

RESUME SKRIPSI

“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP

KEPUASAN KONSUMEN WAHANA *HOUSE OF TRAP*

MALL KELAPA GADING”

Imry Filanzhizhou Porayouw

Dr. Sylvia Sari Rosalina, S.Sos., M.Si - Kwik Kian Gie School of Business

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



ABSTRAK

Imry Filanzhizhou Porayouw / 20179081 / 2021 / Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Wahana House of Trap Mall Kelapa Gading / Dosen Pembimbing : Dr. Sylvia Sari Rosalina, S.Sos, M.Si.

Penelitian ini dilatar belakangi bahwa semakin banyaknya *Escape Room* membuat persaingan antar *provider* sangat ketat. Banyak cara yang dilakukan perusahaan untuk memberikan rasa puas kepada pelanggan diantaranya dengan meningkatkan beberapa aspek baik seperti Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan dan mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan promosi terhadap kepuasan konsumen wahana House of Trap Mall Kelapa Gading.

Kepuasan Konsumen menurut Kotler and Keller (2012) merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Hipotesis Penelitian ini adalah (1) Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen, (2) Harga berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen, (3) Promosi berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah para pengunjung *House Of Trap Mall Kelapa Gading*. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode purposive sampling, total sampel terdapat sebanyak 100 sampel. Jenis penelitian ini bersifat kuantitatif, data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh dengan menyebarkan kuisioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji F, uji t, dan uji koefisien determinasi. Alat statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah SPSS Versi 25.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa (1) nilai signifikansi uji t variabel Kualitas Pelayanan sebesar $0,0045 < 0,05$ dan nilai B sebesar 0,161 maka dapat dinyatakan bahwa Kualitas Pelayanan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (2) nilai signifikansi uji t variabel Harga sebesar $0,0060 < 0,05$ dan nilai B sebesar 0,295 maka dapat dinyatakan bahwa Harga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (3) nilai signifikansi uji t variabel Promosi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai B sebesar 0,408 maka dapat dinyatakan bahwa Promosi terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Kesimpulan penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, dan Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi, Kepuasan Konsumen





ABSTRACT

Imry Filanzhizhou Porayouw/ 20179081/2021/The Influence of Service Quality, Price, and Promotion To Customer Satisfaction at Wahana House of Trap in Mall Kelapa Gading. Advisors: Sylvia Sari Rosalina, Dr., S.Sos., M.Si.

The background of this research is that the increasing number of Escape Room makes competition between providers very tight. There are many ways that companies do to provide customer satisfaction, including improving several aspects such as Service Quality, Price, and Promotion. This study aims to clarify and determine the influence of service quality, price, promotion on customer satisfaction at wahana House of Trap in Mall Kelapa Gading.

According to Kotler and Keller (2012) Customer Satisfaction is the level of one's feelings after comparing perceived performance compared to expectations. The hypotheses of this study are (1) Service Quality has a positive effect on Customer Satisfaction, (2) Price has a positive effect on Customer Satisfaction, (3) Promotion has a positive effect on Customer Satisfaction.

The population in this research was all customers of House Of Trap in Mall Kelapa Gading. Samples are obtained through purposive sampling method, the samples were 100 customers. The type of this research is quantitative in nature. Data used in this study is primary data obtained using questionnaire. Data were analysis techniques using validity test, reliability test, descriptives statistical analysis, classical assumption test, multiple linear regression, F-test, t-test, and coefficient determination of R square. Statistical tools used in this research SPSS Version 25.

This results showed that (1) The significance level t test of Service Quality is 0,0045 < 0,05 and B value is 0,161 it can be stated that Service Quality are proven to have a positive and significant effect on Customer Satisfaction. (2) The significance level t test of Price is 0,0060 < 0,05 and B value is 0,295 it can be stated that Price are proven to have a positive and significant effect on Customer Satisfaction. (3) The significance level t test of Promotion is 0,000 < 0,05 and B value is 0,408 it can be stated that Promotion are proven to have a positive and significant effect on Customer Satisfaction.

The conclusion of this study is that Service Quality has a positive and significant effect on Customer Satisfaction, Price has a positive and significant effect on Customer Satisfaction, and Promotion has a positive and significant effect on Customer Satisfaction.

Keywords: Service Quality, Price, Promotion, Customer Satisfaction

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Journal of Business and Informatics Kwik Kian Gie



PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sebagai ibu kota negara, Jakarta merupakan pusat ekonomi dan transaksi bisnis di Indonesia. Jakarta seringkali menjadi tujuan bisnis, edukasi, maupun wisata. Dari objek kunjungan, banyak jenis hiburan yang di tawarkan Jakarta dari wisata sejarah, budaya, sampai wahana permainan bagi wisatawan mancanegara.

Escape Room adalah Wahana permainan petualangan fisik berkelompok dimana para pemain dikurung dalam ruangan dan ditantang untuk menyelesaikan serangkaian teka-teki, menyelesaikan misi tertentu dan meloloskan diri dalam waktu 45 menit. Banyaknya konsumen yang bermain *Escape Room* sehingga bisnis *Escape Room* terus berkembang dan bersaing untuk memberikan fasilitas ruangan permainan yang menarik dan jenis permainan yang terbaik. Pada tiap golongan bisnis, para usahawan diupayakan agar memiliki sensitivitas mengenai perubahan-perubahan yang akan terjadi maupun yang telah terjadi, serta diharapkan memiliki tujuan utama yaitu berfokus pada kepuasan konsumen (Kotler, 2012). Sangat penting bagi perusahaan untuk dapat memuaskan harapan konsumen adalah dengan cara mencari tahu terlebih dahulu apa saja yang menjadi keinginan konsumen, baik kebutuhan pada saat sekarang maupun kebutuhan pada saat yang akan datang.

Dari fasilitas dan tema permainan *Escape Room* konsumen dapat memberikan penilaian terhadap kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan yaitu salah satu bentuk penilaian yang diberikan konsumen, seberapa besar tingkat layanan yang terima oleh konsumen dibandingkan besarnya tingkat layanan sesuai ekspektasi konsumen. Kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Cronin dan Taylor, 1992). Menurut Anderson *et al* (1994) apabila suatu pelanggan merasa puas terhadap

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

barang atau jasa yang diberikan, maka hal tersebut akan menimbulkan peningkatan kesetiaan pelanggan.

Salah satu *Escape Room* di Jakarta yaitu *House Of Trap* yang diresmikan pada Oktober tahun 2015 saat ini terletak di Mall Kelapa Gading, Kelapa Gading, Jakarta Utara, tepatnya di dalam Mall Kelapa Gading 1 lantai 1, dengan lokasi yang strategis *House Of Trap* selalu ramai pengunjung. Berikut adalah data pengunjung *House Of Trap* Tahun 2015 – 2019.

Tabel 1.5
Jumlah Pengunjung *House Of Trap* Mall Kelapa Gading

Tahun	Jumlah Pengunjung
2015	10.000
2016	45.000
2017	40.000
2018	50.000
2019	50.000
Total	195.000

Sumber: (Trap, 2019)

Seharusnya sebagai salah satu tempat wahana bermain *Escape Room* di Jakarta yang ramai pengunjung, *House Of Trap* dapat memberikan kualitas jasa atau permainan dan layanan yang baik bagi para konsumen sehingga kepuasan konsumen dapat tercapai.

Berdasarkan fenomena masalah yang ada diatas, penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut tentang faktor faktor yang dirasa dapat mempengaruhi bisnis *Escape Room* di Jakarta. Maka dari itu penulis memilih judul : **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN WAHANA *HOUSE OF TRAP* MALL KELAPA GADING”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka penulis mengidentifikasi masalah-masalah yang ada sebagai berikut :





1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen ?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen ?
3. Apakah promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen ?
4. Apakah nilai pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen ?

C. Batasan Masalah

Berdasarkan Identifikasi masalah diatas, karena keterbatasan waktu maka peneliti hanya membatasi masalah penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen ?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen ?
3. Apakah promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen ?

D. Batasan Penelitian

Agar penelitian ini dapat dilakukan dengan lebih terfokus, maka penulis membuat batasan penelitian sebagai berikut :

1. Objek dalam penelitian ini adalah Wahana *House Of Trap* Mall Kelapa Gading.
2. Subjek penelitian adalah para konsumen yang pernah menyewa atau bermain di Wahana *House Of Trap* Mall Kelapa Gading.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik pengumpulan kuisioner.

Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini hanya kualitas pelayanan, harga dan promosi. Sedangkan variabel dependen yang digunakan yaitu kepuasan konsumen.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

C.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



E. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat dikemukakan bahwa permasalahan yang dihadapi adalah sebagai berikut :

Apakah kualitas pelayanan, harga, dan promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Wahana *House Of Trap* Mall Kelapa Gading ?

F. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen wahana *House Of Trap* Mall Kelapa Gading.

2. Mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen wahana *House Of Trap* Mall Kelapa Gading.

3. Mengetahui apakah promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen wahana *House Of Trap* Mall Kelapa Gading.

G. Manfaat Penelitian

Peneliti berharap agar hasil penelitian ini bisamembagikan beberapa manfaat sebagai berikut :

1. Bagi tempat penelitian atau Perusahaan (*House Of Trap* MKG)

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh *House Of Trap* Mall Kelapa Gading sebagai salah satu bentuk pertimbangan yang digunakan dalam memaksimalkan kualitas jasa dan layanan yang ada menjadi lebih baik lagi.

Diharapkan juga penelitian ini dapat menjadi gambaran dari hasil kerja *House Of Trap* Mall Kelapa Gading terhadap kepuasan konsumen yang tercipta sehingga dapat meningkatkan *customer intimacy* yang dimiliki oleh *House Of Trap* Mall Kelapa Gading.

2. Bagi Kalangan Akademis

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Milik IBI KKI (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan bacaan untuk meningkatkan pengetahuan atau wawasan bagi kalangan akademis mengenai besarnya pengaruh variabel kualitas pelayanan, harga dan sistem pelaksanaan promosi terhadap kepuasan konsumen, khususnya dalam bisnis *escape room*. Serta peneliti berharap penelitian ini dapat menjadi sumber informasi bagi para peneliti lain yang berkeinginan untuk melakukan penelitian lebih lanjut.

METODE PENELITIAN

A. Objek Penelitian

Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah wahana *House Of Trap* Mall Kelapa Gading. Dengan subjek penelitiannya adalah konsumen yang bermain di wahana *House Of Trap* Mall Kelapa Gading. Dengan menggunakan minimal sebanyak 100 data responden.

B. Desain Penelitian

Desain penelitian menurut Rakim (2008) adalah rencana dan struktur penyelidikan yang digunakan untuk memperoleh bukti-bukti empiris dalam menjawab pertanyaan penelitian. Penelitian ini bersifat formal, karena pada penelitian ini memiliki maksud dan tujuan untuk menguji hipotesis dan menjawab pertanyaan yang telah diajukan kepada konsumen.

Pengumpulan data untuk penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuisioner yang berisi daftar pernyataan kepada responden dengan mengajukan pernyataan kepada subjek dan mengumpulkan jawaban-jawabannya dari pernyataan dalam kuisioner tersebut. Data yang dihasilkan dapat berasal dari daftar isian yang harus diisi dan diberikan kepada subjek penelitian. Kuisioner yang dipakai adalah kuisioner tertutup berupa *numeric*/angka dan menggunakan skala likert.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan asosiatif. Penelitian deskriptif menurut Siregar (2014) adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan atau penghubungan dengan variabel yang lain. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan, harga dan promosi terhadap kepuasan pelanggan wahana *House Of Trap* Mall Kelapa Gading.

Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012).

Pada penelitian ini, variabel yang digunakan adalah variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen).

1. Variabel Independen (Variabel Bebas)

Menurut Sugiyono (2012) variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (dependen).

Dalam penelitian ini, terdapat 3 variabel independen yang diduga dapat mempengaruhi variabel dependen, yaitu sebagai berikut :

a. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan upaya yang dilakukan oleh pasar dengan tujuan agar harapan konsumen dapat terpenuhi. Menurut Tjiptono (2007) kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan atau ekspektasi



konsumen. Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Sedangkan, pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau *service* yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramah tamahan yang ditunjukkan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen. Definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen mengenai ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2015).

Kualitas pelayanan dalam penelitian ini adalah layanan yang diberikan oleh *House Of Trap* Mall Kelapa Gading sesuai dengan harapan konsumen, Wahana dan fasilitas yang ditawarkan *House Of Trap* Mall Kelapa Gading sangat menarik, berkualitas, dan layak digunakan.

b. Harga

Harga menurut Kotler dan Amstrong (2001) adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa. Lebih jauh lagi harga adalah jumlah dari seluruh nilai yang konsumen tukarkan untuk jumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu barang dan jasa.

Harga dalam penelitian ini adalah sejumlah uang yang dibebankan kepada konsumen untuk mendapatkan tiket permainan *House Of Trap* Mall Kelapa Gading. Wahana yang diberikan berkualitas sesuai dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen dan sangat terjangkau, serta harga tiket *House Of Trap* Mall Kelapa Gading dapat bersaing dengan permainan *Escape Room* lain.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



c. Promosi

Promosi adalah salah satu unsur bauran pemasaran yang mempunyai andil penting dalam mengkomunikasikan nilai suatu produk atau jasa kepada calon konsumen. Dalam penelitian ini, Indikator promosi yang digunakan adalah sebagai berikut Kotler dan Keller (2012) : periklanan (*advertising*) dan penjualan perseorangan (*personal selling*).

Menurut Tjiptono (2015) promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan/atau meningkatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

Promosi dalam penelitian ini adalah suatu cara untuk menarik konsumen agar menggunakan jasa yang dijual dengan cara memberikan diskon, potongan harga dan pemberitahuan langsung maupun secara tidak langsung melalui media *online* dan *offline* dengan baik dan dapat diterima oleh konsumen. Promosi yang diberikan oleh *House Of Trap Mall Kelapa Gading* memberikan keuntungan bagi konsumen seperti pemberian diskon atau potongan harga tiket. Pemilihan media promosi yang dilakukan oleh *House Of Trap Mall Kelapa Gading* seperti promosi melalui iklan, website, media sosial dan promosi lainnya.

Variabel Dependen (Variabel Terikat)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel lain dan sering juga disebut variabel respons, atau endogen (Siregar dan Syofian, 2015). Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen dalam penelitian ini adalah suatu hal yang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



harus diterapkan oleh *House Of Trap* Mall Kelapa Gading untuk memberikan kepuasan terhadap konsumen agar konsumen merasa senang dengan jasa yang digunakan dan tertarik untuk kembali menggunakan jasa yang dijual. Sesuai dengan judul penelitian ini penulis melakukan penelitian terhadap kepuasan pelayanan yang diberikan oleh petugas dan jenis permainan *House Of Trap* Mall Kelapa Gading berkualitas dan sesuai dengan harapan konsumen.

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan sebuah teknik atau cara yang dilakukan oleh peneliti buat bisa mengumpulkan data - data yang terkait dengan permasalahan dari penelitian tersebut. Syarat data yang baik adalah harus akurat, relevan, dan *up to date*. Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah data primer yaitu berupa kuisisioner yang diperoleh langsung dilapangan dengan menyebarkan kuisisioner pada *House Of Trap* Mall Kelapa Gading dan minimal data 100 responden. Kuisisioner dalam penelitian ini berisi pernyataan berdasarkan dimensi dari masing-masing variabel. Pengukuran kuisisioner menggunakan skala likert (*likert scale*). Menurut Cooper dan Schindler (2017:278) skala likert adalah variasi yang paling sering digunakan untuk mengukur sikap dan pendapat dari pernyataan yang ada. Skala likert dalam penelitian ini dimana peneliti menggunakan skor angka 1-5 yang menunjukkan seberapa kuat subjek, dengan penilaian sebagai berikut :

E. Teknik Pengambilan Sampel

Menurut Sugiyono (2012) sampel adalah bagian atau jumlah dari karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apabila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misal karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti akan mengambil sampel dari populasi

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

tersebut. Populasi menurut Sugiyono (2012) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penulis untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah para pengunjung *House Of Trap* Mall Kelapa Gading yang bermain wahana *Escape Room*, penelitian ini dilaksanakan pada tanggal 07 November 2020 sampai dengan 05 Desember 2020. Jumlah kuisisioner diberikan kepada sebanyak 150 responden, kuisisioner yang dikembalikan sebanyak 141 kuisisioner, sebanyak 9 kuisisioner tidak dikembalikan, dan terdapat sebanyak 41 responden yang tidak sesuai karakteristik dalam penelitian. Sehingga, jumlah sampel yang peneliti gunakan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 100 responden. Teknik sampling menurut Sugiyono dan Susanto (2015) adalah teknik pengambilan sampel yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel yang digunakan dalam suatu penelitian. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini, pertama menggunakan *accidental sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sampel jika dipandang cocok. Kedua, teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* yaitu penentuan sampel berdasarkan karakteristik tertentu.

