

BAB VI

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen kereta api Penataran di stasiun Gubeng Surabaya, sebagaimana telah diuraikan pada bab sebelumnya, dapat ditarik beberapa simpulan dan saran.

6.1 Simpulan

1) Dalam perumusan masalah, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan persepsi harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen kereta api Penataran di stasiun Gubeng Surabaya. 2) Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen kereta api Penataran di stasiun Gubeng Surabaya. 3) Kualitas pelayanan yang diberikan PT Kereta Api Indonesia (Persero) seperti rangkaian kereta api yang sudah bagus dan sesuai dengan kepuasan konsumen 4) Berdasarkan hasil uji Parsial (Uji T) kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen karena nilai signifikansi (Sig.) $0.00 < 0.05$, sedangkan persepsi harga mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen karena nilai signifikansi (Sig.) $0.911 > 0.05$. 5) Dalam uji validitas menunjukkan r tabel sebesar 0.1966 sehingga semua indikator menunjukkan valid karena nilai r hitung $>$ r tabel. 6) Dalam uji reliabilitas menunjukkan bahwa semua variabel adalah *reliable* karena *Cronboach Alpha* $>$ 0,6.

6.2 Saran

Berdasarkan simpulan hasil penelitian di atas, adapun saran yang dapat diberikan adalah (1) Dari faktor kualitas pelayanan diharapkan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) tetap mempertahankan kualitas pelayanan yang baik sehingga konsumen merasa puas dan tetap memilih menggunakan jasa transportasi Kereta Api

Penataran. (2) Penelitian mendatang dapat dilakukan dengan mengkaji kualitas pelayanan yang berorientasi kepada konsumen, sebagai salah satu menciptakan kepuasan konsumen (studi perbandingan pada jasa transportasi darat, laut dan udara).

DAFTAR PUSTAKA

- Avila, Niko., Martha T.L., Diah A.E.* 2016. **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Bagian Customer Care PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Terhadap Kepuasan Konsumen di Stasiun Hall Bandung”**. E-Proceeding of Management, No 1, Vol.3, pp 770-777.
- Ghozali, Imam.* 2009. **Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS**. Cetakan Keempat. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hosang, Natasja., Altje T., S Moniharapon.* 2016. **“Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pasien (Studi Kasus Pada Rumah Sakit Siloam Manado)”**. Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi, No 01. Vol.16, pp 159-171.
- Kotler, P.* 2009. **Manajemen Pemasaran**. Jilid 2. Jakarta: Bumi Aksara.
- Lupiyodi, Rambat.* 2013. **Manajemen Pemasaran Jasa**. Edisi 3. Jakarta: Salemba Empat.
- Mustofa.* _____. **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Obyek Wisata Taman Lele di Semarang”**. Universitas Dian Nuswantoro.
- Prasetio, Ari.* 2012. **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan”**. Management Analysis Journal 1. Hal 1-6. Universitas Negeri Semarang. Semarang.
- Ratnasari, Ririn Tri dan Mastuti Aksa,* 2011. **Manajemen Pemasaran Jasa**. Bogor: Ghalia Indonesia.

Suryani, Tatik. 2013. **Perilaku Konsumen di Era Internet : Implikasinya pada Strategi Pemasaran.** Edisi Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu

Tjiptono, fandy. 2008. **Strategi Pemasaran.** Edisi 3. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Umi Narimawati. 2008. **Metodelogi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif Teori dan Aplikasi.** Bandung: Agung Media

LAMPIRAN

Lampiran 1

Kualitas Pelayanan

Frequencies

Statistics

	X1.1.1	X1.1.2	X1.2.1	X1.2.2	X1.3.1	X1.3.2	X1.4.1	X1.4.2	X1.5.1	X1.5.2
N Valid	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean	3.9500	3.9700	4.0500	3.9700	3.8900	3.9000	4.0600	3.9500	4.0200	4.0400
Median	4.0000	4.0000	4.0000	4.0000	4.0000	4.0000	4.0000	4.0000	4.0000	4.0000
Mode	3.00	3.00	5.00	3.00	3.00	3.00	5.00	3.00	5.00	5.00
Std. Deviation	.86894	.91514	.85723	.85818	.87496	.95874	.89691	.90314	.92091	.88671
Minimum	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	1.00	3.00	3.00	3.00	3.00
Maximum	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00
Sum	395.00	397.00	405.00	397.00	389.00	390.00	406.00	395.00	402.00	404.00

