

DAFTAR PUSTAKA

- A. Parasuraman, V. A. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 12-37.
- Along, A. (2020). Kualitas Layanan Administrasi Akademik di Politeknik Negeri Pontianak. *Jurnal Ilmiah Administrasi Publik (JIAP)*, 94-99.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Armstrong, K. &. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Asnawi, M. (2017). *Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Citra Perusahaan PT. Sumber Alfaria Trijaya Medan*. Medan: Universitas Dharmawangsa.
- Danny, F. C. (2001). Analisis Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Terhadap Tingkat Penjualan di Warung Bu Kris. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 85-95.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gregorius, F. T. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Irawan. (2019). *Indonesia Customer Satisfaction Indeks*. Jakarta: Elex Media Computindo.
- Kotler, P. (1996). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lupyoadi, R. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.

- Margaretha, M. (2004). Studi Mengenai Loyalitas Pelanggan Pada Divisi Asuransi Kumpulan AJB Bumi Putera 1912. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 289-308.
- Masruro, S. &. (2019). Pengukuran Kualitas Pelayanan (Servqual-Parasuraman) dalam Membentuk Kepuasan Pelanggan sehingga Tercipta Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Toko Mayang Collection Cabang Kepanjen). *Jurnal Dialektika*, 45-64.
- Michael Fu, Y. K. (2018). *Analisis Pengaruh Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Empathy terhadap Loyalitas Pelanggan JNE Cabang Palembang (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE MDP)*. STIE MDP.
- Ramadhania, A. P. (2023). *Pengaruh Electronic Service Quality terhadap Repurchase Intention pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Hasanuddin)*. Makassar: Universitas Hasanuddin.
- Savira Widya Handyana, H. D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Peacockoffie Gombel Semarang. *Jurnal Ilmu Adinistrasi Bisnis*, 43-50.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (1999). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2004). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia.
- Warbai, J. U. (2023). Pengaruh Sikap dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Public Policy: Jurnal Aplikasi Kebijakan Publik & Bisnis*, 32-46.
- Wibawa, D. A. (2015, Februari 11). *Mengukur Kualitas Layanan Diklat dengan Servqual Model*. From Badan Pendidikan dan Pelatihan Keuangan Kementerian Keuangan Republik Indonesia: <https://bppk.kemenkeu.go.id/pusdiklat-anggaran-dan->

perbendaharaan/berita/mengukur-kualitas-layanan-diklat-dengan-
servqual-model-103117

Zannati, I. T. (2019). *Metode Penelitian: Pedoman Penelitian Bisnis dan Akademik*. Jakarta: LPMP Imperium.

LAMPIRAN

Lampiran I

Biodata

Informasi Pribadi

Nama Lengkap : M. Fadel Fairuz Al-Fatah
Tempat, Tanggal Lahir : Makassar, 01 Oktober 2000
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Agama : Islam
Alamat Rumah : Jl. Kutacane Selatan no.21 (Bukit Baruga)
No. Handphone : 089607988647
Email : fadelaja323@gmail.com

Latar Belakang Pendidikan

2007 -2013 : SD Unggulan Toddopuli
2013 -2016 : SMP Negeri 8 Makassar
2016 -2019 : SMA Negeri 5 Makassar

Pengalaman Organisasi

1. Anggota bidang Humas pada kegiatan Raker IMMAJ FEB UH Tahun 2020-2021
2. Ketua Panitia Pengaderan Awal Tingkat Ormaju (PATO) IMMAJ FEB UH Tahun 2022
3. Wakil Ketua Umum IMMAJ FEB UH Periode 2022

Makassar, 18 Januari 2023

M. Fadel Fairuz Al-Fatah

Lampiran II

KUISIONER PENELITIAN PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA COFFEESHOP DARI KOPI DI MAKASSAR

Kepada yang terhormat:

Bapak/Ibu/Anda

di – tempat

Dengan hormat, bersama ini saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : M. Fadel Fairuz Al-Fatah

Jurusan : Manajemen

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Saat ini sedang melaksanakan penelitian untuk menyelesaikan tugas akhir (skripsi) yang berjudul “**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA COFFEESHOP DARI KOPI DI MAKASSAR**” Untuk itu, saya mohon kepada Bapak/Ibu/Anda berkenan untuk mengisi kuesioner ini dengan lengkap, jujur, dan tanpa dipengaruhi oleh pihak lain. Kuesioner ini di pergunakan sepenuhnya untuk kepentingan ilmiah dan data diolah secara agregat.Saya berjanji dan berkomitmen untuk menjaga kerahasiaan dari data yang diberikan.