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini ialah dimulai dari penyebaran kuisisioner, selanjutnya hasil jawaban kuisisioner yang telah diisi responden diolah serta dianalisis untuk menjawab identifikasi masalah pertama, kedua, ketiga dan keempat tentang bagaimana kualitas pelayanan, promosi, harga, serta kepuasan konsumen *House Of Trap* Mall Kelapa Gading. Data tersebut ditabulasi menggunakan program komputerisasi *Microsoft Office* berupa *Microsoft Excel* 2013



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

dan data diolah menggunakan memakai bantuan program IBM SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 25.0.

Pada penelitian ini, penulis memakai analisis statistik deskriptif untuk mengetahui gambaran umum dari semua variabel yang diuji dalam penelitian. Kemudian melakukan uji validitas dan reliabilitas, selain itu penulis juga memakai uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolonieritas, uji heteroskedastisitas, uji regresi linear berganda serta dilakukan uji F, uji t, dan uji koefisien determinasi untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

1. Analisis Statistik Deskriptif

Ghozali (2018) menyatakan bahwa statistik merupakan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai minimum (*min*), nilai maksimum (*max*), nilai rata-rata (*mean*), dan standar deviasi mengenai variabel independen dan dependen yang dijabarkan dalam bentuk statistik. Peneliti memakai alat bantu SPSS versi 25.0 untuk melakukan analisis deskriptif.

2. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Ghozali (2018) menyatakan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuisioner. Suatu kuisioner dinyatakan valid apabila pertanyaan pada kuisioner tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisioner tersebut. Valid tidaknya suatu item instrumen penelitian dapat dilihat dengan membandingkan indeks korelasi *product moment Pearson* dengan nilai signifikansi 5% dengan nilai kritis. Atau dengan kata lain dapat dibandingkan antara *r* hitung dengan *r* tabel untuk derajat kebebasan (*degrees of freedom / df*) = $n - 2$, dengan n = jumlah sampel. Hasil uji validitas data





menunjukkan valid jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Pada penelitian ini jumlah sampel $n = 100$ dan besar df adalah $100 - 2 = 98$ dengan taraf signifikansi 5%, maka diperoleh r tabel sebesar 0,165.

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

b. Uji Reliabilitas

Ghozali (2018) menyatakan bahwa uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur tingkat kehandalan suatu kuisisioner yang menggambarkan indikator dari variabel. Suatu kuisisioner dikatakan reliabel apabila jawaban terhadap pertanyaan kuisisioner adalah konsisten dan stabil dari waktu ke waktu. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan batasan tertentu yaitu 0,6. Reliabilitas $< 0,6$ kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima, dan 0,8 adalah baik. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan batasan 0,6. Reliabilitas $< 0,6$.

3 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018:161), uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel dependen, dan variabel independen memiliki distribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan melalui uji parametrik *one-sample kolmogrov-smirnov* untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas yg digunakan pada penelitian ini artinya analisis grafik dan analisis data statistik dengan menggunakan *One Kolmogorov-Smirnov Z (1-Sample K-S)*. Dasar pengambilan keputusan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*.

Kriteria pengambilan keputusan yaitu:

- 1) Jika *Asymp. Sig. (two-tailed)* $> 0,05$ maka data berdistribusi normal.
- 2) Bila *Asymp. Sig. (two-tailed)* $< 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



b. Uji Multikolonieritas

Ghozali (2018:107) menyatakan bahwa uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi hubungan di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal merupakan variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Salah satu untuk mengetahui terdapat/tidaknya multikolonieritas ini ialah menggunakan memakai *Variance Inflation Factor* (VIF) serta *Tolerance*. Nilai tolerance yg rendah sama menggunakan nilai VIF tinggi (sebab $VIF=1/Tolerance$). Nilai *cutoff* yang umum digunakan untuk memberikan adanya multikolonieritas ialah nilai tolerance $\leq 0,10$ atau sama menggunakan nilai $VIF \geq 10$.

Kriteria pengambilan keputusan merupakan menjadi sebagai berikut:

- 1) Jika nilai tolerance $\leq 0,10$ atau nilai $VIF \geq 10$, berarti terjadi multikolonieritas.
- 2) Jika nilai tolerance $\geq 0,10$ atau nilai $VIF \leq 10$, berarti tidak terjadi multikolonieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Ghozali (2018:137) menyatakan bahwa uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Bila varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas serta bila tidak sama disebut heteroskedastisitas. model regresi yang baik adalah yg homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



heteroskedastisitas pada penelitian ini menggunakan grafik *scatterplot* serta uji *Glejser*.

Kriteria pengambilan keputusan dalam uji heroskedastisitas menggunakan grafik *scatterplot* artinya menjadi berikut:

- 1) Jika ada pola tertentu pada grafik scatterplot SPSS, mirip titik-titik yang membuat pola tertentu (bergelombang, menyebar lalu menyempit), maka dapat disimpulkan bahwa sudah terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Bila nilai residual membentuk pola yang acak disekitar titik 0 atau titik-titik tersebut menyebar, maka bisa disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

Selain itu buat lebih mempertegas penelitian ini, maka peneliti melakukan uji secara statistik menggunakan uji *Glejser* yg dimana Jika hasil signifikan buat seluruh variabel dengan nilai absolut residual > 0.05 maka artinya adalah tidak terjadi heterokedastisitas.

Uji Regresi Linear Berganda

Ghozali (2018) menyatakan bahwa metode regresi linear berganda yaitu metode statistik untuk menguji pengaruh antara beberapa variabel bebas terhadap satu variabel terikat bertujuan untuk menghubungkan satu variabel terikat (dependen) dan beberapa variabel bebas (independen). Dalam penelitian ini, metode analisis yang digunakan oleh penulis untuk menguji hipotesis adalah metode regresi linear berganda. Analisis regresi digunakan untuk mengetahui apakah pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen. Regresi Linear Berganda menurut Siregar dan Syofian (2015) digunakan ketika satu variabel tak



bebas (*dependent*) dan dua atau lebih variabel bebas (*independent*). Pada

penelitian ini, digunakan model

Model persamaan regresi berganda ialah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \varepsilon$$

Di mana a, b_1, b_2, b_3 adalah koefisien regresi atau parameter model.

Keterangan:

Y	= Kepuasan Konsumen
a	= Konstanta
b_1	= Koefisien regresi X_1
b_2	= Koefisien regresi X_2
b_3	= Koefisien regresi X_3
X_1	= Kualitas Layanan
X_2	= Harga
X_3	= Promosi
ε	= Error

Uji Hipotesis

a. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Menurut Ghozali (2018:98) Uji F merupakan metode untuk mengetahui apakah ada pengaruh secara bersama-sama antara variabel-variabel independen terhadap variabel dependen.

Kriteria pengambilan keputusan menggunakan mengambil nilai Sig F dengan $\alpha = 0.05$. Hasilnya dianalisis dengan cara:

- 1) Bila nilai Sig F $\geq \alpha$ (0.05), H_0 diterima maka model regresi tidak signifikan yang menunjukkan arti bahwa secara bersama-sama seluruh variabel

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



independen (variabel bebas) tidak berpengaruh terhadap variabel dependen (variabel terikat).

- 2) Bila nilai $\text{Sig } F \leq \alpha (0.05)$, H_0 ditolak maka model regresi signifikan adalah secara bersama-sama seluruh variabel independen (variabel bebas) berpengaruh terhadap variabel dependen (variabel terikat).

b. Uji Koefisiensi Regresi Secara Parsial (Uji t)

Menurut Ghozali (2018:98) uji regresi secara parsial atau uji t ini digunakan untuk mengetahui bagaimana dampak masing-masing variabel independen (variabel bebas) terhadap variabel dependen (variabel terikat).

Kriteria pengambilan keputusan pada uji autokorelasi adalah menjadi sebagai berikut:

- 1) Bila nilai $\text{Sig} > 0,05$ maka tidak ada pengaruh signifikan secara parsial variabel independen terhadap variabel dependen, serta kebalikannya
- 2) Jika nilai $\text{Sig} < 0,05$ maka ada pengaruh signifikan secara parsial variabel independen terhadap variabel dependen.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2018:97) koefisien determinasi (*Adjusted R2*) pada dasarnya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menandakan variasi variabel independen.

Dalam penelitian ini menggunakan nilai *Adjusted R2* untuk mengukur besarnya koefisien determinasi. Nilai R^2 yg kecil menggambarkan kemampuan variabel-variabel independen dalam mengungkapkan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai koefisien determinasi ialah $0 \leq R^2 \leq 1$, dimana:



- 1) Jika $R^2 = 0$, mengindikasikan bahwa contoh regresi yang terbentuk tidak sempurna, dimana variabel-variabel independen tidak dapat mengungkapkan variasi pada variabel dependen.
- 2) Bila $R^2 = 1$, mengindikasikan bahwa regresi yang terbentuk tepat, dimana variabel-variabel independen dapat mengungkapkan variasi dalam variabel dependen menggunakan sempurna.
- 3) Bila R^2 mendekati 1, semakin sempurna model regresi yang terbentuk untuk memberikan hampir seluruh informasi yang dibutuhkan buat memprediksi variabel dependen.

HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.19 diatas, dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan terbukti memiliki tingkat signifikansi sebesar $0,0021 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Nilai B pada kualitas pelayanan sebesar 0,136 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Hal ini memiliki arti bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan maka tingkat kepuasan konsumen juga akan semakin tinggi. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa H_{a1} yang menyatakan “kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen” **diterima**.

Kualitas pelayanan yang baik dapat menjadi keunggulan bersaing, terutama bagi perusahaan jasa. Baik tidaknya kualitas pelayanan barang atau jasa tergantung pada kemampuan produsen dalam memenuhi harapan konsumen



secara konsisten. Kualitas pelayanan dikatakan memuaskan konsumen apabila sesuai atau melebihi ekspektasi konsumen.

Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ngatmo dan Bodroastuti (2012) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Kemudian diperkuat oleh penelitian Gulla *et al* (2015) menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Diperkuat oleh penelitian Putri dan Astuti (2017) yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

2. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.19 diatas, dapat diketahui bahwa harga terbukti memiliki tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0.05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Nilai B pada harga sebesar 0,441 menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Hal ini memiliki arti bahwa semakin tinggi harga maka tingkat kepuasan konsumen juga akan semakin tinggi. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa H_{a2} yang menyatakan “harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen” **diterima**.

Pada tingkat harga tertentu, jika manfaat yang dirasakan meningkat, maka nilainya akan meningkat pula. Apabila nilai yang dirasakan pelanggan semakin tinggi, maka akan menciptakan kepuasan konsumen yang maksimal. Semakin baik harga yang ditawarkan dan disesuaikan dengan kualitas yang ada maka akan berpengaruh positif terhadap perusahaan dan meningkatkan kepuasan serta minat pembelian ulang di masa depan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ngatmo dan Bodroastuti (2012) menyatakan bahwa harga memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen. Kemudian diperkuat oleh penelitian Gulla *et al* (2015) yang menyatakan bahwa harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

3.3 Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.19 diatas, dapat diketahui bahwa promosi terbukti memiliki tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Nilai B pada harga sebesar 0,564 menunjukkan bahwa promosi memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Hal ini memiliki arti bahwa semakin tinggi promosi maka tingkat kepuasan konsumen juga akan semakin tinggi. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa H_{a3} yang menyatakan “promosi berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen” **diterima**.

Promosi didefinisikan sebagai arus informasi atau persuasi satu-arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran. Menurut Kotler dan Amstrong (2001) promosi adalah aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan sasaran untuk membelinya. Promosi sendiri memiliki tujuan agar dapat menaikkan penjualan dan keuntungan perusahaan. Perusahaan yang dapat melakukan promosi dengan baik akan lebih dikenal konsumen dan meningkatkan kepuasan konsumen.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

© Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

A. Kesimpulan

Sesuai hasil analisis yang sudah dilakukan oleh penulis pada penelitian ini, maka kesimpulan yg bisa diambil merupakan sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.
2. Harga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.
3. Promosi terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

B. Saran

Penelitian ini hanya menggunakan 3 variabel yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu kualitas pelayanan, harga, dan promosi. Masih terdapat beberapa variabel independen lainnya yang kemungkinan lebih besar dapat mempengaruhi kepuasan konsumen yang tidak dilakukan pengujian dalam penelitian ini.

Berdasarkan pada penelitian ini serta kesimpulan yang telah dijelaskan sebelumnya serta menggunakan memperhatikan beberapa keterbatasan yg terdapat dari penulis, maka adapun beberapa saran yg ingin disampaikan oleh penulis adalah menjadi sebagai berikut:

1. Bagi peneliti yang lain/selanjutnya :
 - a. Dapat menambahkan lebih banyak referensi-referensi dan review penelitian yang relevan serta sejenis agar hasil penelitian akurat dan mampu dipertanggungjawabkan.
 - b. Menggunakan objek penelitian yang berbeda dengan wahana *House of Trap* atau pada industri yang sama maupun industri yang berbeda.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



- c. Menambah variabel independen lainnya maupun dengan menambahkan variabel moderasi yang dapat berpengaruh yang lebih besar terhadap kepuasan konsumen misalnya strategi pemasaran, pengalaman yang menyenangkan, dan sebagainya.
- d. Menambah jumlah sampel yang lebih banyak dan lebih luas.

2. Bagi wahana *House of Trap* :

- a. Diharapkan pihak perusahaan wahana *House of Trap* dapat menambah jenis permainan yang baru.
- b. Diharapkan pihak perusahaan wahana *House of Trap* dapat meningkatkan kualitas pelayanan dan memberikan *training* kepada karyawan/*staff* agar bisa menguasai *product knowledge* jenis-jenis permainan yang ada di *House of Trap*.
- c. Diharapkan pihak perusahaan wahana *House of Trap* lebih sering melakukan program promosi berbentuk diskon atau undian berhadiah untuk lebih menarik perhatian konsumen.
- d. Diharapkan pihak perusahaan wahana *House of Trap* dapat menambah kerjasama dengan pihak lain melalui *E-commerce* dan pembayaran digital seperti *shopee pay*, ovo, dan Gopay.

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Ucapan Terima Kasih

Peneliti mengucapkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena telah diberikan kesehatan, hikmat, kemampuan serta berkatNya kepada peneliti sebagaimana hingga saat ini penulis sanggup menyelesaikan skripsi/penelitian ini dengan baik dan tepat waktu.

Adapun penelitian ini yang diberi judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Wahana *House of Trap* Mall Kelapa Gading”.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memenuhi syarat kelulusan dan guna untuk meraih gelar Sarjana Manajemen di Kwik Kian Gie School Of Business. Peneliti sangat menyadari betul bahwa penulisan skripsi ini terselesaikan bukan karna kehebatan peneliti, melainkan berkat dukungan, bimbingan, arahan maupun nasihat yang telah diberikan kepada peneliti oleh beberapa pihak, oleh karena itu peneliti ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Ibu Dr. Sylvia Sari Rosalina, S.Sos., M.Si sebagai dosen pembimbing yang telah memberikan waktu, pikiran serta tenaga untuk membimbing dan juga memberikan arahan kepada peneliti selama proses penyusunan skripsi ini berlangsung.
2. Bapak dan Ibu Dosen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah mengajar dan memberikan ilmu baik secara teori maupun secara praktik.
3. Kedua orang tua yang telah memberikan dukungan, motivasi, perhatian serta doa bagi peneliti sehingga penelitian ini bisa berjalan dengan lancar.
4. Sahabat penulis - Diana Yanti yang telah memberikan dukungan, motivasi serta semangat kepada penulis dalam proses pengerjaan skripsi ini.
5. Pihak-pihak lainnya yang tidak dapat disebutkan satu per satu namun secara tidak langsung sudah membantu dan memberikan dukungan kepada penulis.



Dalam penelitian ini, penulis sangat menyadari betul bahwa penelitian/skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Namun peneliti berharap bahwa skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada para pihak yang membacanya.

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2011). *Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. In Pemasaran dan Pemasaran Jasa.
- Amir, M. T. (2005). *Dinamika Pemasaran: Jelajahi & Rasakan* (Raja Grafi).
- Anderson, E. W., Fornell, C., & Lehmann, D. R. (1994). *Customer Satisfaction, Market Share, and Profitability: Findings from Sweden*. *Journal of Marketing*. <https://doi.org/10.2307/1252310>
- Anggraini, A. R., & Oliver, J. (2019). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Ardhianingga, I. M. (2016). *Escape Room, Wahana Permainan Otak yang Bikin Anda Ketagihan Artikel ini telah tayang di Tribunnews.com dengan judul Escape Room*, <https://www.tribunnews.com/regional/2016/11/05/escape-room-wahana-pe>. Diakses tanggal 25 September 2020 pukul 18.50 WIB.
- Basri, M. I. (2017). *Top 10 Favorit Jakarta Room Escape Games*. Diakses tanggal 25 September 2020 pukul 19.24 WIB.
- Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (1992). *Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension*. *Journal of Marketing*. <https://doi.org/10.2307/1252296>
- Donald R.Cooper & Pamela S.Schindler. (2006). *Bussines Research Methods* (“Bussines, Vol. 9; McGraw-Hill International Edition., Ed.).
- Escape totem room. (2018). *totem room escape jakarta price*. Diakses tanggal 25 September 2020 pukul 19.37 WIB.
- Faradina, Anissa dan Satrio, Budhi. 2016. “*Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Rumah Cantik Alamanda*”. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* : Volume 5, Nomor 7, Juli 2016. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
- Fardani, A. N. (2013). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Dyriana Bakery & Café Pandanaran Semarang*. Skripsi, 1–75.
- Fave. (2020). *Tiket Masuk untuk 1 Orang Freeing Indonesia Escape Room*. Diakses tanggal 25 September 2020 pukul 20.22 WIB.
- Gading, summarecon mall kelapa. (2019). *things to do house of trap*. Diakses tanggal 25 September 2020 pukul 20.25 WIB.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 25*. (Edisi 9 ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gulla, Rendy dkk. 2015. “*Analisis Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Manado Grace Inn*”. *Jurnal EMBA* Vol. 3 No. 1 Maret 2015, Hal. 1313-1322. Universitas Sam Ratulangi Manado.