Frequency

X1.1.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Cukup Setuju	40	40.0	40.0	40.0
Setuju	25	25.0	25.0	65.0
Sangat Setuju	35	35.0	35.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

X1.1.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Cukup Setuju	43	43.0	43.0	43.0
Setuju	17	17.0	17.0	60.0
Sangat Setuju	40	40.0	40.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

X1.2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Cukup Setuju	34	34.0	34.0	34.0
	Setuju	27	27.0	27.0	61.0
	Sangat Setuju	39	39.0	39.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Cukup Setuju	38	38.0	38.0	38.0
	Setuju	27	27.0	27.0	65.0
	Sangat Setuju	35	35.0	35.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.3.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Cukup Setuju	44	44.0	44.0	44.0
	Setuju	23	23.0	23.0	67.0
	Sangat Setuju	33	33.0	33.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.3.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Cukup Setuju	45	45.0	45.0	46.0
	Setuju	16	16.0	16.0	62.0
	Sangat Setuju	38	38.0	38.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.4.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Cukup Setuju	37	37.0	37.0	37.0
	Setuju	20	20.0	20.0	57.0
	Sangat Setuju	43	43.0	43.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.4.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Cukup Setuju	43	43.0	43.0	43.0
	Setuju	19	19.0	19.0	62.0
	Sangat Setuju	38	38.0	38.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.5.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Cukup Setuju	41	41.0	41.0	41.0
	Setuju	16	16.0	16.0	57.0
	Sangat Setuju	43	43.0	43.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.5.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Cukup Setuju	37	37.0	37.0	37.0
	Setuju	22	22.0	22.0	59.0
	Sangat Setuju	41	41.0	41.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Persepsi Harga

Frequencies

Statistics

		X2.1	X2.2	X2.3
N	Valid	100	100	100
	Missing	0	0	0
	Mean	4.1400	3.7800	3.7000
	Median	4.0000	3.0000	3.0000
	Mode	5.00	3.00	3.00
	Minimum	2.00	2.00	2.00
	Maximum	5.00	5.00	5.00

Frequency

X2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Cukup Setuju	28	28.0	28.0	29.0
	Setuju	27	27.0	27.0	56.0
	Sangat Setuju	44	44.0	44.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Cukup Setuju	52	52.0	52.0	53.0
	Setuju	15	15.0	15.0	68.0
	Sangat Setuju	32	32.0	32.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Cukup Setuju	54	54.0	54.0	55.0
	Setuju	19	19.0	19.0	74.0
	Sangat Setuju	26	26.0	26.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Kepuasan Konsumen
Frequencies**

Statistics

		X3.1	X3.2	X3.3
N	Valid	100	100	100
	Missing	0	0	0
	Mean	4.3000	4.2700	4.0700
	Median	5.0000	5.0000	4.0000
	Mode	5.00	5.00	5.00
	Minimum	2.00	2.00	2.00
	Maximum	5.00	5.00	5.00

Frequency

X3.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Cukup Setuju	23	23.0	23.0	24.0
	Setuju	21	21.0	21.0	45.0
	Sangat Setuju	55	55.0	55.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X3.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Cukup Setuju	22	22.0	22.0	23.0
	Setuju	26	26.0	26.0	49.0
	Sangat Setuju	51	51.0	51.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X3.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Cukup Setuju	31	31.0	31.0	32.0
	Setuju	28	28.0	28.0	60.0
	Sangat Setuju	40	40.0	40.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Lampiran 2

