031) 5931800 Fax 1401412



SEMESTER
 Gasal / Genap
2024, 2025

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa / NIM : I Nyoman Ary Damar Jaya 111100297

Nama Pembimbing : Pr. Ida Ayu Sri Brahmayanti, M.M

Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Harga, Promosi
 Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Konsumen
 CV Simpatik Jaya Surabaya

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

No.	HARI / TANGGAL	KONSENTRASI		PARAF
		BAB / HAL	KETERANGAN REVISI	
1	17-Sept-2024	Ba Bab 1	Bimbingan Judul + Acc Judul	YE
2	07-Okt-2024	Bab 1-2-3	Bimbingan Bab 1 1/2 Bab 3	YE
3	08-Okt-2024	Revisi 1-2-3	Revisi Bab 1 1/2 Bab 3	YE
4	09-Okt-2024	Bab II	Acc Bab 1 1/2 Bab 3	YE
5	Kamis, 05/12/24	Bab III, V	revisi	YE
6	Senin, 09/12/24	Bab IV, V	revisi	YE
7	Sabtu, 12/12/24	Bab IV, V	revisi pembahasan	YE
8	Selasa, 10/12/24	Bab IV, V	acc	YE

Perpanjangan I _____

Semester : _____

Th. Ak. : _____

Paraf Kajar : _____

Surabaya, 10 - 12 - 2024



(Nama dan tanda tangan Pembimbing)

Lampiran 10 Bukti Publikasi



SURAT KETERANGAN TERIMA PAPER No.12/NLC/JURNALNIRTA/I/2025

Kepada Yth,
Bapak / Ibu / Saudara / i :
I Nyoman Ary Danan Jaya dan Ida Ayu Sri Brahmayanti
di - Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Dengan hormat,
Kami dari Redaksi Jurnal Nirta: Jurnal yang berfokus pada bidang keilmuan Ekonomi, Pendidikan, Manajemen dan Pariwisata menyampaikan bahwa artikel bapak/ibu dengan judul:

"PENGARUH PERSEPSI HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN CV SIMPATIK JAYA SURABAYA"

telah diterima serta sudah direview dan dinyatakan diterima (*ACCEPTED*) serta akan diterbitkan di Edisi **Vol. 4 No. 2 Maret 2025**

Kami mengucapkan terimakasih banyak atas kepercayaan bapak/ibu untuk menerbitkan artikel terbaik, kami akan kembali menginformasikan tahap proses berikutnya sampai publish (terbit). dan untuk seterusnya kami masih menunggu artikel terbaik saudara selanjutnya.

Demikianlah surat keterangan ini kami perbuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana perlunya.

Denpasar, 13 Januari 2025
Editor Chief Journal



Lampiran 11 Hasil Cek Turnitin