Atas kerjasama, bantuan, perhatian serta waktu luang yang Bapak/Ibu/Anda berikan, saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

M. Fadel Fairuz Al-Fatah

Identitas Responden

Nama :

Umur :

Jenis Kelamin :

Daftar Pernyataan

Berilah tanda (X) pada salah satu jawaban yang paling sesuai dengan pendapat anda. Keterangan :

Simbol	Alternatif Jawaban	Nilai
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
N	Netral	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

Tangible

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Layout Menu memudahkan pelanggan dalam memilih produk					
2	Fasilitas yang dimiliki cukup lengkap (Stop kontak, wc, dan sebagainya)					
3	Karyawan selalu berpenampilan rapi dan profesional					

Reliability

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Karyawan selalu menyediakan produk yang sesuai dengan yang ditawarkan dalam menu					
2	Karyawan selalu dapat diandalkan dalam menangani keluhan pelanggan					
3	Karyawan selalu menyampaikan informasi mengenai produk dengan benar					

Responsiveness

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Karyawan selalu menginformasikan info terkini atau hal yang baru tentang Dari Kopi kepada pelanggan					
2	Karyawan selalu melayani pelanggan dengan cepat					
3	Karyawan selalu bersedia dalam membantu pelanggan					
4	Karyawan selalu sigap dalam menanggapi permintaan pelanggan					

Assurance

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Karyawan dapat menumbuhkan rasa percaya para pelanggan					
2	Karyawan dapat membuat pelanggan merasa aman sewaktu melakukan transaksi					

3	Karyawan secara konsisten bersikap sopan					
4	Karyawan mampu menjawab pertanyaan pelanggan					

Empathy

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Sikap Karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan terhadap pelanggan					
2	Karyawan selalu merekomendasikan produk yang <i>recommended</i> kepada pelanggan					

Kepuasan Pelanggan

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Apa yang ditawarkan oleh Dari Kopi selalu memenuhi ekspektasi saya					
2	Saya berminat untuk mengunjungi kembali Coffeshop Dari Kopi					
3	Saya selalu menyarankan Dari Kopi ke teman saya					

Lampiran III

Hasil Olah Data

Frequensi <i>Tangible</i> (X1)					
Statistics					
		X1.1	X1.2	X1.3	<i>Tangible</i>
N	Valid	190	190	190	190
	Missing	0	0	0	0
Mean		3.79	3.82	3.78	11.39
Std. Error of Mean		.065	.069	.066	.193
Median		4.00	4.00	4.00	12.00
Mode		4	4	4	12
Std. Deviation		.901	.955	.909	2.664
Variance		.813	.913	.826	7.096
Range		4	4	4	12
Minimum		1	1	1	3
Maximum		5	5	5	15
Sum		720	725	719	2164

X1.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	1.6	1.6	1.6
	2	12	6.3	6.3	7.9
	3	47	24.7	24.7	32.6
	4	88	46.3	46.3	78.9
	5	40	21.1	21.1	100.0
	Total	190	100.0	100.0	

X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	1.1	1.1	1.1
	2	18	9.5	9.5	10.5
	3	41	21.6	21.6	32.1
	4	81	42.6	42.6	74.7
	5	48	25.3	25.3	100.0
	Total	190	100.0	100.0	

X1.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	1.6	1.6	1.6
	2	14	7.4	7.4	8.9
	3	43	22.6	22.6	31.6
	4	91	47.9	47.9	79.5
	5	39	20.5	20.5	100.0
	Total	190	100.0	100.0	

Frequensi Reliability (X2)

Statistics					
		X2.1	X2.2	X2.3	Reliability
N	Valid	190	190	190	190
	Missing	0	0	0	0
Mean		4.01	4.01	3.98	12.00
Std. Error of Mean		.069	.066	.067	.193
Median		4.00	4.00	4.00	12.00
Mode		4	4	4	12
Std. Deviation		.946	.908	.929	2.661
Variance		.894	.825	.862	7.079
Range		4	4	4	12
Minimum		1	1	1	3
Maximum		5	5	5	15
Sum		761	762	757	2280

