

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, K. Hasda, S. Masita, Sari, M. E. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif. In Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Agustina, S., Arifin, Z., Surindra, B., & Ekonomi, P. (2024). *The Effect of Promotion Strategy and Product Quality on Customer Satisfaction Yan`s Coffee Kediri City 1,2,3*. 3(1), 44–52.
- Amelia, D., Setiaji, B., Jarkawi, J., Primadewi, K., Habibah, U., Peny, T. L., Rajagukguk, K. P., Nugraha, D., Safitri, W., Wahab, A., Larisu, Z., & Dharta, F. Y. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif. In *Metpen*. <https://penerbitzaini.com/>
- Ahmad, M., Nurkadina, N., Putra, R. A., Faria, W. (2020) *Comparative Analysis of The Influence of Service Quality and Promotion on Online Transportation Services Customer Satisfaction in Palembang Indonesia*. 10 (106). <https://doi.org/10.18551/rjoas.2020-10.23>
- Ardansyah, & Sepriyanty, S. (2024). The Influence Of Promotion, Service Quality And Trust On Go Food Customer Satisfaction In Bandar Lampung City. *International Journal of Economics, Business and Innovation Research (IJEIBIR)*, 3(3), 305–324.
- Ariyanto, A., Diana, M. L., (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Paxel Home Panjang Jakarta Barat. *Journal in Management and Entrepreneurship* 3 (2). <https://doi.org/10.56445/jme.v3i2.140>
- Badan Pengawas Obat dan Makanan. (2020). *Lindungi Kesehatan Masyarakat dengan Sinergi Pengawasan Produk Air Minum Dalam Kemasan (AMDK)*. Pusat Data Dan Informasi Obat Dan Makanan. <https://www.pom.go.id/siaran-pers/lindungi-kesehatan-masyarakat-dengan-sinergi-pengawasan-produk-air-minum-dalam-kemasan-amdk>
- Budi, S., Mailina, U., Hendro, H., Dewi, S., Sulkaisi, A. N., Patimang, A. T., Pandowo, A., Fioletta, R., Riri, P., & Ulma, O. (2024). *Manajemen Pemasaran*. www.HeiPublishing.id
- Darise, F. (2016). Teknologi Pemrosesan Air Minum Dalam Kemasan (AMDK)

- 220 ML Merek GC (Studi Kasus di PT. Buana Lembah Nusantara, Gorontalo). *Jurnal Technopreneur*, 54-55.
- Darwati, A. (2024). Analisis Pengaruh Citra Merek, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Busana Haji Indonesia (Al-Mi'a) Jakarta. *Jurnal Ekonomi Bisnis Indonesia*, 19 no 1, 55–68.
- Chandra, T. Chandra, S. Hafni, L. (2020). Service Quality, Consumer Satisfaction, Dan Consumer Loyalty: Tinjauan Teoritis. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- Eduardsah, & Wartaka, M. (2018). MODEL ANALYSIS OF CUSTOMERS ' ATTITUDE AND Eduardsah and Mohammad Wartaka. *The Management Journal of BINANIAGA*, 03(01), 71–82. <https://doi.org/https://doi.org/10.33062/mjb.v3i1.183>
- Elliyana, E., Lidiana, Agustina, Tri SiwiSedyoningsih, YeniKadir, H., Imanuddin, BayuArdyan, E. E., & Marlinah, LiliMohdari, H.Gazali, H.Dwita, FebrisiRachman, S. K. B. (2022). Dasar-Dasar Pemasaran. In *Manajemen Pemasaran jasa, Jakarta: Salemba Empat*.
- Fakhrudin, A. Roeliyanti, M. V. (2022). Bauran Pemasaran. *Andrew's Disease of the Skin Clinical Dermatology*, 7–16.
- Finnora, E., & Razak, I. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnawipayana*, 5(2).
- Hanafi, E. S. & I. (2023). MANAJEMEN PEMASARAN. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1). http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Haque, M. G., Iskandar, syarief, A. Erlangga, H., Nurjaya, Sumarsi, D., & I. (2022). STRATEGI PEMASARAN Konsep, Teori dan Implementasi. In *Pascal Books*. <http://repository.ibs.ac.id/id/eprint/4973>
- Hariyanto, D. (2016). Buku Komunikasi Pemasaran. In *Jurnal Penelitian Pendidikan Guru Sekolah Dasar* (Vol. 6, Issue August).

Herman, H., Kurniawan, H., Afrizal, S., Jelita, R. (2023). Pengaruh Merek dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Pakaian Bekas (Thrift) di Kota Batam). 3 (1). <https://doi.org/10.36352/pmj.v3i1l.594>

(Indofood CBP, 2025)

Indriani, A. Y. & D. (2023). Pengaruh Promosi Online Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Gofood. *Analytical Biochemistry*, 11(1), 1–5.

Kaharuddin, R., Mustari, M., Rahmatullah, R., Dinar, M., & Said, M. I. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Promosi dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi, Dan Ilmu Sosia*, 16(2), 207–219. <https://doi.org/10.19184/jpe.v16i2.33931>

Kumrotin, E. L., & Susanti, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Ko.We.Cok Di Solo. *J-MIND (Jurnal Manajemen Indonesia)*, 6(1), 1. <https://doi.org/10.29103/j-mind.v6i1.4870>

Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Marketing Management*. Free Press.

Laia, A. E. R., Palupiningtyas, D., Putri, J. A., Yulianto, H., & Octafian, R. (2021). Kepuasan Konsumen Melalui Kualitas Produk dan Pelayanan Pada Resto Dak Nalgae. *SEMNASTEKMU 2021*, 1, 181-188.

Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran* (1st ed.). Khalifah Mediatama

Machali, I. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan, dan Analisis dalam Penelitian Kuantitatif* (A. Q. Habib (ed.)). Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Maria, A. D. (2023). Analisis Dampak Promosi dan Inovasi Menu Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 9(1), 13. <https://doi.org/10.35906/jurman.v9i1.1292>

McLeod, S. (2025) *SimplyPsychology Maslow's Hierarchy of Needs*. 2.

Musa, I. S. & M. I. (2023). Strategi Pemasaran. In *Makalah Ilmiah Ekonomika* (Vol. 14, Issue 3).

My Best. (2024). *10 Rekomendasi Mineral Water Terbaik (Ditinjau Nutritionist)*. <https://id.my-best.com/21233>

Nurjuman, H., Marie, A. L., Yudhi, R., & Priana, S. (2023). The Effectiveness of Sales Promotion And Service Quality On Customer Satisfaction of Flash Coffee Indonesia. *Jurnal Scientia*, 12(2), 2023. <http://infor.seaninstitute.org/index.php>

Pahmi. (2024). *Kualitas Produk Dan Harga Mempengaruhi Minat Beli Masyarakat*. https://www.google.co.id/books/edition/KUALITAS_PRODUK_DAN_HARGA_MEMPENGARUHI_M/H9T9EAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0

Pemerintah Kota Bogor (2024). *Jumlah Penduduk di Kota Bogor*. Pemerintah Kota Bogor. <https://opendata.kotabogor.go.id/dataset/jumlah-penduduk-di-kota-bogor>

Putri, N. A. Novitasari, D. Yuwono, T. & M. A. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*. 15(1), 30–47.

Rezeki, S., Maryati, D. E., Rinaldi, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan OVO (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Eka Prasetya) 6 (2).

Ridoanto, T., Mislinawati, & Triaudi, G. (2020). Kepuasan Konsumen. In *Pengaruh Pengalaman, Pengetahuan Dan Keterampilan Auditor Terhadap Kualitas Audit*. [http://repo.darmajaya.ac.id/2870/5/BAB II.pdf](http://repo.darmajaya.ac.id/2870/5/BAB%20II.pdf)

Sahir, . (2022). *Metodologi Penelitian*.

Saragih, L., Anggraini, A. R. B. N., Sudarso, A., Muliatie, Y. E., Purnomo, D. L. Y. J., Purba, B., Sudarmanto, E., Kuswandi, S., & Prasetyo, A. (2022). *Strategi Manajemen Pemasaran*.

Sari, A. Dahlan, Ralph, T. N. A. Yudi, P. Willem, S. Supiyanto, & Anastasia, W. S. (2023). *Dasar-dasar Metodologi Penelitian*. 71.

- Septiano, R., & Sari, L., (2021). *Determination of Consumer Value and Purchase Decisions: Analysis of Product Quality, Location, and Promotion*. *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 2(3), 482-498.
- Sihotang, Hotmaulina. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif. In *Pusat Penerbitan dan Pencetakan Buku Perguruan Tinggi Universitas Kristen Indonesia Jakarta*. <http://www.nber.org/papers/w16019>
- Sinaga, A. Sihombing, S. (2020). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Coffenatics Medan*. 6(1).
- Soesana, A., Subakti, H., Salamun, S., Tasrim, I. W., Karwanto, K., Falani, I., Bukidz, D. P., & Pasaribu, A. N. (2023). *Metodologi Penelitian Kualitatif*.
- Sondak, C., Tumbel, A. L., Lintong, D. C. A., (2021) Analisis Pengaruh Promosi Penjualan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Indogrosir Manado 9 (2). <https://doi.org/10.35794/emba.v10i1.3823>
- Tamaulina, Irmawati, Sabir, M. Tjahyadi, I. (2024). *Buku Ajar Metodologi Penelitian Teori Dan Praktik Pendekatan* (Issue 1).
- Tegowati, Martoatmodjo, G. W., Kalbuadi, A., Idayati, K. I. F., Rukmana, A. Y., Oktavianti, P. R. M., Mufrihah, M., Rohmah, M., Onoyi, N. J., Mursidi, A. W. A., Irmayani, N. W. D., & Fatima, S. (2024). *Pengembangan Produk*.
- Tempo. (2024). *5 Contoh Kebutuhan Primer yang Perlu Diketahui*. Tempo.Co. <https://www.tempo.co/gaya-hidup/5-contoh-kebutuhan-primer-yang-perlu-diketahui-1171427>
- Top Brand Award (2025). *Komparasi Brand Index*. Topbrand-Award.Com. https://www.topbrand-award.com/komparasi_brand/bandingkan?id_award=1&id_kategori=2&id_subkategori=432
- RBTV. (2023). *Benarkah Air Mineral Pegunungan Adalah Air Minum Terbaik? Ini Fakta-faktanya*. Rbtv.Disway.Id. <https://rbtv.disway.id/read/22681/benarkah-air-mineral-pegunungan-adalah-air-minum-terbaik-ini-fakta-faktanya?>
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2019). *Kepuasan Pelanggan-Konsep, Pengukuran dan Strategi* (A. Diana (Ed.); 1st ed.). ANDI

- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service Quality & Satisfaction* (4th ed.). ANDI
- Uluwiyah, A. N. (2022). STRATEGI BAURAN PROMOSI (PROMOTIONAL MIX) dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat. In *Multi Pustaka Utama*.
- User, G. (2023). *Cleo: Tumbuh & Ekspansi Dalam Industri Yang Terfragmentasi*. Snips.Stockbit.Com. <https://snips.stockbit.com/unboxing/cleo-tumbuh-ekspansi-dalam-industri-yang-terfragmentasi>
- WAPESRI, (2023). *Jadi Kebutuhan Dasar Manusia, Wapres Tegaskan, Pengelolaan Air Harus Berkelanjutan*. Wapresri.Go.Id. <https://www.wapresri.go.id/jadi-kebutuhan-dasar-manusia-wapres-tegaskan-pengelolaan-air-harus-berkelanjutan/>
- Wahyuning, S. (2021). *Dasar-Dasar Statistk* (M. . Indra Ava Dianta. (ed.)). Yayasan Prima Agus Teknik.
- Wardana, L. (2018). Pengolahan Air Mineral dalam Kemasan Rendah Kontaminasi. *Jurnal Berdikari*. 170-171. <https://doi.org/10.18196/bdr.6243>
- Wijaya, F., Erdiansyah, R. (2022) Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Scarlett Whitening terhadap Kepuasan Konsumen 6 (2). <https://doi.org/10.24912/pr.v6i1.15475>
- Zusrony, E. (2021). Perilaku konsumen Di Era Modern. In *Yayasan Prima Agus Teknik*.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Prasurvei