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Hanyauntukiseng. (2015). *Escape Game Chronosphere*. Diakses tanggal 25 September 2020 pukul 20.45 WIB.

Hartono, I. (2009). *Prinsip Kepuasan Pelanggan, Paradigma Baru Merebut Hati Pelanggan Untuk Memenangkan Persaingan*. PT. Elex Media Komputindo. <https://doi.org/10.1080/00074918.2013.809844>

Hasan A. (2013). *Marketing Edisi ke 1*. Media Pressindo: Yogyakarta.

Id, E. R. (2015). *Real Room Escape Game Indonesia Community - EscapeRoomID*. Diakses tanggal 25 September 2020 pukul 20.50 WIB.

Kotler dan Armstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid I*. In Erlangga.

Kotler, P. (2012). *Kotler P. Marketing management/Philip Kotler, Kevin Lane Keller. Pearson Educ Int. 2012*. Pearson Education International.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1 Edisi ke-8. In Erlangga. Jakarta.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Principles in Marketing Chapter 1*. In Principles of Marketing.

Liu, Vivian. (2016). "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Suasana Café Terhadap Kepuasan Konsumen Studi Kasus Pada Konsumen di Goeboex Caffee Yogyakarta". *Jurnal The American Customer Satisfaction Index: Nature, Purpose, and Findings*.

Lupiyoadi dan Hamdani. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi kedua*. In Salemba Empat. <https://doi.org/10.1002/cb.84>

Mister aladin. (2018). *Escape Hunt Jakarta*. Diakses tanggal 25 September 2020 pukul 21.15 WIB.

Ngatmo, & Bodroastuti, T. (2012). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Pada PT . Sido Muncul Semarang The Factors Influence Customer Satisfaction at Sido Muncul Semarang*. *Kajian Akuntansi Dan Bisnis, 1*(1), 1–25.

Rakim. (2008). *Metode Penelitian*.

Reddoorz. (2018). *Escape Room di Jakarta yang Sajikan Pengalaman Penuh Teka-Teki*. Diakses tanggal 25 September 2020 pukul 21.30 WIB.

Rizaldi, N. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk, Kepuasan pelanggan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan, Handphone Samsung (Studi Kasus di Fakultas Ekonomi UMS)*. Manajemen.

Rossiter, John R, Larry Percy. (1998). *Advertising Communication and Promotion Management*, Singapura ; McGraw-Hill.

Siregar & Syofian. (2015). *Statistika Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. In Statistika Parametrik



untuk Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17.

Siregar, S. (2014). *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*. In Bumi Aksara.

Statistik, U. P., & Dinas Komunikasi, I. dan S. (2018).

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D. Bandung: Alfabeta. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

Sugiyono, & Susanto, A. (2015). *Cara Mudah Belajar SPSS dan LISREL: Teori dan Aplikasi untuk Analisis Data Penelitian*. In Cara Mudah Belajar SPSS dan LISREL: Teori dan Aplikasi untuk Analisis Data Penelitian.

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2004). Tjiptono, Fandi. & Chandra, Gregory. (2004). *Service, Quality dan Satisfaction*. Yogyakarta; Andi. *Jurnal of Business and Management Sciences*. <https://doi.org/10.12691/jbms-4-4-1>

Tjiptono, Fandy. (2015). *Strategi Pemasaran*, edisi keempat. Edisi I. Yogyakarta: Andi.

Trap, M. H. O. *Data Pengunjung House Of Trap*. , (2017). Diakses tanggal 25 September 2020 pukul 21.40 WIB.

Trap, M. H. O. *Data Pengunjung House Of Trap*. , (2019). Diakses tanggal 25 September 2020 pukul 21.47 WIB.

Urucky. (2016). *Escape Hunt Jakarta*. Diakses tanggal 25 September 2020 pukul 21.50 WIB.

Vagansza. (2016). *Kini "Escape Room" Bisa Dimainkan Di Atas Meja*. Diakses tanggal 25 September 2020 pukul 21.55 WIB.

Xperience, P. (2019). *pandora experience*. Diakses tanggal 25 September 2020 pukul 22.14 WIB.

Yuniar, N. (2019). *Mencoba sensasi Escape Room di Jakarta*. Diakses tanggal 25 September 2020 pukul 22.27 WIB.

Zeithaml & Bitner, 2004 dalam, & 2009., R. (2013). *Manajemen Pemasaran Internasional Jilid II Salemba Empat. PhD Proposal*. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>



LAMPIRAN 2

DATA KUISIONER KUALITAS PELAYANAN (X1)

Hasil responden telah dikonversi menjadi numerik untuk memudahkan pengujian data kuisiонер yaitu “STS” = 1, “TS” = 2, “N” = 3, “S” = 4, “SS” = 5

No	Kualitas Pelayanan (X1)												Total KP
	KP 1	KP 2	KP 3	KP 4	KP 5	KP 6	KP 7	KP 8	KP 9	KP 10	KP 11	KP 12	
1	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	45
2	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	45
3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	44
4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	37
5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47
6	4	5	5	3	4	4	3	4	3	4	4	3	46
7	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47
8	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	45
9	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	46
10	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	43
11	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	45
12	3	3	3	5	5	5	5	5	4	4	3	4	49
13	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	44
14	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	43
15	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	52
16	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	45
17	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	44
18	4	4	3	5	5	2	2	3	5	4	4	4	45
19	4	4	4	4	3	2	3	3	5	3	2	3	40
20	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	43
21	4	4	4	4	3	2	2	3	4	4	2	4	40
22	3	3	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5	49
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
24	4	4	4	4	4	3	2	2	4	4	4	4	43
25	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	2	3	43
26	4	4	2	5	5	2	2	5	4	4	3	4	44
27	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	4	5	53
28	4	5	4	3	3	3	3	3	5	5	5	5	48
29	4	5	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	43
30	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	39
31	4	4	4	5	4	4	2	5	3	3	3	3	44
32	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	39
33	5	4	4	3	3	3	3	3	5	4	4	4	45
34	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	39
35	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	43
36	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	44
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	46
38	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	3	4	49
39	4	4	2	5	4	5	5	4	4	4	4	4	49
40	4	3	3	3	2	2	2	5	4	5	4	4	41

1. Ditaring mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



41	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	5	4	4	43
42	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	5	39
43	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	41
44	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
45	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	40
46	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	42
47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	47
48	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	44
49	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	46
50	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	44
51	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	41
52	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
53	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	46
54	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	47
55	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	50
56	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	48
57	5	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	50
58	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	44
59	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	56
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
61	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	46
62	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	3	2	2	51
63	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	38
64	4	4	4	4	3	4	4	3	4	5	4	4	4	47
65	5	5	5	5	5	2	2	3	4	5	4	3	3	48
66	5	5	5	4	3	2	3	3	4	4	4	4	4	46
67	5	5	5	3	3	4	3	4	4	4	4	4	5	49
68	5	5	5	4	3	2	2	3	3	4	3	5	5	44
69	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	57
70	5	5	5	4	4	4	4	4	3	3	3	5	5	49
71	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	50
72	4	4	4	4	4	3	2	2	4	4	3	3	3	41
73	5	5	5	4	4	3	3	4	4	4	3	2	2	46
74	4	5	4	5	5	2	2	5	5	3	4	5	5	49
75	4	4	4	5	5	5	5	5	4	3	4	5	5	53
76	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	51
77	5	5	5	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	46
78	5	5	5	3	3	3	3	3	4	4	4	4	5	47
79	5	3	5	3	3	3	3	3	4	3	4	5	5	44
80	5	5	4	5	4	4	2	5	5	4	4	3	3	50
81	5	5	5	3	3	3	3	3	4	3	4	5	5	46
82	4	4	5	3	3	3	3	3	3	4	3	5	5	43
83	5	5	5	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	45
84	5	5	5	4	4	3	4	3	4	3	4	5	5	49
85	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	51
86	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	52
87	5	4	3	4	5	4	5	4	4	3	3	5	5	49
88	4	4	4	5	4	5	5	4	5	3	4	5	5	52
89	4	4	3	3	2	2	2	5	5	3	4	4	4	41
90	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	40
91	3	5	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	42
92	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	4	4	4	36
93	4	4	4	3	3	3	3	3	5	2	5	3	3	42
94	5	5	5	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	48
95	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	5	5	47
96	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	4	4	45
97	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	44
98	4	4	4	3	3	5	4	3	4	4	4	3	3	45
99	3	3	3	4	3	3	4	3	4	1	4	5	5	40
100	4	4	4	4	3	5	4	3	4	3	4	3	3	45