X2.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	6	3.2	3.2	3.2
	2	5	2.6	2.6	5.8
	3	33	17.4	17.4	23.2
	4	84	44.2	44.2	67.4
	5	62	32.6	32.6	100.0
	Total	190	100.0	100.0	

X2.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	1.1	1.1	1.1
	2	10	5.3	5.3	6.3
	3	35	18.4	18.4	24.7
	4	80	42.1	42.1	66.8
	5	63	33.2	33.2	100.0
	Total	190	100.0	100.0	

X2.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	6	3.2	3.2	3.2
	2	5	2.6	2.6	5.8
	3	32	16.8	16.8	22.6
	4	90	47.4	47.4	70.0
	5	57	30.0	30.0	100.0
	Total	190	100.0	100.0	

Frequensi Responsiveness (X3)

Statistics						
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	Responsiveness
N	Valid	190	190	190	190	190
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		4.08	4.04	4.03	3.91	16.06
Std. Error of Mean		.064	.058	.063	.064	.232
Median		4.00	4.00	4.00	4.00	16.00
Mode		4	3	4	4	15
Std. Deviation		.887	.796	.866	.886	3.195
Variance		.787	.633	.750	.785	10.208
Range		4	3	4	4	15
Minimum		1	2	1	1	5
Maximum		5	5	5	5	20
Sum		776	768	766	742	3052

X3.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	1.6	1.6	1.6
	2	6	3.2	3.2	4.7
	3	31	16.3	16.3	21.1
	4	82	43.2	43.2	64.2
	5	68	35.8	35.8	100.0
	Total	190	100.0	100.0	

X3.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	8	4.2	4.2	4.2
	3	32	16.8	16.8	21.1
	4	94	49.5	49.5	70.5
	5	56	29.5	29.5	100.0
	Total	190	100.0	100.0	

X3.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	1.6	1.6	1.6
	2	6	3.2	3.2	4.7
	3	32	16.8	16.8	21.6
	4	90	47.4	47.4	68.9
	5	59	31.1	31.1	100.0
	Total	190	100.0	100.0	

X3.4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	1.6	1.6	1.6
	2	8	4.2	4.2	5.8
	3	42	22.1	22.1	27.9
	4	88	46.3	46.3	74.2
	5	49	25.8	25.8	100.0
	Total	190	100.0	100.0	

Frekuensi Assurance (X4)

Statistics						
		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	Assurance
N	Valid	190	190	190	190	190
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		4.12	4.09	4.14	4.08	16.43
Std. Error of Mean		.058	.056	.055	.059	.212
Median		4.00	4.00	4.00	4.00	16.00
Mode		3	3	3	3	12
Std. Deviation		.802	.778	.757	.812	2.917
Variance		.643	.605	.574	.660	8.511
Range		3	3	3	3	12
Minimum		2	2	2	2	8
Maximum		5	5	5	5	20
Sum		782	778	786	776	3122

X4.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	4	2.1	2.1	2.1
	3	39	20.5	20.5	22.6
	4	78	41.1	41.1	63.7
	5	69	36.3	36.3	100.0
	Total	190	100.0	100.0	

X4.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	6	3.2	3.2	3.2
	3	31	16.3	16.3	19.5
	4	92	48.4	48.4	67.9
	5	61	32.1	32.1	100.0
	Total	190	100.0	100.0	

X4.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	1.6	1.6	1.6
	3	34	17.9	17.9	19.5
	4	87	45.8	45.8	65.3
	5	66	34.7	34.7	100.0
	Total	190	100.0	100.0	

X4.4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	7	3.7	3.7	3.7
	3	34	17.9	17.9	21.6
	4	85	44.7	44.7	66.3
	5	64	33.7	33.7	100.0
	Total	190	100.0	100.0	

Frequensi *Empathy* (X5)