Tabel Prasurvei Kepuasan Pelanggan Air Mineral Club di Kota Bogor

No	Indikator Kepuasan Pelanggan	Pengertian	Pernyataan prasurvei	STS + TS	SS + S
1	Kesesuaian harapan	Merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh pelanggan.	Air mineral Club memberikan kualitas yang sesuai dengan ekspektasi saya dan air mineral Club memberikan pengalaman minum yang sesuai dengan yang saya harapkan dari produk sejenis.	53,4%	26,65%
2	Minat membeli kembali	Merupakan kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait.	Saya berencana untuk membeli kembali air mineral Club di masa yang akan datang dan Club menjadi pilihan utama saya saat membeli air mineral.	49,95%	21,65%
3	Kesediaan merekomendasikan	Merupakan kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga.	Saya bersedia merekomendasikan air mineral Club kepada keluarga atau teman dan saya merasa yakin untuk menyarankan Club kepada orang lain sebagai pilihan air mineral berkualitas.	50%	23,3%
Rata-rata				51,12%	23,87%

Sumber: Data prasurvei 2025

Tabel Prasurvei Kualitas Produk Air Mineral Club di Kota Bogor

No	Indikator Kualitas Produk	Pengertian	Pernyataan prasurvei	STS + TS	SS + S
1	Kinerja	Kinerja menggambarkan sejauh mana produk dapat menjalankan fungsi utamanya secara optimal.	Air Mineral Club dapat ditemukan dengan produk yang baik dan tidak mudah rusak dan rasa Air Mineral Club selalu terjaga kualitasnya.	48,35%	29,65%
2	Fitur	Karakteristik sekunder atau pelengkap.	Desain kemasan air mineral Club terlihat menarik dan fungsional dan air mineral Club memiliki ciri khas yang membedakannya dengan produk lain.	46,65%	30%
3	Reliabilitas (Keandalan)	Kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal produksi.	Air mineral Club selalu tersedia dalam kondisi yang layak dikonsumsi dan Saya jarang mengalami masalah ketika membeli dan mengonsumsi air mineral Club.	43,3%	38,35%
4	Kesesuaian dengan spesifikasi	Yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya.	Informasi pada air mineral Club sesuai dengan isi produk dan Club menjaga mutu produknya seperti yang dijanjikan.	48,3%	35%
5	Daya tahan	Berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat digunakan.	Air mineral Club memiliki masa simpan yang cukup lama dan kemasan air mineral Club cukup kuat dan tidak mudah rusak.	45%	31,65%
6	Keindahan (Estetika)	Daya tarik produk terhadap panca indera.	Kemasan Club tampak modern dan menarik secara visual dan Warna dan desain label Club membuat produk ini terlihat premium.	53,3%	24,65%

	Rata-rata	47,48%	31,55%
--	-----------	--------	--------

Sumber: Data Prasurvei 2025

Tabel Prasurvei Promosi Air Mineral Club di Kota Bogor

No	Indikator Promosi	Pengertian	Pernyataan prasurvei	STS + TS	SS + S
1	Periklanan (<i>Advertising</i>)	Merupakan suatu bentuk presentasi dan promosi nonpribadi untuk mempresentasikan gagasan, barang atau jasa yang bertujuan untuk menciptakan atau memelihara cipta dan makna dalam benak konsumen.	Saya mengetahui produk air mineral Club dari iklan media sosial atau media elektronik dan iklan air mineral Club menarik perhatian saya untuk mencoba mengkonsumsinya.	48,35%	35,5%
2	Promosi penjualan (<i>Sales promotion</i>)	Insentif jangka pendek yang bertujuan untuk mendorong pembelian atau penjualan suatu produk atau jasa. Ada beberapa bentuk promosi yang dapat digunakan oleh penjual seperti diskon, kupon, pajangan, demonstrasi, kontes, undian, dan acara.	Program seperti undian atau <i>challenge</i> berhadiah dari Club membuat saya merasa tertarik mencoba produknya dan program dengan iklan di media sosial Club membuat saya tertarik untuk mencoba produknya.	40%	36,7%
3	Penjualan perseorangan (<i>Personal selling</i>)	Merupakan presentasi personal yang dilakukan oleh personal sales yang bertujuan untuk menghasilkan sesuatu penjualan dan membangun hubungan dengan konsumen.	Saya pernah mendapat penjelasan langsung tentang air mineral Club dari pihak penjual atau promotor dan penjual memberikan informasi yang meyakinkan saat menawarkan air mineral Club.	46,7%	36,7%
4	Hubungan masyarakat (<i>Public relations</i>)	Merupakan upaya untuk membangun hubungan baik dengan berbagai publik agar memperoleh	Saya melihat air mineral Club terlibat dalam kegiatan <i>sponsorship</i> atau <i>event</i> publik dan	53,35%	35%

No	Indikator Promosi	Pengertian	Pernyataan prasurvei	STS + TS	SS + S
		keuntungan publisitas yang menguntungkan, membangun citra perusahaan yang baik dan meluruskan atau menangani rumor, cerita, dan kejadian yang merugikan perusahaan. Bentuk-bentuk promosi hubungan masyarakat yang dapat digunakan yaitu siaran pers, sponsorship, acara khusus, dan halaman web.	kegiatan sosial yang dilakukan oleh Club meningkatkan citra positif produk ini di mata saya.		
		Rata-rata		47,1%	35,86%

Sumber: Data Prasurvei 2025

Lampiran 2 Kuesioner Penelitian

Section 1 of 7

Kuesioner Penelitian Air Mineral Club

B *I* U  

Responden yang terhormat,

Perkenalkan saya Keke Shila Dewa Syiwa mahasiswa Program Studi Manajemen Pemasaran program Sarjana Universitas Binaniaga Indonesia. Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk penyusunan skripsi dengan judul **STRATEGI PENINGKATAN KEPUASAN PELANGGAN AIR MINERAL MELALUI KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI** di Kota Bogor. Kuesioner ini saya buat sebagai alat pengumpulan data utama dalam penelitian ini.

Sehubungan dengan hal tersebut, saya memohon kesediaan dan kejujuran Bapak/Ibu/Saudara/i dalam mengisi kuesioner ini sesuai dengan pengalaman dan pendapat pribadi. Seluruh jawaban yang diberikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk keperluan akademik.

Atas partisipasi dan waktu yang telah diberikan, saya ucapkan terima kasih.

A. *Screening* Kuesioner

Kuesioner Penelitian Air Mineral Club

A. Bagian 1: *Screening* Kuesioner

Berilah jawaban yang paling sesuai dengan pendapat anda pada kolom yang tersedia.
Setiap pernyataan hanya membutuhkan satu jawaban.

A.1. Apakah Anda membeli dan mengonsumsi Air Mineral Club? *

- ☐ Ya (Lanjut)
- ☐ Tidak (Tutup)

A.2. Apakah Anda saat ini berdomisili di salah satu kecamatan Kota Bogor (Bogor *
Selatan, Bogor Timur, Bogor Utara, Bogor Tengah, Bogor Barat, Tanah Sareal)?

- ☐ Ya (Lanjut)
- ☐ Tidak (Tutup)

B. Identitas Responden

Section 3 of 7

B. Bagian 2: Identitas Responden



Jawablah pertanyaan di bawah ini.

B.1.Tanggal pengisian kuesioner

Month, day, year



B.2.Nama *

Short answer text

B.3.Jenis Kelamin *

- ☐ Laki-laki
- ☐ Perempuan

B.4.Usia *

- ☐ <18 Tahun
- ☐ 18-24 tahun
- ☐ 25-30 tahun
- ☐ >30 tahun

B.5.Pekerjaan *

- ☐ Pegawai Negeri
- ☐ Wirausaha
- ☐ Karyawan Swasta
- ☐ Pelajar/Mahasiswa

2.1. Saya memiliki keinginan untuk membeli kembali Air Mineral Club di waktu yang akan datang karena merasakan manfaat bagi tubuh. *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ○ ○ ○ ○ ○ Sangat Setuju

2.2. Saya berminat membeli kembali Air Mineral Club karena cocok dengan kebutuhan saya. *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ○ ○ ○ ○ ○ Sangat Setuju

3.1. Saya bersedia merekomendasikan Air Mineral Club kepada orang lain karena pengalaman positif yang saya rasakan.

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

3.2. Saya berniat untuk merekomendasikan Air Mineral Club kepada teman karena saya percaya dengan kualitas Air Mineral Club.

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ○ ○ ○ ○ ○ Sangat Tidak Setuju

2.1. Saya merasa kualitas Air Mineral Club tetap baik meskipun disimpan dalam waktu yang lama. *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ○ ○ ○ ○ ○ Sangat Setuju

2.2. Saya membeli Air Mineral Club karena produk di kemas dengan sangat baik sehingga dapat menjaga daya tahan produk. *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ○ ○ ○ ○ Sangat Setuju

3.1. Saya merasa informasi kandungan pada label Air Mineral Club sesuai dengan kenyataan produk yang saya konsumsi. *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ○ ○ ○ ○ Sangat Setuju

3.2. Saya merasa Air Mineral Club sesuai dengan standar karena adanya kontrol kualitas dari ahlinya seperti yang disampaikan dalam iklan.

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ○ ○ ○ ○ ○ Sangat Setuju

4.1. Saya merasa pilihan ukuran kemasan Air Mineral Club memudahkan saya dalam memilih sesuai kebutuhan.

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ○ ○ ○ ○ Sangat Setuju

4.2. Saya merasa sulit menemukan hal yang istimewa dari Air Mineral Club yang *
membuat saya tidak puas dengan produk ini.

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ○ ○ ○ ○ Sangat Setuju

5.1. Saya menilai Air Mineral Club dapat diandalkan karena selalu tersedia dalam kualitas yang baik.

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ○ ○ ○ ○ ○ Sangat Setuju

5.2. Saya merasa Air Mineral Club selalu menjaga kualitas kemasannya agar isi * di dalamnya tetap berkualitas.

★

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ○ ○ ○ ○ ○ Sangat Setuju

6.1. Saya merasa Air Mineral Club memiliki tampilan visual yang menarik perhatian.

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ○ ○ ○ ○ ○ Sangat Setuju

6.2. Saya menilai aroma Air Mineral Club tidak memiliki bau sehingga nyaman saat dikonsumsi.

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ○ ○ ○ ○ ○ Sangat Setuju

2.1. Saya tertarik membeli produk Air Mineral Club karena adanya program undian yang ditawarkan

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ○ ○ ○ ○ ○ Sangat Setuju

2.2. Saya merasa Air Mineral Club tidak memaksimalkan promosi melalui akun media sosialnya.

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ○ ○ ○ ○ ○ Sangat Setuju

3.1. Saya tertarik membeli Air Mineral Club karena berinteraksi langsung dengan penjual yang membangun kepercayaan saya terhadap merek.