Hak Cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



LAMPIRAN 3

DATA KUISIONER HARGA (X2)

Hasil responden telah dikonversi menjadi numerik untuk memudahkan pengujian data kuisisioner yaitu “STS” = 1, “TS” = 2, “N” = 3, “S” = 4, “SS” = 5

No	Harga (X2)					Total_H
	H1	H2	H3	H4	H5	
1	4	4	4	4	4	20
2	3	4	4	3	4	18
3	4	4	4	4	4	20
4	3	4	4	4	4	19
5	4	4	3	4	4	19
6	4	4	3	4	4	19
7	4	4	4	4	4	20
8	5	5	5	5	5	25
9	4	4	4	4	4	20
10	4	4	4	3	3	18
11	4	5	5	4	5	23
12	4	4	3	3	3	17
13	4	3	4	4	3	18
14	5	5	2	2	3	17
15	4	3	2	3	3	15
16	4	4	4	4	4	20
17	4	4	4	4	4	20
18	4	4	4	4	3	19
19	4	4	4	4	4	20
20	4	4	4	4	4	20
21	4	4	4	4	4	20
22	3	3	3	3	3	15
23	3	3	3	3	3	15
24	4	4	4	4	4	20
25	3	3	4	4	4	18
26	4	4	3	3	2	16
27	3	3	3	3	3	15
28	4	5	4	4	4	21
29	4	4	4	4	3	19
30	4	4	4	4	4	20
31	4	4	3	4	4	19
32	4	4	4	4	4	20
33	5	4	3	3	4	19
34	4	4	4	3	4	19

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
- a. Pengujiannya hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
- b. Pengujiannya tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



35	4	4	3	3	4	18
36	4	4	3	3	4	18
37	4	4	3	4	4	19
38	4	4	4	4	4	20
39	3	3	3	3	3	15
40	4	4	3	4	3	18
41	4	4	3	3	3	17
42	3	3	3	3	3	15
43	4	4	4	4	4	20
44	4	4	2	1	3	14
45	4	4	2	2	3	15
46	4	4	3	3	3	17
47	4	4	4	4	4	20
48	4	4	2	3	4	17
49	4	4	3	3	3	17
50	3	3	3	3	3	15
51	3	3	2	2	3	13
52	4	4	4	3	4	19
53	4	4	4	4	4	20
54	4	4	4	4	4	20
55	5	5	5	5	5	25
56	4	4	4	4	4	20
57	5	5	5	5	5	25
58	4	4	4	2	4	18
59	5	5	5	5	5	25
60	4	4	4	4	4	20
61	5	5	3	3	4	20
62	5	5	5	5	5	25
63	4	4	3	3	4	18
64	4	4	4	4	4	20
65	5	5	5	5	5	25
66	5	5	5	5	5	25
67	5	5	5	5	5	25
68	5	5	5	5	5	25
69	5	5	5	5	5	25
70	5	5	5	5	5	25
71	5	5	5	5	5	25
72	4	4	3	3	4	18
73	5	5	5	5	5	25
74	4	5	4	5	4	22
75	4	4	4	4	4	20
76	5	5	5	5	5	25
77	5	5	5	5	5	25

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

78	5	5	5	5	5	25
79	5	3	3	3	5	19
80	4	5	4	4	4	21
81	5	5	5	5	5	25
82	5	5	5	5	5	25
83	5	4	5	4	5	23
84	5	5	5	5	5	25
85	5	5	2	1	5	18
86	5	5	5	5	5	25
87	5	4	4	3	3	19
88	4	4	4	4	4	20
89	4	4	4	4	4	20
90	4	4	4	4	4	20
91	5	5	2	3	4	19
92	4	3	4	4	4	19
93	4	4	4	4	4	20
94	5	5	5	5	5	25
95	4	4	4	4	4	20
96	4	3	3	4	4	18
97	4	4	4	4	4	20
98	4	4	3	3	4	18
99	4	4	4	4	4	20
100	3	3	4	3	4	17

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



LAMPIRAN 4

DATA KUISIONER PROMOSI (X3)

Hasil responden telah dikonversi menjadi numerik untuk memudahkan pengujian data kuisioner yaitu “STS” = 1, “TS” = 2, “N” = 3, “S” = 4, “SS” = 5

No	Promosi (X3)				Total_P
	P1	P2	P3	P4	
1	3	3	3	3	12
2	4	4	4	4	16
3	3	3	3	3	12
4	3	3	3	3	12
5	3	3	3	3	12
6	5	4	2	5	16
7	3	3	3	3	12
8	3	3	3	3	12
9	3	3	3	3	12
10	4	4	4	3	15
11	4	4	4	4	16
12	4	4	4	4	16
13	4	5	5	4	18
14	5	4	5	4	18
15	3	3	3	3	12
16	3	3	3	3	12
17	4	4	4	4	16
18	3	3	3	3	12
19	4	4	4	4	16
20	4	4	4	4	16
21	3	3	3	3	12
22	3	3	3	3	12
23	4	4	4	4	16
24	4	4	4	4	16
25	3	4	3	4	14
26	3	3	3	3	12
27	3	3	3	3	12
28	3	4	4	3	14
29	3	3	3	3	12
30	4	4	4	4	16
31	4	4	4	4	16
32	4	4	4	4	16
33	4	4	2	3	13
34	4	4	4	4	16

© Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



35	4	3	3	3	13
36	4	3	3	3	13
37	4	4	4	4	16
38	4	4	4	4	16
39	4	4	4	3	15
40	3	3	3	3	12
41	3	3	2	3	11
42	3	3	2	3	11
43	4	4	4	4	16
44	3	3	3	1	10
45	4	4	3	3	14
46	4	4	3	3	14
47	4	4	4	4	16
48	4	4	4	3	15
49	4	4	3	3	14
50	4	4	2	4	14
51	3	3	3	1	10
52	4	4	4	1	13
53	4	4	4	4	16
54	4	4	4	4	16
55	4	4	5	5	18
56	5	5	5	5	20
57	5	5	5	5	20
58	4	4	2	4	14
59	5	5	5	5	20
60	4	4	4	4	16
61	3	4	4	3	14
62	5	5	5	5	20
63	3	4	2	3	12
64	4	4	4	4	16
65	5	5	5	3	18
66	5	4	5	5	19
67	5	5	5	5	20
68	5	5	5	5	20
69	4	4	4	4	16
70	5	5	5	5	20
71	5	5	5	5	20
72	4	5	4	3	16
73	5	5	5	5	20
74	4	5	5	4	18
75	4	4	4	4	16
76	5	5	5	5	20
77	5	4	5	5	19

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

Hak Dipta Dilindungi Undang-Undang

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

78	5	5	5	5	20
79	3	3	3	1	10
80	5	5	5	4	19
81	5	5	5	5	20
82	5	5	5	5	20
83	4	3	3	4	14
84	5	5	5	5	20
85	5	5	5	5	20
86	5	5	5	5	20
87	5	5	2	3	15
88	4	4	4	3	15
89	4	4	3	4	15
90	4	4	4	4	16
91	4	4	4	4	16
92	4	4	4	4	16
93	4	4	4	4	16
94	5	5	5	5	20
95	4	4	4	4	16
96	4	4	4	4	16
97	4	4	4	4	16
98	4	4	3	4	15
99	4	4	3	3	14
100	5	5	5	4	19

Hak Dipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





LAMPIRAN 5

DATA KUISIONER KEPUASAN KONSUMEN (Y)

Hasil responden telah dikonversi menjadi numerik untuk memudahkan pengujian data kuisioner yaitu “STS” = 1, “TS” = 2, “N” = 3, “S” = 4, “SS” = 5