Uji Validitas Kualitas Pelayanan

Correlations

	X1.1.1	X1.1.2	X1.2.1	X1.2.2	X1.3.1	X1.3.2	X1.4.1	X1.4.2	X1.5.1	X1.5.2	SUM_X1
X1.1.1 Pearson Correlation	1	.392**	.180	.106	.152	.067	.354**	.267**	.266**	.239*	.509**
Sig. (2-tailed)		.000	.074	.292	.131	.510	.000	.007	.007	.017	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.1.2 Pearson Correlation	.392**	1	.169	.140	.034	.146	.261**	.108	.192	.263**	.461**
Sig. (2-tailed)	.000		.092	.164	.739	.147	.009	.284	.055	.008	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.2.1 Pearson Correlation	.180	.169	1	.345**	.358**	.178	.285**	.290**	.383**	.210*	.570**
Sig. (2-tailed)	.074	.092		.000	.000	.076	.004	.003	.000	.036	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.2.2 Pearson Correlation	.106	.140	.345**	1	.184	.365**	.278**	.272**	.486**	.214*	.572**
Sig. (2-tailed)	.292	.164	.000		.067	.000	.005	.006	.000	.033	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.3.1 Pearson Correlation	.152	.034	.358**	.184	1	.444**	.266**	.402**	.391**	.201*	.582**
Sig. (2-tailed)	.131	.739	.000	.067		.000	.007	.000	.000	.045	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.3.2 Pearson Correlation	.067	.146	.178	.365**	.444**	1	.312**	.309**	.403**	.349**	.615**
Sig. (2-tailed)	.510	.147	.076	.000	.000		.002	.002	.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.4.1 Pearson Correlation	.354**	.261**	.285**	.278**	.266**	.312**	1	.315**	.329**	.416**	.647**
Sig. (2-tailed)	.000	.009	.004	.005	.007	.002		.001	.001	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.4.2 Pearson Correlation	.267**	.108	.290**	.272**	.402**	.309**	.315**	1	.366**	.318**	.619**
Sig. (2-tailed)	.007	.284	.003	.006	.000	.002	.001		.000	.001	.000

	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.5.1	Pearson Correlation	.266**	.192	.383**	.486**	.391**	.403**	.329**	.366**	1	.358**	.710**
	Sig. (2-tailed)	.007	.055	.000	.000	.000	.000	.001	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.5.2	Pearson Correlation	.239*	.263**	.210*	.214*	.201*	.349**	.416**	.318**	.358**	1	.606**
	Sig. (2-tailed)	.017	.008	.036	.033	.045	.000	.000	.001	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
SUM_X1	Pearson Correlation	.509**	.461**	.570**	.572**	.582**	.615**	.647**	.619**	.710**	.606**	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).

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

Lampiran 3
Uji Validitas Persepsi harga

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	SUM_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.383**	.244*	.706**
	Sig. (2-tailed)		.000	.014	.000
	N	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.383**	1	.486**	.826**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.244*	.486**	1	.755**
	Sig. (2-tailed)	.014	.000		.000
	N	100	100	100	100
SUM_X2	Pearson Correlation	.706**	.826**	.755**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

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

Lampiran 4
Uji Validitas Kepuasan Konsumen

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	SUM_X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.349**	.514**	.794**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.349**	1	.404**	.740**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.514**	.404**	1	.819**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
SUM_X3	Pearson Correlation	.794**	.740**	.819**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

Lampiran 5
Uji Reliabilitas
Kualitas Pelayanan

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.791	10

Persepsi Harga

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.641	3

Kepuasan Konsumen

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.688	3

Lampiran 6
Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.523	.491		3.105	.002
Kualitas_Pelayanan	.594	.119	.467	4.997	.000
Persepsi_Harga	.085	.093	.085	.911	.364

a. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	11.228	2	5.614	16.338	.000 ^a
Residual	33.332	97	.344		
Total	44.560	99			

a. Predictors: (Constant), Persepsi_Harga, Kualitas_Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen

Lampiran 7

KUISIONER PENELITIAN

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN KERETA API PENATARAN DI STASIUN GUBENG SURABAYA

PENGANTAR

Saya dari Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya (UNTAG) sedang mengadakan penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen kereta api penataran di stasiun Gubeng Surabaya.