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ○ ○ ○ ○ ○ Sangat Setuju

3.2. Saya merasa penjual tidak banyak menjelaskan mengenai manfaat dalam * Air Mineral Club.

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ○ ○ ○ ○ ○ Sangat Setuju

4.1. Saya menilai kegiatan sosial yang dilakukan Air Mineral Club membuat saya memiliki kesan positif pada merek tersebut. *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

4.2. Saya merasa kurang terinformasi tentang aktivitas publik yang dilakukan oleh Air Mineral Club. *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

B. Penutup

Penutup

Terima kasih atas jawaban dari Bapak/Ibu/Saudara/i dalam mengisi kuesioner ini. Jawaban yang telah diberikan sangat berarti bagi penelitian ini.

Lampiran 3 Tabulasi Data Mentah 30 Responden

N	Pernyataan																												
	Kepuasan Pelanggan (Y)							Kualitas Produk (X1)													Promosi (X2)								
	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	KP6	Total	KK1	KK2	KK3	KK4	KK5	KK6	KK7	KK8	KK9	KK10	KK11	KK12	Total	PR1	PR2	PR3	PR4	PR5	PR6	PR7	PR8	Total
1	5	5	4	4	5	4	27	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	40	4	5	5	4	4	5	5	5	37
2	4	2	2	4	2	4	18	4	3	3	3	5	4	3	4	3	3	4	3	42	5	5	4	5	5	4	5	5	38
3	5	5	4	5	5	5	29	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	59	4	3	3	4	4	3	3	3	27
4	5	5	5	5	5	4	29	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	4	3	2	4	2	2	17	3	4	3	3	3	3	5	5	5	4	5	4	47	5	4	5	4	5	5	4	4	36
6	3	3	2	2	4	2	16	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	56	5	4	5	5	5	4	5	4	37
7	5	5	4	5	5	5	29	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	40	5	5	3	5	5	4	3	4	34
8	5	4	5	3	3	5	25	3	5	3	5	5	5	3	4	4	5	5	4	51	4	4	4	4	4	3	5	4	32
9	4	5	4	5	4	5	27	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	56	4	4	4	4	5	5	4	5	35
10	5	4	4	5	5	5	28	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	55	3	2	2	3	4	2	3	2	21
11	4	5	5	5	5	4	28	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	56	2	2	4	2	2	2	4	2	20
12	5	5	5	4	5	5	29	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	39	4	4	4	2	4	4	2	4	28
13	4	3	4	2	3	2	18	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	57	3	4	3	2	4	2	3	2	23
14	4	5	4	5	5	4	27	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	42	5	5	4	5	5	5	5	4	38
15	3	4	5	5	4	5	26	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	39	4	5	5	5	4	4	5	5	37
16	4	3	4	4	2	3	20	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	39	5	5	5	4	5	5	5	5	39
17	4	4	3	4	4	5	24	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	38	4	4	4	2	2	3	2	4	25
18	3	5	5	5	3	5	26	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	56	4	5	5	4	4	5	5	5	37
19	4	5	3	5	3	4	24	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	57	4	4	3	4	3	3	4	4	29
20	4	4	4	3	4	3	22	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	39	5	4	5	3	5	4	3	3	32
21	3	4	4	4	3	2	20	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	40	4	3	2	2	2	4	4	3	24
22	2	2	3	4	3	3	17	3	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	3	50	4	5	4	4	5	5	5	5	37
23	4	4	3	4	5	3	23	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	43	3	3	4	3	4	4	5	4	30
24	3	3	5	4	4	4	23	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	41	4	4	4	4	5	4	5	5	35
25	3	2	2	2	4	3	16	4	5	4	5	4	3	3	4	5	3	3	3	46	5	3	3	3	5	4	4	3	30
26	4	3	3	4	2	4	20	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	39	4	5	5	5	5	3	5	4	36
27	4	4	2	4	4	3	21	5	5	4	4	3	3	5	5	4	5	3	3	49	3	3	3	4	4	2	2	4	25
28	4	4	5	5	5	5	28	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	38	3	5	5	5	4	5	5	5	37
29	5	5	5	4	4	4	27	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	55	4	4	5	5	4	5	4	4	35
30	5	4	5	4	4	4	26	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	41	5	5	4	4	5	5	4	3	35
Tota	121	119	115	123	116	116	710	114	116	116	111	117	116	115	120	117	117	117	114	1390	123	123	121	115	127	118	123	119	969

Lampiran 4 Tabulasi Data Mentah 385 Responden

N	Pernyataan																												
	Kepuasan Pelanggan (Y)							Kualitas Produk (X1)													Promosi (X2)								
KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	KP6	Total	KK1	KK2	KK3	KK4	KK5	KK6	KK7	KK8	KK9	KK10	KK11	KK12	Total	PR1	PR2	PR3	PR4	PR5	PR6	PR7	PR8	Total	
1	4	4	4	4	4	3	23	2	3	3	2	4	4	4	2	2	3	2	3	34	2	3	3	4	2	3	4	2	23
2	3	3	3	3	4	4	20	1	3	2	2	2	2	1	1	3	2	1	3	23	1	2	4	3	4	2	3	1	20
3	2	4	2	2	2	2	14	3	5	2	3	3	3	3	3	3	4	1	4	37	2	1	1	2	1	1	1	1	10
4	1	2	1	3	2	2	11	1	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	2	16	3	4	5	4	2	3	4	3	28
5	1	1	2	2	1	1	8	4	2	3	3	3	4	2	3	4	3	3	2	36	1	1	1	2	1	1	1	1	9
6	4	2	2	3	2	4	17	1	1	4	2	2	4	2	3	2	3	2	3	29	4	5	4	2	3	4	3	3	28
7	2	2	3	2	2	2	13	2	1	1	2	2	1	2	1	2	3	3	2	22	3	4	3	4	3	2	3	2	24
8	2	1	2	2	2	2	11	1	1	1	2	1	1	2	1	2	2	2	2	18	1	1	2	2	2	1	1	1	11
9	2	4	2	2	3	3	16	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	53	2	4	4	3	2	3	3	4	25
10	2	2	2	4	3	2	15	1	3	2	2	2	3	2	3	4	1	2	2	27	2	2	2	2	2	2	2	1	15
11	3	3	3	5	5	4	23	4	4	3	4	4	3	4	2	4	4	5	4	45	4	4	4	3	3	3	3	4	28
12	4	3	3	4	3	2	19	2	2	2	4	3	4	2	3	3	2	4	4	35	1	2	2	1	2	1	1	2	12
13	3	2	3	4	3	2	17	2	1	2	2	2	3	3	2	3	2	1	2	25	2	2	3	1	2	2	3	1	16
14	1	2	1	2	2	2	10	3	2	2	4	2	3	2	2	3	2	2	2	29	2	2	2	2	2	4	1	2	17
15	4	2	4	3	3	3	19	3	3	4	3	2	3	4	4	2	4	4	4	40	4	4	3	3	4	2	3	2	25
16	2	4	3	2	2	3	16	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	3	5	56	5	4	5	4	4	4	4	4	34
17	2	1	3	4	1	2	13	2	1	2	1	1	1	1	1	1	3	1	1	16	1	2	2	2	2	2	2	2	15
18	4	4	3	3	3	2	19	4	4	3	4	4	4	1	4	4	2	4	5	43	4	3	3	5	3	5	4	5	32
19	4	4	4	4	4	4	24	4	5	3	4	5	4	4	4	2	5	4	4	48	3	4	3	5	5	4	4	4	32
20	1	2	2	3	2	4	14	4	4	3	4	3	4	2	4	4	4	2	2	40	3	1	3	2	1	2	2	3	17
21	4	3	4	3	4	4	22	1	1	2	1	1	2	1	2	1	1	1	1	15	3	4	2	3	4	3	4	2	25
22	5	4	4	5	3	3	24	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	55	3	2	3	2	2	3	2	2	19
23	4	4	2	4	4	4	22	3	4	3	2	4	4	3	3	4	2	4	4	40	5	4	5	5	5	5	5	5	39
24	5	4	5	4	4	5	27	3	5	2	4	3	2	2	4	3	2	4	4	38	2	2	4	2	3	3	3	4	23
25	2	2	2	4	4	2	16	3	2	4	2	4	2	3	4	2	3	4	4	37	1	2	1	2	2	2	3	2	15
26	3	3	2	1	4	2	15	3	3	2	3	4	3	4	3	3	3	4	4	39	1	1	2	1	2	1	3	2	13
27	2	2	2	4	2	3	15	2	2	2	4	3	4	2	4	1	2	3	2	31	5	5	5	5	5	5	5	5	40
28	2	4	2	2	3	2	15	4	4	3	4	5	4	3	4	5	5	4	5	50	4	5	4	4	5	5	4	3	34
29	2	1	1	1	1	1	7	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	53	4	5	5	4	4	5	5	5	37
30	5	5	5	5	5	5	30	3	2	2	2	2	1	4	4	3	3	4	2	32	4	4	5	4	4	3	3	5	32
31	2	2	2	2	3	3	14	2	2	3	3	3	3	3	3	4	2	2	3	33	3	1	2	2	3	3	3	4	21
32	2	1	1	1	1	1	7	1	2	2	4	4	2	3	3	3	1	4	4	33	5	4	4	2	3	3	4	3	28
33	1	2	3	1	3	2	12	1	3	3	2	2	4	3	3	4	3	2	3	33	1	3	1	1	2	1	1	2	12
34	4	4	4	3	4	3	22	4	3	5	4	3	4	3	4	4	4	4	3	45	2	3	3	3	2	3	2	4	22
35	2	4	2	4	2	2	16	3	1	2	3	1	3	3	2	2	4	3	3	30	2	2	4	3	2	2	2	1	18
36	2	2	1	2	2	3	12	4	4	3	2	3	4	3	4	4	3	2	3	39	4	4	3	4	2	5	3	4	29
37	3	3	3	3	4	3	19	4	3	1	2	2	3	2	4	3	4	4	3	35	3	2	1	3	2	3	2	3	19
38	5	5	4	5	4	5	28	5	4	3	4	5	5	5	4	5	5	5	5	55	3	1	3	1	4	1	2	2	17
39	2	1	1	2	1	1	8	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	15	3	2	1	4	2	1	2	2	17
40	1	1	1	1	1	1	6	2	2	3	1	1	1	3	3	3	2	2	3	26	3	4	1	3	4	2	2	2	21