No	Kepuasan Konsumen (Y)						Total_KK
	KK1	KK2	KK3	KK4	KK5	KK6	
1	4	4	4	4	4	4	24
2	4	3	2	3	3	4	19
3	3	3	4	3	4	4	21
4	4	3	2	2	3	3	17
5	4	4	4	3	3	4	22
6	4	5	5	4	5	5	28
7	4	4	3	3	3	3	20
8	3	4	4	3	4	4	22
9	4	4	4	4	4	4	24
10	3	3	3	3	3	3	18
11	3	3	3	3	3	3	18
12	3	3	3	3	3	3	18
13	3	3	3	3	3	3	18
14	4	4	3	3	4	3	21
15	4	4	4	4	4	4	24
16	3	3	3	3	3	3	18
17	4	4	4	4	4	4	24
18	4	4	4	4	4	4	24
19	4	4	4	4	4	4	24
20	4	4	4	4	4	4	24
21	4	4	4	4	4	4	24
22	3	3	3	3	3	3	18
23	4	4	4	4	4	4	24
24	4	4	4	4	4	4	24
25	4	4	4	4	4	4	24
26	3	3	3	3	3	3	18
27	4	4	4	4	4	4	24
28	4	4	3	4	4	4	23
29	3	3	3	3	3	3	18
30	4	4	4	4	4	4	24
31	4	4	4	4	3	4	23
32	4	3	4	4	3	4	22
33	4	4	4	4	4	4	24
34	4	4	4	4	4	4	24

1. Ditaring mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

© Hak Cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)



35	4	4	4	4	4	4	24
36	4	4	3	3	3	1	18
37	4	4	4	4	4	4	24
38	4	4	4	4	4	4	24
39	4	4	4	4	4	4	24
40	4	4	3	3	3	3	20
41	3	3	3	3	3	3	18
42	3	3	3	3	3	3	18
43	3	3	3	3	3	3	18
44	3	3	3	3	3	4	19
45	3	4	3	3	4	2	19
46	4	4	3	3	3	3	20
47	3	3	3	3	3	3	18
48	4	4	4	3	3	4	22
49	3	3	3	3	3	3	18
50	3	3	3	3	3	3	18
51	3	4	4	3	4	4	22
52	3	4	4	4	4	4	23
53	4	4	4	4	4	4	24
54	4	4	4	4	4	4	24
55	5	5	5	5	5	5	30
56	4	5	5	5	4	5	28
57	5	5	5	5	4	4	28
58	4	4	4	4	4	4	24
59	5	5	5	5	5	5	30
60	4	4	4	4	4	4	24
61	3	4	4	4	3	3	21
62	5	5	5	5	5	5	30
63	4	4	4	4	4	4	24
64	4	4	4	4	4	4	24
65	5	5	3	5	4	4	26
66	5	5	5	5	4	5	29
67	5	5	5	5	5	5	30
68	5	5	5	5	5	5	30
69	4	4	4	4	4	4	24
70	5	5	5	5	5	5	30
71	5	5	5	5	5	5	30
72	3	3	3	4	2	4	19
73	5	5	5	5	5	5	30
74	4	5	4	5	4	5	27
75	4	4	4	4	4	4	24
76	5	5	5	5	5	5	30
77	5	5	5	5	5	5	30

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

79	3	3	3	3	3	4	19
80	4	4	4	4	4	4	24
81	5	5	5	5	5	5	30
82	5	5	4	4	4	5	27
83	4	3	5	3	4	4	23
84	5	5	5	5	5	5	30
85	5	5	5	5	5	5	30
86	5	5	5	5	5	5	30
87	4	1	1	5	5	5	21
88	4	4	3	4	4	4	23
89	4	4	4	3	4	4	23
90	4	4	3	4	4	4	23
91	4	4	4	3	3	3	21
92	4	4	4	4	4	4	24
93	4	4	4	4	4	4	24
94	5	5	5	5	5	5	30
95	4	4	4	4	4	4	24
96	4	4	4	4	4	4	24
97	4	4	4	4	4	4	24
98	4	4	4	4	4	4	24
99	4	4	3	4	4	4	23
100	4	4	3	3	4	4	22

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



LAMPIRAN 6

DATA KARAKTERISTIK RESPONDEN

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan
1	Dendi Afandi	Pria	25 - 30	Wiraswasta
2	Anggi	Wanita	< 25	Lainnya
3	Amirul	Pria	< 25	Lainnya
4	Rahmad	Pria	< 25	Lainnya
5	Dina	Wanita	25	Karyawan Swasta
6	Abiy	Pria	25	Lainnya
7	Ales Gunanta	Pria	25	Karyawan Swasta
8	Mei Widya Sari	Wanita	< 25	Mahasiswa
9	Meta	Wanita	25-30	Lainnya
10	Steven	Pria	25 - 30	Wiraswasta
11	Yoga	Pria	25 - 30	Lainnya
12	Selly	Wanita	25 - 30	Lainnya
13	Meida	Wanita	< 25	Mahasiswa
14	Aisyah	Wanita	< 25	Karyawan Swasta
15	Jasmin	Wanita	< 25	Mahasiswa
16	Tantri	Wanita	25 - 30	Mahasiswa
17	Satrio	Pria	25 - 30	Karyawan Swasta
18	Merisiana	Wanita	31 - 35	Lainnya
19	Dian	Wanita	25 - 30	Mahasiswa
20	Siska	Wanita	< 25	Wiraswasta
21	Toyo	Pria	31 - 35	Karyawan Swasta
22	Milda Amanda	Wanita	< 25	Karyawan Swasta
23	Yudi	Pria	< 25	Karyawan Swasta
24	Firman	Pria	31 - 35	Wiraswasta
25	Dandi Arista	Pria	25 - 30	Wiraswasta
26	Maryam	Wanita	36 - 40	Lainnya
27	Winda Oktaviani	Wanita	< 25	Mahasiswa
28	Sandi Fadilah	Pria	< 25	Lainnya
29	Imran	Pria	31 - 35	Lainnya
30	Ade Irma	Wanita	< 25	Karyawan Swasta
31	Jimmy H	Pria	31 - 35	Karyawan Swasta
32	Lismawati	Wanita	31 - 35	Lainnya
33	Adi	Pria	< 25	Mahasiswa
34	Danu	Pria	41 - 45	Lainnya
35	Silvia	Wanita	< 25	Karyawan Swasta
36	Fahri	Pria	25 - 30	Lainnya
37	Rismana	Wanita	25 - 30	Mahasiswa
38	Toni Anggara	Pria	25 - 30	Karyawan Swasta

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



39	Cahaya	Wanita	25 - 30	Mahasiswa
40	Ibrahim	Pria	25 - 30	Lainnya
41	Janson	Pria	31 - 35	Lainnya
42	Desi	Wanita	25 - 30	Lainnya
43	Oni	Pria	25 - 30	Wiraswasta
44	Mirna	Wanita	31 - 35	Wiraswasta
45	Jonatan	Pria	25 - 30	Wiraswasta
46	Novita	Wanita	< 25	Lainnya
47	Rwi	Wanita	< 25	Mahasiswa
48	Bintang	Pria	25 - 30	Wiraswasta
49	Leoni	Wanita	< 25	Wiraswasta
50	Ratih P	Wanita	31 - 35	Lainnya
51	Ingga	Wanita	25 - 30	Lainnya
52	Hernita	Wanita	36 - 40	Lainnya
53	Gerhana Putri	Wanita	< 25	Lainnya
54	Maharani	Wanita	25 - 30	Wiraswasta
55	Wiena Manantha	Wanita	36 - 40	Lainnya
56	Saiful Ulum	Pria	< 25	Karyawan Swasta
57	Ashari	Pria	31 - 35	Karyawan Swasta
58	Roby	Pria	41 - 45	Karyawan Swasta
59	Siti Nurjanah	Wanita	25 - 30	Karyawan Swasta
60	Johan Hermansyah	Pria	25 - 30	Mahasiswa
61	Wilia	Wanita	36 - 40	Lainnya
62	Lismawati	Wanita	36 - 40	Karyawan Swasta
63	Doni Fernando	Pria	31 - 35	Lainnya
64	Susi Asmawati	Wanita	< 25	Mahasiswa
65	Syarif	Pria	41 - 45	Lainnya
66	Salsabila F	Wanita	< 25	Karyawan Swasta
67	Hans	Pria	31 - 35	Wiraswasta
68	Rizki	Pria	< 25	Lainnya
69	Maulia	Wanita	< 25	Lainnya
70	Andika Yulianto	Pria	< 25	Lainnya
71	Dika	Pria	< 25	Wiraswasta
72	Nadifa	Wanita	31 - 35	Lainnya
73	Yuni A	Wanita	< 25	Karyawan Swasta
74	Winda	Wanita	41 - 45	Karyawan Swasta
75	Alya Putri Y	Wanita	< 25	Wiraswasta
76	Herman	Pria	31 - 35	Karyawan Swasta