Demi tercapainya tujuan penelitian ini maka penyusun mohon agar kesediannya dan kesadarannya Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi angket atau daftar pertanyaan yang telah disediakan berikut dengan keadaan yang sebenarnya, karena dalam hal ini jawaban anda:

- Dijamin kerahasiannya.
- Tidak ada kaitannya dengan karier Bapak/Ibu/Saudara/i.
- Tidak berhubungan dengan parpol (Partai Politik) manapun.
- Semata-mata hanya untuk ilmu pengetahuan.

Atas kesediannya Bapak/Ibu/Saudara/i untuk meluangkan waktunya sebentar untuk mengisi kuisisioner ini, penyusun mengucapkan terima kasih.

Hormat saya

Krisna Indrawan

NIM: 1211508639

DATA RESPONDEN

Kepada Yth. Bapak/Ibu/Saudara/i untuk menjawab seluruh pernyataan yang ada dengan jujur dan sesuai dengan keadaan yang sebenarnya :

A. Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin: Laki – Laki Perempuan
3. Umur : < 30 Tahun 40 – 50 Tahun
 30 – 40 Tahun >50 Tahun
4. Pekerjaan : Pelajar PNS
 Mahasiswa Wiraswasta
 Pegawai swasta Lain-lain.....

B. Petunjuk Pengisian

1. Jawablah pertanyaan ini dengan benar.
2. Bacalah terlebih dahulu pertanyaan dengan cermat sebelum anda memulai untuk menjawabnya.
3. Pilihlah salah satu jawaban yang tersedia dengan memberi tanda checklist (\surd) pada salah satu jawaban yang anda anggap paling benar .
 - Untuk jawaban **Sangat Setuju (SS)** : 5
 - Untuk jawaban **Setuju (S)** : 4
 - Untuk jawaban **Cukup Setuju (CS)** : 3
 - Untuk jawaban **Tidak Setuju (TS)** : 2
 - Untuk jawaban **Sangat Tidak Setuju (STS)** : 1

DAFTAR PERTANYAAN

No	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	CS	TS	STS
X1	Kualitas Pelayanan					
X1.1	Bukti Fisik					
1.	Tempat parkir yang tersedia lebih luas dan nyaman					
2.	Ruang pelayanan, baik itu loket maupun ruang tunggu bersih					
X1.2	Keandalan					
3.	Karyawan PT Kereta Api Indonesia (KAI) mempunyai pengetahuan untuk menjawab pertanyaan konsumen					
4.	Karyawan mampu memberikan saran yang tepat sehingga dapat membantu konsumen menyelesaikan masalahnya					
X1.3	Daya Tanggap					
5.	Kesediaan karyawan untuk membantu konsumen					
6.	Kesanggupan karyawan untuk menanggapi setiap permintaan konsumen dengan tepat					
X1.4	Jaminan					
7.	Karyawan ramah dalam menangani konsumen					
8.	Karyawan memiliki sifat yang dapat dipercaya					
X1.5	Empati					
9.	Karyawan berusaha untuk memahami kebutuhan konsumen					
10.	Karyawan memberikan penjelasan kepada konsumen dengan bahasa yang mudah dimengerti kepada konsumen					
X2	Persepsi Harga					
11.	Harga tiket kereta api yang terjangkau sesuai dengan tingkat ekonomi konsumen					
12.	Penetapan harga sesuai dengan harga yang berlaku berdasarkan harga pesaing atau competitor					
13.	PT. Kereta Api Indonesia (KAI) memberikan harga tiket kereta api Penataran sesuai dengan kualitas pelayanan yang diberikan					
Y.	Kepuasan Konsumen					
14.	Berminat untuk menggunakan jasa transportasi kereta api kembali karena pelayanan yang diberikan memuaskan					
15.	Sering menggunakan jasa transportasi kereta api karena pelayanan yang diberikan memuaskan					
16.	Menyarankan teman atau kerabat untuk menggunakan transportasi kereta api karena pelayanan yang memuaskan					