N	Pernyataan																												
	Kepuasan Pelanggan (Y)							Kualitas Produk (X1)													Promosi (X2)								
KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	KP6	Total	KK1	KK2	KK3	KK4	KK5	KK6	KK7	KK8	KK9	KK10	KK11	KK12	Total	PR1	PR2	PR3	PR4	PR5	PR6	PR7	PR8	Total	
41	3	4	4	4	4	5	24	1	4	2	3	1	2	2	2	2	3	2	1	25	2	1	1	1	2	1	1	1	10
42	1	2	2	1	1	2	9	2	2	2	2	2	3	2	2	1	1	2	1	22	1	1	1	1	1	1	1	1	8
43	4	3	3	3	2	3	18	4	2	4	2	3	3	4	2	2	3	4	3	36	3	3	3	4	4	2	2	1	22
44	2	3	3	3	4	5	20	2	1	2	1	1	1	2	1	1	2	1	1	16	1	2	4	2	3	4	3	3	22
45	3	2	4	2	2	3	16	5	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	5	48	1	1	2	2	1	2	2	3	14
46	5	3	4	4	4	4	24	1	2	3	1	2	1	3	2	3	2	3	3	26	2	1	1	1	3	1	1	3	13
47	3	4	2	4	4	4	21	5	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	49	4	3	3	4	3	3	3	5	28
48	1	1	2	1	2	1	8	2	1	3	1	3	1	2	2	2	1	4	2	24	4	3	1	3	2	4	1	3	21
49	1	2	3	3	3	3	15	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	58	4	4	4	5	4	4	3	4	32
50	4	4	4	3	3	4	22	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	53	1	1	2	2	2	2	2	1	13
51	3	2	5	3	2	4	19	2	1	4	1	2	1	1	2	2	1	2	1	20	1	2	2	1	4	2	3	1	16
52	5	5	5	5	5	4	29	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	55	5	4	4	5	4	5	5	4	36
53	3	3	3	2	2	1	14	3	2	3	2	1	3	2	2	1	2	3	4	28	1	1	1	1	1	1	1	1	8
54	2	3	2	4	3	4	18	4	4	4	3	2	2	3	4	3	5	4	3	41	4	5	4	5	4	4	4	5	35
55	2	2	2	1	2	1	10	2	2	2	2	2	3	4	1	3	2	1	3	27	3	2	4	2	3	4	2	3	23
56	5	4	3	5	4	5	26	3	1	2	2	1	2	1	1	1	2	1	2	19	4	3	5	4	4	4	5	4	33
57	4	4	3	4	4	2	21	3	2	4	4	2	3	3	5	5	3	4	4	42	4	4	5	5	5	3	5	4	35
58	5	5	5	5	5	5	30	2	2	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	37	3	1	3	4	3	3	4	2	23
59	2	1	1	1	2	2	9	2	3	3	2	2	2	4	2	2	2	1	2	27	4	4	3	4	4	3	4	2	28
60	3	4	4	4	3	4	22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	59	5	5	4	4	5	5	5	4	37
61	5	4	5	5	4	5	28	5	5	4	4	5	5	3	5	4	5	5	4	54	2	4	2	4	4	4	4	4	28
62	4	3	2	2	4	3	18	2	1	1	2	1	2	2	4	1	1	1	2	20	5	5	5	5	5	5	5	5	40
63	1	4	4	3	4	3	19	4	3	4	4	3	3	3	2	2	2	4	2	36	3	2	3	4	2	2	3	2	21
64	5	5	3	4	4	3	24	4	4	3	4	4	3	4	4	4	5	2	4	45	5	4	4	4	4	3	5	3	32
65	1	1	1	1	1	1	6	3	3	2	4	3	2	5	3	4	2	4	4	39	3	4	2	2	2	2	3	3	21
66	3	2	4	3	3	4	19	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	1	1	2	1	1	2	1	2	11
67	4	2	4	4	2	3	19	2	2	2	2	2	2	3	2	1	2	2	2	24	4	5	4	5	5	5	5	4	37
68	2	4	3	4	2	2	17	3	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	51	2	2	2	2	3	3	2	2	18
69	3	3	1	2	2	2	13	3	4	3	4	4	2	5	3	1	3	5	3	40	3	3	2	2	4	3	3	2	22
70	5	5	4	4	5	5	28	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	55	4	4	4	4	2	2	3	5	28
71	2	2	3	2	2	3	14	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	14	2	1	3	2	2	3	4	1	18
72	5	5	5	5	5	5	30	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	49	5	4	5	5	5	3	5	5	37
73	3	5	4	4	3	3	22	3	4	4	4	2	3	4	4	3	4	5	4	44	4	2	3	3	3	4	4	2	25
74	2	4	2	3	3	5	19	4	5	5	5	5	4	3	5	4	5	4	4	53	3	4	3	4	4	4	4	4	30
75	3	2	2	4	3	3	17	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	2	41	4	3	4	4	4	4	5	4	32
76	4	4	2	2	3	5	20	2	2	4	3	3	4	4	2	4	3	4	5	40	1	1	3	1	1	1	1	2	11
77	4	3	3	3	4	3	20	5	1	2	4	3	3	3	4	2	3	4	4	38	4	4	4	5	4	4	3	5	33
78	4	5	4	5	4	3	25	4	4	2	4	4	2	4	3	3	2	4	4	40	4	4	4	5	5	4	4	4	34
79	4	3	5	4	4	4	24	5	5	4	5	5	3	4	5	4	5	4	4	53	2	4	2	3	2	4	4	2	23
80	5	2	3	2	4	2	18	5	5	5	3	4	5	5	5	4	5	5	5	56	3	2	2	3	2	4	2	4	22

N	Pernyataan																												
	Kepuasan Pelanggan (Y)							Kualitas Produk (X1)												Promosi (X2)									
	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	KP6	Tota	KK1	KK2	KK3	KK4	KK5	KK6	KK7	KK8	KK9	KK10	KK11	KK12	Total	PR1	PR2	PR3	PR4	PR5	PR6	PR7	PR8	Total
81	4	3	2	2	1	5	17	2	2	1	2	1	1	3	2	2	2	2	2	22	3	2	3	3	2	4	3	3	23
82	4	1	3	4	3	3	18	4	2	4	3	3	3	4	3	2	3	2	3	36	4	4	5	4	4	3	3	4	31
83	4	3	4	4	2	5	22	3	2	2	5	3	3	3	3	3	4	4	5	40	1	2	1	1	1	1	2	2	11
84	1	1	2	2	1	1	8	3	2	3	3	4	5	3	4	3	3	2	4	39	4	4	4	4	3	3	4	5	31
85	3	3	2	4	2	2	16	3	3	4	3	3	4	3	2	3	4	3	3	38	3	4	3	3	3	2	4	2	24
86	2	2	2	1	2	1	10	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	4	56	2	2	2	1	2	2	1	3	15
87	4	3	3	3	4	3	20	4	5	5	3	3	5	4	3	4	2	2	4	44	2	2	1	2	2	2	2	2	15
88	4	3	4	2	5	5	23	4	2	4	3	1	3	2	3	2	2	2	3	31	1	1	2	2	2	2	2	1	13
89	2	1	1	2	1	1	8	4	3	2	3	3	2	1	3	3	1	2	2	29	2	1	1	1	1	1	2	2	11
90	4	3	3	2	2	3	17	3	2	2	2	3	3	3	3	1	2	2	2	28	2	2	2	2	2	2	3	2	17
91	5	5	3	4	5	5	27	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	2	2	42	2	2	4	4	2	2	3	3	22
92	5	5	5	5	5	5	30	2	2	2	2	1	3	2	2	3	4	2	1	26	2	3	4	5	5	5	4	4	32
93	2	4	4	4	4	4	22	4	3	3	3	4	4	2	4	2	4	3	4	40	4	3	3	3	3	5	4	3	28
94	3	4	4	4	2	4	21	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	50	3	4	2	4	4	3	4	4	28
95	4	4	4	2	3	2	19	4	1	2	2	4	2	1	2	1	2	2	2	25	1	4	2	1	2	3	2	2	17
96	2	2	3	1	2	2	12	4	4	5	4	3	2	4	4	3	4	4	4	45	4	2	1	1	1	2	3	1	15
97	3	4	4	3	4	3	21	2	2	1	2	4	3	2	1	2	3	2	2	26	2	2	2	3	2	2	1	3	17
98	2	2	2	2	1	2	11	1	2	1	2	2	2	2	1	2	1	1	1	18	3	4	5	4	5	5	4	4	34
99	1	1	2	1	2	2	9	4	3	4	3	3	4	2	4	2	2	2	3	36	4	5	2	4	4	4	5	3	31
100	4	3	3	4	4	2	20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60	2	4	3	3	3	2	4	2	23
101	5	5	5	5	5	5	30	2	3	2	1	2	2	1	4	2	2	4	4	29	3	3	1	2	2	1	2	2	16
102	4	5	5	5	4	4	27	2	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	42	5	5	4	5	5	5	5	5	39
103	5	5	5	5	4	5	29	4	3	4	4	4	2	3	4	3	3	4	2	40	4	5	4	4	5	4	4	3	33
104	5	4	4	4	3	2	22	4	2	3	2	4	5	3	3	5	2	4	4	41	3	4	4	4	2	2	3	3	25
105	2	5	4	2	2	4	19	4	5	4	3	4	3	4	4	4	5	4	5	49	4	5	4	5	4	3	3	4	32
106	4	3	4	2	5	4	22	4	4	3	2	2	2	3	3	3	3	2	2	33	3	3	5	2	4	3	3	3	26
107	2	2	2	1	2	2	11	1	4	3	5	4	3	5	3	4	3	4	2	41	4	4	5	5	5	5	4	4	36
108	2	3	3	4	4	3	19	2	2	2	2	2	1	2	3	3	2	2	2	25	4	2	4	4	4	4	2	3	27
109	2	2	2	2	2	1	11	2	3	1	1	2	1	3	3	2	2	1	1	22	1	1	1	1	1	1	1	1	8
110	4	4	4	2	2	2	18	3	2	2	2	4	3	4	2	2	2	1	3	30	4	4	4	4	3	4	3	5	31
111	3	1	1	1	2	1	9	4	2	2	2	2	4	4	2	2	4	3	3	34	5	5	4	4	4	4	4	5	35
112	4	2	4	3	3	3	19	1	2	1	2	1	1	2	2	1	2	1	1	17	4	4	3	4	3	4	3	3	28
113	2	3	1	2	2	2	12	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	14	1	1	3	4	1	2	2	2	16
114	2	1	1	1	1	1	7	3	5	3	3	5	4	4	3	4	5	3	5	47	3	4	3	4	5	3	4	4	30
115	2	1	1	1	1	1	7	4	2	2	4	4	4	3	2	4	5	3	2	39	4	4	3	4	3	4	2	3	27
116	2	2	2	1	1	2	10	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	58	5	4	5	5	4	5	5	4	37
117	4	2	3	2	1	2	14	4	4	2	3	4	4	1	4	2	4	4	3	39	4	5	3	4	4	4	4	4	32
118	5	5	4	4	3	4	25	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	58	4	5	4	5	4	4	3	4	33
119	5	4	4	4	4	4	25	2	2	1	1	2	1	2	1	3	2	2	1	20	1	1	1	1	1	1	1	1	8
120	1	2	3	3	2	2	13	2	3	3	2	2	3	2	1	4	2	1	2	27	2	2	2	3	1	2	2	1	15