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

77	JamJam Jamludin	Pria	25 - 30	Lainnya
78	Dhani	Pria	< 25	Karyawan Swasta
79	Elvisya Viska	Wanita	25 - 30	Lainnya
80	Anna Agustiyana	Wanita	25 - 30	Karyawan Swasta
81	Gunawan	Pria	31 - 35	Karyawan Swasta
82	Maryono	Pria	36 - 40	Karyawan Swasta
83	Untung Prasetya	Pria	25 - 30	Wiraswasta
84	Ananda Ari	Pria	25 - 30	Karyawan Swasta
85	Fercol	Pria	< 25	Lainnya
86	Mista Atmaja	Pria	36 - 40	Karyawan Swasta
87	Ujang	Pria	< 25	Lainnya
88	Farhan	Pria	25 - 30	Lainnya
89	Jamilah	Wanita	25 - 30	Lainnya
90	Adinda	Wanita	< 25	Mahasiswa
91	Ayu	Wanita	36 - 40	Karyawan Swasta
92	Rian	Pria	31 - 35	Lainnya
93	Ririn	Wanita	25 - 30	Mahasiswa
94	Mario	Pria	25 - 30	Karyawan Swasta
95	Retalina Putri Y	Wanita	< 25	Wiraswasta
96	Aprianto	Pria	36 - 40	Karyawan Swasta
97	Tobing	Pria	31 - 35	Lainnya
98	Yuyun S Ningrum	Wanita	< 25	Lainnya
99	Ningsih	Wanita	< 25	Mahasiswa
100	Tenti	Wanita	25 - 30	Karyawan Swasta

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik BIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar BIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin BIKKG.



LAMPIRAN 7

HASIL UJI KUALITAS DATA KUALITAS PELAYANAN (X1)

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Uji Validitas

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

	Item-Total Statistics			
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KP_1	41,29	14,834	,347	,682
KP_2	41,28	14,587	,370	,678
KP_3	41,43	15,015	,231	,699
KP_4	41,56	14,552	,405	,674
KP_5	41,66	13,782	,503	,658
KP_6	41,93	13,642	,433	,667
KP_7	41,89	13,957	,376	,677
KP_8	41,68	14,139	,424	,670
KP_9	41,51	15,384	,257	,693
KP_10	41,71	15,218	,212	,701
KP_11	41,74	15,467	,240	,695
KP_12	41,50	14,919	,241	,698

Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,702	12

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
- Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

LAMPIRAN 8

HASIL UJI KUALITAS DATA HARGA (X2)

	Item-Total Statistics			Cronbach's Alpha if Item Deleted
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	
H_1	15,79	7,339	,659	,879
H_2	15,82	7,078	,702	,870
H_3	16,15	5,806	,779	,852
H_4	16,17	5,819	,752	,861
H_5	15,95	6,492	,799	,847

Uji Validitas

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,887	5



LAMPIRAN 9

HASIL UJI KUALITAS DATA PROMOSI (X3)

	Item-Total Statistics			Cronbach's Alpha if Item Deleted
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	
P_1	11,55	5,058	,853	,851
P_2	11,55	5,159	,837	,858
P_3	11,74	4,538	,744	,888
P_4	11,81	4,519	,738	,892

Uji Validitas

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,900	4

LAMPIRAN 10

HASIL UJI KUALITAS DATA KEPUASAN KONSUMEN (Y)



Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Uji Validitas

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
- Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KK_1	19,55	10,937	,838	,927
KK_2	19,54	10,594	,807	,930
KK_3	19,67	10,284	,787	,933
KK_4	19,64	10,293	,857	,924
KK_5	19,64	10,697	,836	,927
KK_6	19,56	10,532	,805	,930

Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,940	6

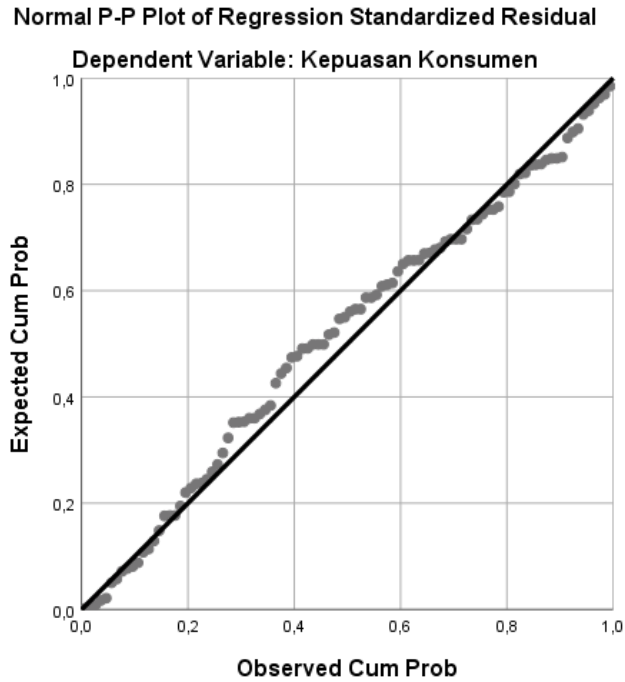


LAMPIRAN 11

HASIL UJI ASUMSI KLASIK

© Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hasil Uji Normalitas



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,000000
	Std. Deviation	2,40602827
	Most Extreme Differences	
	Absolute	,084
	Positive	0,055
	Negative	-,084
Test Statistic		,084
Asymp. Sig. (2-tailed)		,080 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



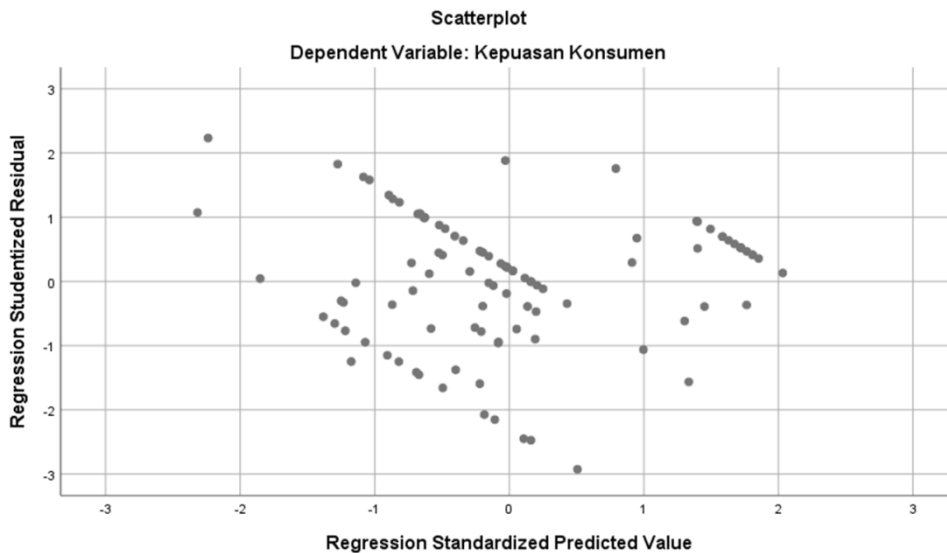
Hasil Uji Multikolonieritas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kualitas Pelayanan	,816	1,225
	Harga	,532	1,879
	Promosi	,521	1,918

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Hasil Uji Heteroskedastisitas - Scatterplot



Hasil Uji Heteroskedastisitas - Glejser

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	3,184	1,682		1,894	,061
	Kualitas Pelayanan	,025	,040	,069	,630	,530
	Harga	-,120	,065	-,252	-1,854	,067
	Promosi	-,004	,071	-,007	-,051	,960

a. Dependent Variable: ABRESID

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



LAMPIRAN 12

ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1 (Constant)	-0,230	2,781		-0,083	0,934
Kualitas Pelayanan	0,136	0,066	0,144	2,059	0,042
Harga	0,441	0,107	0,358	4,122	0,000
Promosi	0,564	0,118	0,419	4,775	0,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

© Hak cipta milik IBI KIK (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



LAMPIRAN 13

HASIL UJI HIPOTESIS



Hak Cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hasil Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	913,852	3	304,617	51,026	,000 ^b
Residual	573,108	96	5,970		
Total	1486,960	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen
 b. Predictors: (Constant), Promosi, Kualitas Pelayanan, Harga

Hasil Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	-0,230	2,781		-0,083	0,934
Kualitas Pelayanan	0,136	0,066	0,144	2,059	0,042
Harga	0,441	0,107	0,358	4,122	0,000
Promosi	0,564	0,118	0,419	4,775	0,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,784 ^a	0,615	0,603	2,443

a. Predictors: (Constant), Promosi, Kualitas Pelayanan, Harga
 b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.