84	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	31	3,10
85	3	3	3	5	5	3	3	5	5	5	40	4,00
86	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	33	3,30
87	3	3	5	5	5	5	5	3	4	4	42	4,20
88	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	33	3,30
89	3	3	3	3	5	5	5	5	3	5	40	4,00
90	3	5	4	5	3	3	3	3	4	3	36	3,60
91	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	45	4,50
92	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5,00
93	3	4	3	4	3	5	5	4	5	5	41	4,10
94	3	3	3	3	4	5	5	3	4	3	36	3,60
95	4	3	4	3	5	3	4	3	4	3	36	3,60
96	3	3	5	5	4	3	3	3	5	3	37	3,70
97	5	4	4	3	3	3	5	3	3	4	37	3,70
98	4	5	5	5	3	3	5	5	5	3	43	4,30
99	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	47	4,70
100	3	3	4	5	5	5	4	5	5	5	44	4,40

Data Tabulasi Responden Persepsi Harga (X2)

No	Persepsi Harga (X2)			Total	Rata-rata
	1	2	3		
1	4	3	3	10	3,30
2	4	3	4	11	3,60
3	5	5	5	15	5,00
4	5	5	5	15	5,00
5	5	5	4	14	4,60
6	3	3	3	9	3,00
7	4	3	3	10	3,30
8	5	4	5	14	4,60
9	3	5	4	12	4,00
10	5	5	3	13	4,30
11	5	3	3	11	3,60
12	4	5	5	14	4,60
13	3	3	3	9	3,00
14	4	3	3	10	3,30
15	2	2	2	6	2,00
16	4	3	3	10	3,00
17	5	5	5	15	5,00
18	3	3	3	9	3,00
19	5	3	5	13	4,30
20	4	3	4	11	3,60
21	5	5	3	13	4,30
22	5	4	4	13	4,30
23	4	3	3	10	3,30

24	5	3	3	11	3,60
25	5	3	3	11	3,60
26	5	5	4	14	4,60
27	5	4	3	12	4,00
28	5	5	5	15	5,00
29	3	3	3	9	3,00
30	3	3	3	9	3,00
31	4	4	4	12	4,00
32	5	5	3	13	4,30
33	4	3	4	11	3,60
34	4	5	5	14	4,60
35	3	4	3	10	3,30
36	4	3	3	10	3,30
37	5	5	5	15	5,00
38	3	3	4	10	3,30
39	5	5	5	15	5,00
40	5	3	5	13	4,30
41	5	5	5	15	5,00
42	5	3	3	11	3,60
43	4	3	4	11	3,60
44	5	5	5	15	5,00
45	3	3	4	10	3,30
46	3	3	3	9	3,00
47	5	5	3	13	4,30
48	4	5	3	12	4,00
49	4	3	3	10	3,30
50	3	3	5	11	3,60
51	5	4	3	12	4,00
52	3	4	3	10	3,30
53	4	5	5	14	4,60
54	3	4	3	10	3,30
55	5	3	3	11	3,60
56	4	3	4	11	3,60
57	5	5	5	15	5,00
58	4	4	5	13	4,30
59	5	5	3	13	4,30
60	5	5	5	15	5,00
61	3	4	3	10	3,30
62	5	3	3	11	3,60
63	5	5	5	15	5,00
64	5	5	3	13	4,30
65	5	3	3	11	3,60
66	4	4	3	11	3,60
67	5	3	4	12	4,00
68	3	5	5	13	4,30
69	3	3	3	9	3,00

70	4	3	4	11	3,60
71	5	3	3	11	3,60
72	5	3	3	11	3,60
73	4	4	3	11	3,60
74	5	3	3	11	3,60
75	4	5	5	14	4,60
76	3	3	3	9	3,00
77	4	3	3	10	3,30
78	3	3	3	9	3,00
79	3	5	5	13	4,30
80	3	4	3	10	3,30
81	3	3	4	10	3,30
82	5	4	5	14	4,60
83	4	3	3	10	3,30
84	3	3	5	11	3,60
85	5	3	3	11	3,60
86	3	4	3	10	3,30
87	3	3	3	9	3,00
88	3	3	4	10	3,30
89	4	5	3	12	4,00
90	3	3	4	10	3,30
91	5	5	5	15	5,00
92	5	3	4	12	4,00
93	5	5	3	13	4,30
94	5	5	4	14	4,60
95	4	3	3	10	3,30
96	5	3	3	11	3,60
97	4	3	3	10	3,30
98	3	3	3	9	3,00
99	5	5	5	15	5,00
100	3	3	3	9	3,00