N	Pernyataan																												
	Kepuasan Pelanggan (Y)							Kualitas Produk (X1)												Promosi (X2)									
KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	KP6	Total	KK1	KK2	KK3	KK4	KK5	KK6	KK7	KK8	KK9	KK10	KK11	KK12	Total	PR1	PR2	PR3	PR4	PR5	PR6	PR7	PR8	Total	
121	1	1	2	2	1	1	8	2	1	1	2	4	1	1	2	2	1	2	1	20	3	2	4	3	2	2	2	2	20
122	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	58	3	3	3	4	4	4	4	4	29
123	3	4	2	2	3	4	18	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	13	1	1	1	1	1	1	1	8	
124	3	4	3	3	2	4	19	2	1	2	2	2	2	2	2	2	3	3	1	24	3	2	4	3	3	4	2	3	24
125	2	4	4	1	3	3	17	4	5	5	5	5	5	3	5	5	4	5	5	56	4	3	2	3	2	2	2	2	20
126	2	3	4	2	2	3	16	3	4	3	5	4	5	3	3	4	4	2	5	45	3	2	2	2	2	1	2	3	17
127	5	5	5	5	5	5	30	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	57	3	3	4	5	4	4	4	2	29
128	4	4	2	2	3	5	20	5	4	4	4	2	5	3	4	4	4	3	4	46	3	3	4	2	4	2	4	3	25
129	3	1	2	2	2	1	11	1	2	2	2	2	3	4	2	1	2	2	2	25	4	3	4	4	4	4	4	4	31
130	3	4	2	2	2	2	15	5	3	5	3	4	4	3	4	2	4	3	1	41	4	2	3	2	2	2	2	3	20
131	4	4	4	4	5	4	25	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	45	5	5	5	4	5	5	5	4	38
132	1	1	1	1	1	1	6	2	2	2	1	3	2	2	3	1	4	1	3	26	3	1	2	1	4	2	2	2	17
133	1	2	4	4	2	2	15	2	2	2	2	1	2	2	3	3	2	3	2	26	1	2	1	1	1	2	1	1	10
134	5	4	4	4	5	4	26	4	4	3	4	4	4	5	5	4	4	4	4	49	5	5	5	4	5	5	4	5	38
135	2	1	3	2	3	1	12	3	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	23	4	2	4	2	2	2	4	4	24
136	2	3	4	3	3	4	19	2	2	3	1	2	2	2	2	2	2	4	2	26	5	5	5	4	5	4	5	5	38
137	2	2	3	1	2	2	12	2	3	2	4	3	4	3	2	5	2	3	2	35	1	2	1	1	1	1	1	1	9
138	3	3	3	4	4	2	19	3	2	4	4	2	5	2	2	3	3	2	2	34	1	1	1	1	1	1	1	2	9
139	3	3	2	2	2	4	16	3	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	3	25	3	2	2	3	4	4	3	4	25
140	4	5	5	4	5	5	28	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	53	5	5	3	4	5	4	4	4	34
141	2	4	3	4	3	4	20	3	2	4	3	4	2	2	4	3	2	3	2	34	2	2	1	2	2	1	2	2	14
142	2	2	2	2	2	3	13	3	2	2	4	4	4	2	2	2	1	2	1	29	4	3	4	4	4	3	4	4	30
143	4	5	4	5	5	5	28	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	56	5	5	5	3	3	5	5	5	36
144	4	3	5	4	5	5	26	2	3	1	2	2	2	2	2	4	3	5	2	30	2	2	4	2	4	3	1	2	20
145	2	3	4	3	3	4	19	2	3	4	3	2	3	2	3	4	4	3	3	36	4	2	4	2	1	2	2	4	21
146	3	3	3	3	5	4	21	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	26	3	2	2	1	1	3	2	3	17
147	3	3	4	2	4	3	19	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	54	3	4	4	4	4	4	3	4	30
148	4	2	2	2	3	3	16	4	4	3	5	2	3	3	3	3	3	3	2	38	1	2	2	2	2	2	1	1	13
149	3	2	2	4	3	3	17	2	1	2	2	1	2	2	1	2	1	2	2	20	3	2	2	2	2	4	3	2	20
150	5	4	5	4	4	5	27	3	4	2	4	4	3	5	4	3	3	4	3	42	4	4	4	4	3	3	4	3	29
151	1	2	1	1	1	1	7	3	2	2	1	2	2	1	4	3	2	4	1	27	3	3	2	3	3	2	3	4	23
152	4	4	3	5	5	4	25	3	2	2	4	3	4	4	3	3	3	4	3	38	2	4	4	2	3	4	4	4	27
153	2	2	2	3	1	1	11	3	4	3	2	4	2	4	3	4	3	3	4	39	4	3	2	4	4	2	3	2	24
154	2	2	3	4	2	3	16	1	1	2	2	1	2	1	3	1	3	2	1	20	1	2	1	1	1	1	1	2	10
155	4	5	5	5	5	5	29	5	4	5	5	3	5	3	5	5	4	5	5	54	2	3	3	3	4	2	4	4	25
156	4	2	4	3	4	4	21	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	36	1	4	2	1	2	2	2	3	17
157	2	3	1	1	2	1	10	3	3	5	5	4	2	2	2	3	4	2	3	38	4	2	4	5	4	5	4	4	32
158	2	3	2	3	3	3	16	3	2	1	1	3	1	4	1	2	4	1	2	25	2	1	2	2	2	2	2	1	14
159	2	2	1	1	2	4	12	2	1	2	3	2	3	2	1	2	2	1	2	23	3	3	2	3	3	1	2	3	20
160	2	2	4	5	1	2	16	3	3	3	3	3	2	3	4	2	4	2	3	35	4	4	4	4	3	4	3	2	28

N	Pernyataan																												
	Kepuasan Pelanggan (Y)							Kualitas Produk (X1)													Promosi (X2)								
	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	KP6	Total	KK1	KK2	KK3	KK4	KK5	KK6	KK7	KK8	KK9	KK10	KK11	KK12	Total	PR1	PR2	PR3	PR4	PR5	PR6	PR7	PR8	Total
161	4	5	4	4	5	4	26	3	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	51	5	5	5	5	4	4	5	5	38
162	5	5	5	4	5	4	28	3	2	4	4	3	4	2	3	3	2	4	4	38	4	5	5	5	3	5	4	5	36
163	2	3	2	1	1	1	10	2	1	3	2	2	2	2	2	2	1	1	2	22	2	1	1	2	1	2	2	1	12
164	4	3	3	2	4	4	20	4	4	5	4	2	2	2	4	5	4	4	4	44	4	3	5	3	5	4	4	4	32
165	3	1	5	2	3	2	16	4	4	4	3	3	4	4	2	4	4	4	5	45	5	5	4	5	4	5	3	4	35
166	1	2	1	2	1	2	9	1	3	1	3	3	4	3	3	3	2	2	1	29	4	3	2	3	3	3	4	2	24
167	2	1	2	1	1	1	8	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	13	1	1	2	2	3	1	1	1	12
168	4	4	2	4	2	1	17	2	1	1	2	1	2	2	3	2	2	1	2	21	1	1	1	1	1	1	2	1	9
169	2	4	2	4	3	3	18	2	1	2	2	3	2	2	2	2	1	3	2	24	3	2	3	2	1	3	2	1	17
170	3	3	2	3	2	2	15	4	4	5	4	3	4	4	3	2	3	5	4	45	4	3	4	4	3	3	5	5	31
171	1	1	1	2	1	1	7	4	3	3	5	4	3	2	3	2	2	2	2	35	2	3	2	3	2	2	3	2	19
172	1	1	1	1	1	1	6	2	2	3	3	4	3	5	3	4	4	4	4	41	5	5	5	5	5	5	5	5	40
173	2	2	2	4	2	2	14	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	52	4	4	4	3	3	4	4	5	31
174	3	4	4	3	4	4	22	2	3	3	4	2	4	4	3	2	3	4	2	36	5	5	5	5	4	4	5	5	38
175	5	4	4	4	5	5	27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60	5	5	5	5	5	5	5	5	40
176	4	4	3	2	4	4	21	3	2	3	3	4	3	2	3	2	2	2	2	31	2	2	2	3	3	1	1	4	18
177	1	3	1	4	2	2	13	2	2	3	2	4	3	2	3	2	4	2	3	32	2	4	3	2	2	3	2	4	22
178	1	2	2	2	1	1	9	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	21	2	1	1	1	1	1	1	1	9
179	4	5	4	5	5	5	28	5	1	2	4	3	4	2	4	3	2	2	3	35	2	2	1	1	2	3	1	3	15
180	2	3	2	2	4	4	17	4	4	3	4	2	3	4	2	2	4	3	2	37	3	4	3	4	3	2	3	4	26
181	4	5	4	4	5	5	27	3	4	2	2	3	4	5	4	5	4	3	5	44	3	3	4	1	4	3	3	2	23
182	4	3	3	4	5	5	24	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	51	4	4	3	3	3	5	5	4	31
183	4	4	5	4	3	4	24	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	3	2	45	4	3	4	4	4	4	4	2	29
184	1	3	4	1	2	1	12	2	4	3	3	4	2	2	2	5	3	3	4	37	2	2	2	3	1	2	1	3	16
185	2	1	2	2	2	2	11	1	3	2	3	3	3	4	2	2	2	3	3	31	3	4	4	3	3	4	4	2	27
186	2	2	2	3	2	2	13	4	2	3	3	2	3	3	1	2	3	2	3	31	3	3	4	3	4	4	2	3	26
187	4	5	5	4	4	5	27	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	14	1	2	2	1	1	1	2	2	12
188	3	4	1	2	4	5	19	4	5	4	3	4	4	3	4	4	4	4	5	48	4	4	5	4	4	4	5	5	35
189	2	3	3	2	4	4	18	1	1	2	2	1	1	2	1	2	1	1	2	17	3	5	4	3	4	5	4	5	33
190	4	4	4	4	5	4	25	3	4	4	3	2	2	3	2	2	4	3	1	33	4	5	4	3	4	4	5	4	33
191	5	5	5	5	4	5	29	3	3	4	4	4	4	3	4	2	4	3	4	42	5	5	4	5	5	5	4	5	38
192	2	4	3	3	3	4	19	2	4	4	2	5	4	2	2	3	4	3	2	37	3	3	4	4	4	4	4	5	31
193	1	1	1	1	1	1	6	1	1	3	1	2	2	2	1	1	2	1	1	18	4	2	2	3	3	4	2	2	22
194	4	4	4	4	3	3	22	2	2	1	2	1	2	3	2	1	2	2	2	22	1	3	2	2	1	2	2	2	15
195	4	3	4	3	3	3	20	3	3	2	2	3	3	2	2	2	3	2	3	30	5	5	5	5	4	4	4	5	37
196	2	4	2	4	2	2	16	4	1	3	4	2	2	2	3	4	4	2	2	33	1	3	2	3	5	4	2	3	23
197	3	3	2	3	3	3	17	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	55	4	3	4	2	2	4	3	2	24
198	2	2	1	3	3	4	15	1	3	3	4	3	4	2	4	4	3	2	2	35	1	4	2	1	2	2	2	2	16
199	2	1	1	2	2	1	9	2	3	3	2	3	2	3	2	2	2	3	2	29	2	3	2	4	3	2	3	3	22
200	2	1	1	2	1	3	10	2	2	2	2	1	2	2	1	1	2	1	2	20	2	4	4	2	4	2	2	2	22