Data Tabulasi Kepuasan Konsumen (Y)

No	Kepuasan Konsumen (Y)			Total	Rata-rata
	1	2	3		
1	3	4	4	11	3,60
2	3	3	3	9	3,00
3	4	3	3	10	3,30
4	5	5	4	14	4,60
5	5	3	5	13	4,30
6	3	4	3	10	3,30
7	3	3	3	9	3,00
8	4	4	4	12	4,00
9	5	3	5	13	4,30

10	3	5	4	12	4,00
11	5	5	3	13	4,30
12	5	5	5	15	5,00
13	5	5	4	14	4,60
14	3	5	3	11	3,60
15	2	2	2	6	2,00
16	5	4	5	14	4,60
17	5	5	3	13	4,30
18	4	3	4	11	3,60
19	4	3	4	11	3,60
20	4	3	3	10	3,30
21	5	5	5	15	5,00
22	3	5	5	13	4,30
23	4	4	3	11	3,60
24	5	5	5	15	5,00
25	5	5	5	15	5,00
26	5	5	5	15	5,00
27	5	5	5	15	5,00
28	5	5	5	15	5,00
29	5	5	3	13	4,30
30	5	5	5	15	5,00
31	4	4	3	11	3,60
32	5	5	5	15	5,00
33	3	4	4	11	3,60
34	5	5	5	15	5,00
35	5	3	4	12	4,00
36	3	4	3	10	3,30
37	5	4	4	13	4,30
38	4	5	5	14	4,60
39	3	4	3	10	3,30
40	5	5	5	15	5,00
41	4	5	4	13	4,30
42	5	5	4	14	4,60
43	5	5	5	15	5,00
44	4	4	5	13	4,30
45	4	5	5	14	4,60
46	5	5	4	14	4,60
47	3	5	3	11	3,60
48	3	5	3	11	3,60
49	5	5	5	15	5,00
50	5	4	5	14	4,60
51	3	5	5	13	4,30
52	4	3	3	10	3,30
53	5	5	4	14	4,60
54	5	4	4	13	4,30
55	4	3	3	10	3,30

56	5	4	4	13	4,30
57	5	5	4	14	4,60
58	5	4	5	14	4,60
59	5	3	5	13	4,30
60	4	4	3	11	3,60
61	5	5	5	15	5,00
62	5	4	3	12	4,00
63	5	5	5	15	5,00
64	5	5	5	15	5,00
65	5	5	5	15	5,00
66	4	4	5	13	4,30
67	5	5	5	15	5,00
68	5	3	4	12	4,00
69	3	4	5	12	4,00
70	5	5	4	14	4,60
71	3	5	3	11	3,60
72	4	3	4	11	3,60
73	5	4	3	12	4,00
74	3	4	3	10	3,30
75	5	5	5	15	5,00
76	3	3	3	9	3,00
77	5	4	3	12	4,00
78	4	4	4	12	4,00
79	5	5	5	15	5,00
80	4	3	3	10	3,30
81	4	4	5	13	4,30
82	3	3	4	10	3,30
83	4	4	4	12	4,00
84	3	4	3	10	3,30
85	3	5	4	12	4,00
86	3	3	3	9	3,00
87	5	5	4	14	4,60
88	4	3	4	11	3,60
89	3	5	3	11	3,60
90	5	5	5	15	5,00
91	5	3	3	11	3,60
92	5	5	4	14	4,60
93	5	5	3	13	4,30
94	5	3	5	13	4,30
95	3	3	3	9	3,00
96	5	5	4	14	4,60
97	5	5	5	15	5,00
98	5	5	5	15	5,00
99	5	5	5	15	5,00
100	5	5	5	15	5,00