N	Pernyataan																												
	Kepuasan Pelanggan (Y)							Kualitas Produk (X1)												Promosi (X2)									
	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	KP6	Tota	KK1	KK2	KK3	KK4	KK5	KK6	KK7	KK8	KK9	KK10	KK11	KK12	Total	PR1	PR2	PR3	PR4	PR5	PR6	PR7	PR8	Total
201	2	2	2	2	1	1	10	1	2	2	1	1	2	2	1	2	1	2	2	19	3	2	3	5	3	2	2	3	23
202	3	4	3	3	4	1	18	3	2	4	4	3	3	3	3	2	3	4	2	36	2	3	3	2	3	4	3	2	22
203	5	5	5	5	5	5	30	3	5	5	4	5	4	4	5	3	4	5	4	51	5	4	5	5	5	5	5	5	39
204	5	5	5	5	5	5	30	4	2	2	1	2	3	2	3	2	3	2	3	29	2	2	4	1	2	1	1	1	14
205	3	5	5	5	5	4	27	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	2	15	2	3	2	1	2	2	2	2	16
206	2	4	3	4	4	4	21	5	4	5	4	4	2	4	4	3	3	4	3	45	3	4	4	4	5	4	4	4	32
207	3	4	5	3	3	2	20	1	2	2	1	2	1	3	1	2	1	1	2	19	2	2	3	2	2	2	2	1	16
208	1	2	1	1	1	1	7	3	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	51	3	3	4	4	2	3	4	2	25
209	4	4	4	5	5	4	26	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	57	5	5	3	4	3	5	4	5	34
210	4	2	2	2	2	3	15	3	4	4	2	2	3	4	3	3	3	2	2	35	2	2	1	2	4	2	2	1	16
211	3	2	2	3	2	2	14	2	1	3	2	3	2	2	4	4	3	4	2	32	1	1	1	2	1	1	1	2	10
212	4	2	4	2	3	4	19	4	4	2	2	3	2	3	3	2	4	4	3	36	5	4	4	4	3	3	4	4	31
213	5	4	3	5	4	4	25	5	4	5	5	3	4	4	4	5	5	5	5	54	5	4	4	4	4	5	5	4	35
214	5	5	4	4	4	4	26	2	2	3	1	3	2	2	2	1	3	1	2	24	1	1	1	1	1	1	2	1	9
215	5	5	4	4	2	4	24	3	2	2	2	1	1	2	2	3	2	3	2	25	3	4	3	2	3	5	2	4	26
216	4	4	5	3	4	5	25	3	4	4	3	4	4	5	4	4	3	4	3	45	1	1	1	1	1	1	1	1	8
217	3	5	2	2	3	2	17	2	2	2	2	2	1	2	2	1	3	2	2	23	2	2	2	2	3	1	3	1	16
218	2	5	5	5	4	5	26	4	3	2	2	4	4	3	4	4	2	4	3	39	4	5	5	4	5	5	5	5	38
219	5	4	5	5	4	4	27	3	2	2	3	3	4	4	3	2	2	3	2	33	2	4	3	4	2	5	2	4	26
220	4	4	3	3	4	3	21	5	5	5	2	4	4	5	5	4	3	4	4	50	4	4	5	5	4	3	5	5	35
221	3	1	3	2	2	2	13	3	2	2	1	2	2	2	2	1	1	1	2	21	2	2	3	2	2	4	2	2	19
222	4	4	5	5	4	4	26	5	3	2	4	2	5	4	4	4	5	4	4	46	5	5	4	5	5	5	5	5	39
223	2	2	1	1	2	1	9	4	2	4	3	5	5	3	5	4	4	4	4	47	1	3	2	4	1	2	4	3	20
224	1	2	2	1	3	4	13	2	2	1	2	3	2	2	2	2	1	2	2	23	5	4	4	4	4	4	4	5	34
225	2	2	2	3	4	2	15	4	2	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	41	5	4	5	4	3	4	4	3	32
226	4	4	5	4	4	4	25	3	4	3	5	4	5	3	4	3	4	4	3	45	3	2	5	4	4	4	4	3	29
227	2	1	2	2	2	1	10	3	1	2	2	2	2	2	2	3	1	2	3	25	3	3	3	2	3	2	2	4	22
228	1	2	3	2	2	2	12	2	4	4	2	4	5	3	5	3	4	3	3	42	2	2	2	4	2	4	3	2	21
229	5	2	4	4	4	4	23	4	4	4	3	4	4	4	2	3	2	3	4	41	2	3	2	3	3	3	3	1	20
230	5	5	4	5	5	5	29	3	2	4	4	4	3	3	4	4	2	5	2	40	5	5	5	4	4	5	5	5	38
231	4	4	3	3	4	4	22	4	4	3	5	2	4	5	4	4	4	4	3	46	4	4	5	4	5	4	4	4	34
232	2	4	5	2	3	2	18	2	4	3	2	2	2	1	4	2	1	3	2	28	3	4	4	5	2	5	3	5	31
233	2	3	3	2	3	1	14	4	4	3	3	2	1	1	2	4	3	3	2	32	1	1	1	1	1	2	1	2	10
234	3	2	4	2	3	2	16	3	3	4	4	4	3	3	2	3	3	3	3	38	4	4	4	5	4	4	4	4	33
235	2	2	2	3	3	4	16	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	22	4	3	2	2	3	3	4	2	23
236	2	1	4	1	3	3	14	2	3	3	3	3	1	2	2	2	2	2	3	28	1	2	2	1	1	2	1	1	11
237	5	3	4	2	4	3	21	4	4	3	2	3	2	2	3	2	4	2	3	34	4	3	2	3	3	3	2	2	22
238	4	2	3	2	4	5	20	2	4	4	4	4	2	4	4	5	3	3	4	43	3	3	3	2	1	2	3	3	20
239	1	1	1	2	1	1	7	2	1	2	2	1	2	2	2	1	3	3	1	22	4	3	3	4	5	4	4	3	30
240	4	4	4	4	4	4	24	3	3	2	2	3	2	4	4	3	1	4	2	33	4	2	3	4	4	2	4	4	27

N	Pernyataan																												
	Kepuasan Pelanggan (Y)							Kualitas Produk (X1)													Promosi (X2)								
	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	KP6	Tota	KK1	KK2	KK3	KK4	KK5	KK6	KK7	KK8	KK9	KK10	KK11	KK12	Total	PR1	PR2	PR3	PR4	PR5	PR6	PR7	PR8	Total
241	3	3	4	2	2	3	17	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	55	4	5	4	5	4	4	5	4	35
242	5	5	5	5	5	5	30	4	4	3	5	4	5	5	4	4	4	4	4	50	4	4	3	4	5	5	4	3	32
243	3	4	4	4	2	2	19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60	4	5	5	5	5	4	4	5	37
244	3	2	2	3	4	3	17	1	2	4	1	2	1	1	2	1	2	2	2	21	3	4	5	3	4	4	3	3	29
245	1	3	2	3	2	2	13	1	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	2	20	2	4	2	1	1	2	1	3	16
246	4	3	5	5	5	4	26	4	3	4	4	2	2	2	3	4	3	3	4	38	4	5	4	4	5	4	5	5	36
247	5	4	3	4	2	5	23	4	2	2	4	3	4	4	4	2	2	2	2	35	1	2	2	1	1	1	1	1	10
248	1	1	2	4	3	2	13	2	3	2	3	1	1	1	1	1	1	1	1	18	2	1	1	2	1	2	2	1	12
249	4	4	5	4	4	4	25	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	56	3	3	2	2	1	3	2	2	18
250	5	5	4	5	4	5	28	4	5	3	5	4	4	2	4	3	5	5	4	48	2	4	2	2	2	4	4	1	21
251	2	2	2	4	1	4	15	2	3	2	1	1	3	2	3	2	1	2	3	25	3	3	3	4	4	4	2	4	27
252	2	2	2	2	2	4	14	4	2	3	2	3	4	4	5	5	2	4	2	40	4	2	4	4	3	4	4	4	29
253	2	1	3	1	1	2	10	2	1	2	1	2	2	1	2	2	3	2	2	22	1	2	2	2	1	2	1	1	12
254	2	3	2	4	2	3	16	4	4	3	2	2	3	4	4	4	2	2	5	39	3	2	2	3	1	2	4	4	21
255	4	4	4	2	3	2	19	3	4	4	2	4	4	3	3	1	3	4	4	39	2	2	2	2	2	2	2	1	15
256	4	4	3	5	4	3	23	3	3	3	4	3	2	3	2	4	2	3	1	33	5	3	2	5	5	5	4	4	33
257	4	5	5	4	5	5	28	2	3	3	1	3	2	4	2	2	3	2	3	30	3	3	3	4	4	4	5	3	29
258	1	3	3	2	2	2	13	3	4	4	3	4	2	2	4	2	4	3	3	38	3	2	1	1	2	1	2	1	13
259	1	2	1	2	3	3	12	2	1	2	2	1	2	1	2	1	2	3	2	21	4	5	4	5	4	4	5	4	35
260	1	2	1	1	1	1	7	2	3	4	3	3	2	3	4	4	4	2	4	38	3	3	2	3	3	4	2	3	23
261	2	3	2	1	2	1	11	3	4	4	2	2	5	3	3	3	4	3	3	39	3	3	3	4	4	2	3	3	25
262	3	3	4	2	3	2	17	2	2	1	1	3	2	2	2	1	2	2	1	21	2	1	1	1	2	1	1	1	10
263	2	1	2	2	2	2	11	4	4	2	5	4	2	4	5	4	3	4	4	45	4	1	4	4	4	5	2	2	26
264	1	3	2	2	3	2	13	3	4	5	4	5	4	3	5	4	3	4	4	48	2	2	2	3	3	4	2	1	19
265	4	1	2	2	3	1	13	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	55	4	5	5	5	5	5	5	5	39
266	3	3	4	4	2	3	19	1	2	1	2	3	1	2	1	1	1	2	1	18	4	4	2	2	2	4	2	4	24
267	4	4	5	5	5	4	27	5	4	4	5	3	4	4	2	4	4	3	4	46	5	5	5	5	5	4	5	5	39
268	3	4	4	4	2	3	20	2	1	4	4	1	1	3	3	2	4	4	2	31	5	4	4	3	4	4	5	4	33
269	2	3	2	2	2	2	13	1	2	2	2	2	1	3	1	3	2	2	2	23	4	4	4	3	4	3	3	3	28
270	5	3	3	4	4	5	24	3	4	4	5	5	3	5	4	5	4	5	4	51	4	2	4	3	4	3	4	4	28
271	4	2	2	2	3	2	15	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	14	2	2	1	2	1	2	2	2	14
272	3	1	1	1	1	1	8	4	4	3	2	3	3	4	4	4	3	4	5	43	4	4	4	2	4	4	4	3	29
273	3	5	5	4	5	5	27	3	4	2	4	4	4	4	2	4	4	5	4	44	3	4	3	3	5	4	4	4	30
274	4	4	3	4	3	4	22	2	2	2	1	2	1	2	1	2	2	2	1	20	1	1	1	1	1	2	2	1	10
275	3	3	4	2	4	3	19	1	1	3	1	2	1	1	1	2	1	1	1	16	4	3	5	4	4	3	3	4	30
276	4	2	1	1	1	2	11	4	2	4	2	3	2	4	1	1	2	3	2	30	4	4	3	4	3	4	3	4	29
277	4	3	3	5	5	4	24	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	56	4	2	2	3	4	4	2	3	24
278	1	1	1	1	1	1	6	3	4	4	3	2	3	4	4	4	3	4	3	41	4	4	5	4	4	5	3	3	32
279	4	2	3	3	3	2	17	3	1	2	1	4	2	1	2	1	2	3	2	24	2	2	2	3	3	3	2	2	19
280	4	3	2	4	4	3	20	4	3	2	4	4	3	4	2	4	4	4	4	42	4	4	2	4	4	3	2	4	27

N	Pernyataan																												
	Kepuasan Pelanggan (Y)							Kualitas Produk (X1)													Promosi (X2)								
	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	KP6	Total	KK1	KK2	KK3	KK4	KK5	KK6	KK7	KK8	KK9	KK10	KK11	KK12	Total	PR1	PR2	PR3	PR4	PR5	PR6	PR7	PR8	Total
281	4	5	4	5	5	4	27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60	4	3	4	5	4	4	4	5	33
282	2	2	4	2	4	3	17	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	57	4	4	3	4	4	4	3	2	28
283	3	4	3	3	2	3	18	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	2	15	3	2	2	2	2	2	3	2	18
284	2	1	1	3	1	2	10	1	2	2	1	1	3	2	2	1	1	2	2	20	2	3	5	4	2	4	2	2	24
285	1	2	5	3	4	4	19	4	2	2	1	3	3	2	4	2	4	3	3	33	3	4	4	3	3	4	4	4	29
286	3	1	1	1	1	2	9	4	3	4	4	2	2	3	2	4	4	3	2	37	1	1	1	1	1	1	1	1	8
287	3	3	3	2	4	3	18	4	3	2	3	4	2	2	2	4	2	3	2	33	2	4	2	2	2	1	2	2	17
288	3	4	3	2	1	4	17	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	59	4	5	5	5	5	5	5	5	39
289	2	2	3	2	1	1	11	1	1	1	3	1	2	3	1	1	2	2	1	19	1	1	1	2	1	1	1	2	10
290	2	2	4	2	4	4	18	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	55	2	2	3	1	3	1	2	2	16
291	2	4	2	4	4	4	20	4	3	5	4	4	3	4	5	2	4	5	5	48	2	2	3	4	3	2	2	4	22
292	5	3	3	3	4	4	22	3	1	3	2	4	3	4	3	2	1	2	3	31	4	4	4	4	4	5	3	4	32
293	2	3	3	4	3	2	17	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	3	49	5	4	5	5	5	5	4	5	38
294	1	3	2	1	3	3	13	1	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	21	2	3	1	1	2	4	1	2	16
295	2	3	2	3	4	2	16	4	4	3	4	5	3	3	3	2	2	4	2	39	2	2	2	3	2	3	2	3	19
296	2	4	3	4	5	4	22	2	1	2	1	3	3	2	3	4	3	2	2	28	4	4	4	3	4	4	5	3	31
297	3	2	1	3	2	2	13	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	45	2	4	3	4	3	3	4	4	27
298	5	5	5	4	5	5	29	4	3	3	4	4	5	5	4	5	4	5	5	51	3	2	1	1	2	1	1	1	12
299	1	2	4	2	4	2	15	5	3	3	5	3	4	3	4	3	5	4	3	45	5	5	5	5	5	5	5	5	40
300	2	1	2	2	2	2	11	2	2	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	26	4	4	5	4	4	3	4	4	32
301	4	3	4	2	3	4	20	2	2	1	1	3	1	2	1	2	2	1	2	20	1	2	2	2	2	3	3	1	16
302	4	4	3	4	4	2	21	2	4	3	2	1	3	3	2	2	1	2	2	27	3	3	2	2	1	2	3	3	19
303	5	4	4	4	4	5	26	3	2	3	2	1	2	2	2	2	2	3	3	27	3	2	2	2	2	2	2	2	17
304	4	3	3	3	2	4	19	1	2	3	2	2	3	2	1	4	3	1	2	26	4	5	4	4	4	4	4	5	34
305	2	2	2	3	2	2	13	1	1	1	1	1	1	2	1	3	1	2	1	16	3	3	3	3	2	2	3	4	23
306	2	4	1	2	2	2	13	2	2	3	4	2	4	3	4	2	4	2	3	35	2	3	2	2	4	4	3	3	23
307	4	4	3	4	4	4	23	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	21	4	4	5	3	4	4	3	3	30
308	3	2	4	2	5	4	20	2	2	5	3	4	4	2	2	5	3	1	4	37	4	4	2	4	4	2	3	4	27
309	4	3	3	4	3	4	21	3	4	3	2	4	2	3	3	4	4	4	4	40	2	4	3	2	3	3	3	2	22
310	2	2	3	2	2	2	13	2	2	3	1	2	2	2	4	1	1	2	1	23	4	5	4	4	2	3	4	3	29
311	2	1	2	2	2	2	11	4	2	3	2	2	4	2	2	2	3	3	3	32	2	2	1	2	3	2	3	3	18
312	1	2	4	3	2	2	14	1	2	2	1	2	1	2	1	1	2	1	2	18	3	1	2	1	1	2	2	1	13
313	4	3	2	3	2	3	17	3	5	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	45	2	4	3	1	3	3	5	2	23
314	2	3	2	4	2	2	15	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	56	3	3	4	3	2	5	4	1	25
315	2	2	4	4	2	2	16	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	3	18	3	2	1	3	1	2	2	4	18
316	4	4	3	5	5	5	26	5	4	5	4	3	5	4	3	5	4	5	4	51	5	4	4	4	5	4	4	5	35
317	1	2	1	1	1	2	8	3	2	4	4	4	3	2	4	4	4	3	3	40	4	3	2	2	2	3	2	2	20
318	4	4	5	5	4	4	26	2	2	2	4	2	4	2	3	4	3	2	3	33	3	4	3	2	4	4	3	3	26
319	2	3	3	4	4	3	19	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	54	5	5	5	5	5	5	5	5	40
320	5	4	4	4	4	4	25	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	55	4	4	4	5	4	2	4	5	32

N	Pernyataan																												
	Kepuasan Pelanggan (Y)							Kualitas Produk (X1)													Promosi (X2)								
	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	KP6	Total	KK1	KK2	KK3	KK4	KK5	KK6	KK7	KK8	KK9	KK10	KK11	KK12	Total	PR1	PR2	PR3	PR4	PR5	PR6	PR7	PR8	Total
321	4	3	3	2	3	2	17	4	4	2	3	1	3	4	3	2	2	2	2	32	3	4	4	4	4	4	3	4	30
322	3	3	2	2	1	2	13	4	3	3	4	4	2	2	2	3	2	4	4	37	2	3	2	4	4	2	3	4	24
323	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	2	2	16	4	4	2	2	3	3	4	4	26
324	3	4	4	3	2	4	20	2	1	1	3	3	2	2	2	2	2	3	2	25	2	1	1	1	2	2	1	2	12
325	1	1	1	2	1	2	8	4	4	4	3	5	4	3	4	3	4	4	2	44	1	1	1	2	3	1	2	3	14
326	3	2	2	1	2	2	12	2	3	1	2	1	1	2	3	1	2	1	1	20	3	1	2	3	2	2	2	3	18
327	3	2	3	2	3	4	17	1	2	1	2	2	1	2	2	2	1	1	1	18	1	2	1	2	2	2	2	2	14
328	4	2	1	2	3	2	14	3	2	2	4	2	3	3	3	2	2	4	3	33	4	3	2	4	3	4	5	4	29
329	5	3	3	4	3	4	22	2	5	2	5	4	3	3	3	3	3	5	4	42	2	1	3	2	3	3	3	2	19
330	1	2	1	3	2	3	12	2	4	4	3	1	3	3	2	2	2	2	1	29	2	2	3	2	2	2	2	3	18
331	1	2	3	2	1	2	11	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	16	4	3	2	2	4	3	4	4	26
332	3	4	4	2	5	3	21	1	1	2	2	1	2	1	2	2	2	2	3	21	3	3	4	4	4	3	4	3	28
333	3	2	1	1	1	2	10	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	13	2	3	4	3	4	4	3	3	26
334	5	5	5	5	5	5	30	3	4	3	2	4	5	4	5	4	4	5	4	47	5	5	5	5	4	4	4	5	37
335	2	2	2	3	4	2	15	4	4	4	5	3	5	2	4	4	4	3	2	44	2	3	4	4	2	3	3	3	24
336	3	2	3	2	3	2	15	4	5	5	2	4	3	4	4	2	4	3	4	44	3	4	4	4	3	3	2	3	26
337	2	2	1	2	2	1	10	2	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	2	37	3	2	3	2	4	2	2	4	22
338	2	3	2	1	2	2	12	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	51	4	5	5	2	3	4	4	5	32
339	1	2	2	3	4	2	14	2	2	3	4	5	4	3	3	3	4	3	4	40	4	3	4	4	4	4	2	2	27
340	4	5	3	3	4	3	22	3	3	1	1	2	1	2	3	2	2	2	2	24	2	2	2	2	2	2	2	3	17
341	5	5	5	5	5	5	30	4	3	4	5	5	3	4	3	4	4	3	4	46	2	5	3	3	3	3	3	2	24
342	5	4	4	4	4	3	24	1	3	2	3	2	2	2	2	2	1	2	4	26	3	2	2	1	2	1	2	1	14
343	2	3	4	3	2	3	17	3	2	3	2	2	2	2	3	4	2	5	1	31	1	2	2	2	2	2	1	2	14
344	4	2	5	4	3	3	21	1	3	2	2	2	1	2	2	2	1	1	3	22	4	2	3	3	2	4	2	4	24
345	3	4	5	4	4	5	25	1	4	4	4	3	4	4	4	3	2	4	3	40	3	2	2	3	1	2	2	2	17
346	4	5	4	5	5	4	27	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	15	5	4	3	3	4	4	3	5	31
347	5	4	5	4	4	5	27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60	3	2	4	4	3	3	3	4	26
348	4	3	2	2	3	3	17	4	4	4	4	4	5	3	2	3	4	4	4	45	4	4	5	4	3	4	3	2	29
349	2	4	2	4	3	4	19	4	5	4	4	4	3	4	4	5	4	3	4	48	2	4	3	2	3	3	4	2	23
350	1	2	1	2	2	2	10	2	3	4	3	2	2	2	4	3	4	3	3	35	2	2	1	3	3	1	2	3	17
351	2	2	4	4	3	1	16	4	3	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	52	3	3	2	4	4	3	2	4	25
352	4	5	5	4	5	4	27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	59	4	5	3	5	3	5	2	4	31
353	2	2	4	4	3	4	19	2	2	3	2	2	2	2	2	2	1	4	2	26	1	1	1	1	1	1	1	1	8
354	2	2	4	3	2	3	16	3	4	4	2	2	2	1	3	2	5	3	4	35	2	1	2	1	2	1	1	2	12
355	3	5	5	5	3	4	25	4	4	5	3	5	3	5	4	4	4	4	4	49	4	3	3	4	5	4	4	3	30
356	4	3	4	2	2	3	18	4	4	4	4	3	3	5	5	2	4	3	4	45	2	1	2	2	1	3	2	1	14
357	3	4	2	2	3	2	16	2	2	2	2	4	2	2	2	2	1	2	2	25	3	2	3	4	4	3	3	4	26
358	3	2	1	3	2	2	13	5	5	5	4	3	5	5	4	5	5	4	4	54	3	3	4	5	5	5	4	4	33
359	2	3	2	1	2	2	12	2	2	4	2	1	4	2	1	2	3	2	2	27	1	1	1	1	1	1	1	1	8
360	1	2	2	1	2	1	9	4	3	2	2	2	2	2	1	3	2	4	2	29	4	4	2	2	1	2	3	2	20

N	Pernyataan																												
	Kepuasan Pelanggan (Y)							Kualitas Produk (X1)												Promosi (X2)									
	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	KP6	Total	KK1	KK2	KK3	KK4	KK5	KK6	KK7	KK8	KK9	KK10	KK11	KK12	Total	PR1	PR2	PR3	PR4	PR5	PR6	PR7	PR8	Total
361	4	4	4	4	3	5	24	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	54	4	4	4	5	5	5	3	5	35
362	4	4	4	5	3	4	24	4	2	2	3	3	3	1	2	2	2	1	4	29	2	1	1	3	4	3	2	2	18
363	5	5	5	5	4	5	29	5	5	5	3	3	5	4	5	5	5	5	3	53	4	4	5	3	5	3	5	4	33
364	1	1	1	1	2	2	8	2	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	51	3	5	3	3	4	4	4	4	30
365	5	5	5	5	5	5	30	5	4	3	4	3	5	5	5	3	2	5	5	49	4	4	4	4	4	3	5	5	33
366	4	4	3	2	4	2	19	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	55	4	5	4	4	5	5	2	5	34
367	3	1	1	1	2	2	10	2	2	2	1	1	2	2	2	2	3	3	2	24	4	4	5	3	3	2	4	3	28
368	4	2	3	4	2	2	17	5	5	4	3	5	5	5	5	5	4	4	3	53	5	4	5	4	5	4	5	5	37
369	4	2	4	4	4	3	21	2	4	2	4	3	5	4	4	2	2	4	2	38	3	2	2	1	3	2	2	3	18
370	2	2	3	4	2	3	16	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	14	1	2	1	1	1	1	1	1	9
371	2	3	2	4	2	2	15	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	55	5	4	5	5	4	4	5	5	37
372	1	1	1	3	3	2	11	2	2	2	2	4	1	1	1	2	2	1	1	21	2	1	1	3	2	1	2	2	14
373	3	2	2	2	3	2	14	3	3	2	2	3	3	2	2	3	2	4	3	32	2	1	2	1	2	2	2	2	14
374	3	4	3	4	4	4	22	2	2	2	3	2	3	4	2	4	4	2	1	31	1	2	1	1	2	2	2	2	13
375	3	2	3	3	2	3	16	1	3	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	16	2	1	2	2	2	3	2	2	16
376	3	1	2	2	2	2	12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	2	2	3	5	3	3	4	1	23
377	4	3	4	3	2	4	20	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	53	5	4	5	4	5	4	5	4	36
378	2	2	3	2	3	2	14	4	3	4	3	3	3	3	4	5	5	5	5	47	4	4	3	3	2	2	4	3	25
379	2	4	2	1	2	3	14	1	1	1	2	3	3	1	2	2	1	2	1	20	2	2	4	2	2	2	4	1	19
380	2	3	3	2	2	2	14	2	3	4	3	3	3	3	3	4	3	2	2	35	1	1	2	1	2	1	1	2	11
381	5	4	3	5	3	4	24	3	3	4	4	3	3	4	4	5	2	3	4	42	4	3	4	3	5	3	4	5	31
382	2	4	3	4	4	4	21	3	3	5	3	2	1	4	2	3	3	2	4	35	4	4	3	3	3	2	4	4	27
383	3	1	1	1	1	2	9	4	5	5	4	5	2	5	5	5	4	4	5	53	5	4	5	3	2	4	5	2	30
384	2	1	2	2	2	2	11	2	2	2	3	2	2	3	1	3	2	1	2	25	2	2	3	2	4	4	3	4	24
385	5	3	5	4	5	5	27	4	5	3	4	4	5	4	4	4	4	3	4	48	4	3	3	4	4	3	3	4	28
Total	1147	1144	1146	1144	1142	1155	6878	1151	1143	1167	1150	1142	1153	1148	1156	1144	1155	1159	1141	13809	1161	1160	1157	1160	1158	1164	1153	1158	9271

Lampiran 5 Hasil Uji Validitas

Variabel Kualitas Produk (X1)

		Correlations												
		KK1	KK2	KK3	KK4	KK5	KK6	KK7	KK8	KK9	KK10	KK11	KK12	KK
KK1	Pearson Correlation	1	.398*	.537**	.552**	.328	.514**	.401*	.572**	.504**	.382*	.379*	.286	.641**
	Sig. (2-tailed)		.029	.002	.002	.077	.004	.028	<.001	.005	.037	.039	.126	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KK2	Pearson Correlation	.398*	1	.459*	.745**	.647**	.490**	.443*	.725**	.677**	.588**	.504**	.453*	.788**
	Sig. (2-tailed)	.029		.011	<.001	<.001	.006	.014	<.001	<.001	<.001	.004	.012	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KK3	Pearson Correlation	.537**	.459*	1	.574**	.482**	.616**	.356	.510**	.452*	.386*	.432*	.362*	.678**
	Sig. (2-tailed)	.002	.011		<.001	.007	<.001	.054	.004	.012	.035	.017	.049	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KK4	Pearson Correlation	.552**	.745**	.574**	1	.610**	.724**	.443*	.662**	.688**	.494**	.564**	.498**	.836**
	Sig. (2-tailed)	.002	<.001	<.001		<.001	<.001	.014	<.001	<.001	.006	.001	.005	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KK5	Pearson Correlation	.328	.647**	.482**	.610**	1	.763**	.271	.671**	.494**	.447*	.604**	.481**	.759**
	Sig. (2-tailed)	.077	<.001	.007	<.001		<.001	.148	<.001	.006	.013	<.001	.007	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KK6	Pearson Correlation	.514**	.490**	.616**	.724**	.763**	1	.452*	.616**	.481**	.485**	.676**	.564**	.820**
	Sig. (2-tailed)	.004	.006	<.001	<.001	<.001		.012	<.001	.007	.007	<.001	.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KK7	Pearson Correlation	.401*	.443*	.356	.443*	.271	.452*	1	.650**	.541**	.373*	.468**	.458*	.643**
	Sig. (2-tailed)	.028	.014	.054	.014	.148	.012		<.001	.002	.042	.009	.011	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KK8	Pearson Correlation	.572**	.725**	.510**	.662**	.671**	.616**	.650**	1	.797**	.574**	.671**	.520**	.882**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	.004	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	.003	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KK9	Pearson Correlation	.504**	.677**	.452*	.688**	.494**	.481**	.541**	.797**	1	.522**	.632**	.558**	.811**
	Sig. (2-tailed)	.005	<.001	.012	<.001	.006	.007	.002	<.001		.003	<.001	.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KK10	Pearson Correlation	.382*	.588**	.386*	.494**	.447*	.485**	.373*	.574**	.522**	1	.652**	.442*	.697**
	Sig. (2-tailed)	.037	<.001	.035	.006	.013	.007	.042	<.001	.003		<.001	.015	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KK11	Pearson Correlation	.379*	.504**	.432*	.564**	.604**	.676**	.468**	.671**	.632**	.652**	1	.635**	.801**
	Sig. (2-tailed)	.039	.004	.017	.001	<.001	<.001	.009	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KK12	Pearson Correlation	.286	.453*	.362*	.498**	.481**	.564**	.458*	.520**	.558**	.442*	.635**	1	.689**
	Sig. (2-tailed)	.126	.012	.049	.005	.007	.001	.011	.003	.001	.015	<.001		<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KK	Pearson Correlation	.641**	.788**	.678**	.836**	.759**	.820**	.643**	.882**	.811**	.697**	.801**	.689**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Variabel Promosi (X2)

		Correlations								
		PM1	PM2	PM3	PM4	PM5	PM6	PM7	PM8	PM
PM1	Pearson Correlation	1	.544**	.273	.428*	.611**	.582**	.196	.316	.639**
	Sig. (2-tailed)		.002	.144	.018	<.001	<.001	.299	.089	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PM2	Pearson Correlation	.544**	1	.600**	.621**	.491**	.649**	.461*	.701**	.840**
	Sig. (2-tailed)	.002		<.001	<.001	.006	<.001	.010	<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PM3	Pearson Correlation	.273	.600**	1	.465**	.348	.570**	.502**	.579**	.724**
	Sig. (2-tailed)	.144	<.001		.010	.059	.001	.005	<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PM4	Pearson Correlation	.428*	.621**	.465**	1	.601**	.458*	.557**	.606**	.795**
	Sig. (2-tailed)	.018	<.001	.010		<.001	.011	.001	<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PM5	Pearson Correlation	.611**	.491**	.348	.601**	1	.474**	.333	.353	.694**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.006	.059	<.001		.008	.072	.056	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PM6	Pearson Correlation	.582**	.649**	.570**	.458*	.474**	1	.518**	.646**	.817**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	.001	.011	.008		.003	<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PM7	Pearson Correlation	.196	.461*	.502**	.557**	.333	.518**	1	.525**	.696**
	Sig. (2-tailed)	.299	.010	.005	.001	.072	.003		.003	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PM8	Pearson Correlation	.316	.701**	.579**	.606**	.353	.646**	.525**	1	.793**
	Sig. (2-tailed)	.089	<.001	<.001	<.001	.056	<.001	.003		<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PM	Pearson Correlation	.639**	.840**	.724**	.795**	.694**	.817**	.696**	.793**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Correlations

		KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	KP6	KP
KP1	Pearson Correlation	1	.556**	.321	.226	.374*	.415*	.627**
	Sig. (2-tailed)		.001	.084	.229	.042	.023	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
KP2	Pearson Correlation	.556**	1	.567**	.602**	.592**	.526**	.865**
	Sig. (2-tailed)	.001		.001	<.001	<.001	.003	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
KP3	Pearson Correlation	.321	.567**	1	.396*	.376*	.529**	.736**
	Sig. (2-tailed)	.084	.001		.030	.041	.003	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
KP4	Pearson Correlation	.226	.602**	.396*	1	.301	.624**	.709**
	Sig. (2-tailed)	.229	<.001	.030		.106	<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
KP5	Pearson Correlation	.374*	.592**	.376*	.301	1	.396*	.694**
	Sig. (2-tailed)	.042	<.001	.041	.106		.030	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
KP6	Pearson Correlation	.415*	.526**	.529**	.624**	.396*	1	.792**
	Sig. (2-tailed)	.023	.003	.003	<.001	.030		<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
KP	Pearson Correlation	.627**	.865**	.736**	.709**	.694**	.792**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Lampiran 6 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel Kualitas Produk (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.932	12

Variabel Promosi (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.889	8

Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.833	6

Lampiran 7 Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Output Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardiz ed Residual
N			385
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		5.94554213
Most Extreme Differences	Absolute		.039
	Positive		.039
	Negative		-.036
Test Statistic			.039
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.200 ^d
Monte Carlo Sig. (2- tailed) ^e	Sig.		.173
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.163
		Upper Bound	.182

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 299883525.

b. Output Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	11.223	.426		26.315	<.001		
	Kualitas Produk (X1)	.131	.011	.524	12.184	<.001	.816	1.225
	Promosi (X2)	.080	.016	.220	5.105	<.001	.816	1.225

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

c. Output Hasil Uji Heteroskedastisitas

Correlations

			KK	PR	Unstandardized Residual
Spearman's rho	Kualitas Produk (X1)	Correlation Coefficient	1.000	.430**	.025
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.625
		N	385	385	385
	Promosi (X2)	Correlation Coefficient	.430**	1.000	.022
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.663
		N	385	385	385
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	.025	.022	1.000
		Sig. (2-tailed)	.625	.663	.
		N	385	385	385

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

d. Output Hasil Uji Linearitas

1) Uji linearitas variabel kualitas produk (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y)

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KP * KK	Between Groups	(Combined)	3318.387	48	69.133	1.961	<.001
		Linearity	1438.618	1	1438.618	40.817	<.001
		Deviation from Linearity	1879.769	47	39.995	1.135	.262
	Within Groups		11842.589	336	35.246		
	Total		15160.977	384			

2) Uji linearitas variabel promosi (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y)

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KP * PR	Between Groups	(Combined)	1826.476	32	57.077	1.507	.042
		Linearity	742.821	1	742.821	19.609	<.001
		Deviation from Linearity	1083.655	31	34.957	.923	.589
	Within Groups		13334.501	352	37.882		
	Total		15160.977	384			

e. Output Hasil Analisis Korelasi Berganda

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.650 ^a	.422	.419	2.384

a. Predictors: (Constant), Promosi (X2), Kualitas Produk (X1)

f. Output Hasil Analisis Regresi Berganda

Coefficients^a

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.223	.426		26.315	<.001
	Kualitas Produk (X1)	.131	.011	.524	12.184	<.001
	Promosi (X2)	.080	.016	.220	5.105	<.001

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

g. Output Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients^a

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.223	.426		26.315	<.001
	Kualitas Produk (X1)	.131	.011	.524	12.184	<.001
	Promosi (X2)	.080	.016	.220	5.105	<.001

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

h. Output Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1586.780	2	793.390	139.546	<.001 ^b
	Residual	2171.872	382	5.686		
	Total	3758.651	384			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Promosi (X2), Kualitas Produk (X1)

i. Output Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2)**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.650 ^a	.422	.419	2.384

a. Predictors: (Constant), Promosi (X2), Kualitas Produk (X1)