Statistics				
		X5.1	X5.2	<i>Empathy</i>
N	Valid	190	190	190
	Missing	0	0	0
Mean		3.81	3.78	7.59
Std. Error of Mean		.063	.061	.117
Median		4.00	4.00	8.00
Mode		4	4	8
Std. Deviation		.864	.838	1.607
Variance		.747	.702	2.582
Range		4	4	8
Minimum		1	1	2
Maximum		5	5	10
Sum		724	718	1442

X5.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	1.6	1.6	1.6
	2	11	5.8	5.8	7.4
	3	41	21.6	21.6	28.9
	4	99	52.1	52.1	81.1
	5	36	18.9	18.9	100.0
	Total	190	100.0	100.0	

X5.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	.5	.5	.5
	2	17	8.9	8.9	9.5
	3	35	18.4	18.4	27.9
	4	107	56.3	56.3	84.2
	5	30	15.8	15.8	100.0
	Total	190	100.0	100.0	

Frekuensi Kepuasan Konsumen (Y)

Statistics					
		Y1	Y2	Y3	KepuasanKonsumen
N	Valid	190	190	190	190
	Missing	0	0	0	0
Mean		4.18	4.23	4.17	12.57
Std. Error of Mean		.053	.054	.053	.151
Median		4.00	4.00	4.00	12.00
Mode		3	3	3	9
Std. Deviation		.734	.746	.737	2.086
Variance		.539	.557	.543	4.352
Range		3	3	3	9
Minimum		2	2	2	6
Maximum		5	5	5	15
Sum		794	803	792	2389

Y1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	1.6	1.6	1.6
	3	28	14.7	14.7	16.3
	4	91	47.9	47.9	64.2
	5	68	35.8	35.8	100.0
	Total	190	100.0	100.0	

Y2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	1.1	1.1	1.1
	3	30	15.8	15.8	16.8
	4	81	42.6	42.6	59.5
	5	77	40.5	40.5	100.0
	Total	190	100.0	100.0	

Y3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	1.6	1.6	1.6
	3	29	15.3	15.3	16.8
	4	91	47.9	47.9	64.7
	5	67	35.3	35.3	100.0
	Total	190	100.0	100.0	

Uji Validitas

Uji Validitas *Tangible* (X1)

Correlations					
		X1.1	X1.2	X1.3	<i>Tangible</i>
X1.1	Pearson Correlation	1	.876**	.932**	.971**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	190	190	190	190
X1.2	Pearson Correlation	.876**	1	.868**	.951**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	190	190	190	190
X1.3	Pearson Correlation	.932**	.868**	1	.968**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	190	190	190	190
<i>Tangible</i>	Pearson Correlation	.971**	.951**	.968**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	190	190	190	190

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

Validitas *Reliability* (X2)

Correlations					
		X2.1	X2.2	X2.3	<i>Reliability</i>
X2.1	Pearson Correlation	1	.831**	.928**	.963**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	190	190	190	190
X2.2	Pearson Correlation	.831**	1	.853**	.935**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	190	190	190	190
X2.3	Pearson Correlation	.928**	.853**	1	.970**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	190	190	190	190
<i>Reliability</i>	Pearson Correlation	.963**	.935**	.970**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	190	190	190	190

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

Validitas Responsiveness (X3)

Correlations						
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	Responsiveness
X3.1	Pearson Correlation	1	.805**	.871**	.818**	.941**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	190	190	190	190	190
X3.2	Pearson Correlation	.805**	1	.789**	.861**	.925**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	190	190	190	190	190
X3.3	Pearson Correlation	.871**	.789**	1	.776**	.925**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	190	190	190	190	190
X3.4	Pearson Correlation	.818**	.861**	.776**	1	.929**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	190	190	190	190	190
Responsiveness	Pearson Correlation	.941**	.925**	.925**	.929**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	190	190	190	190	190

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

Validitas Assurance (X4)

Correlations						
		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	Assurance
X4.1	Pearson Correlation	1	.772**	.889**	.798**	.933**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	190	190	190	190	190
X4.2	Pearson Correlation	.772**	1	.732**	.900**	.919**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	190	190	190	190	190
X4.3	Pearson Correlation	.889**	.732**	1	.772**	.914**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	190	190	190	190	190
X4.4	Pearson Correlation	.798**	.900**	.772**	1	.938**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	190	190	190	190	190
Assurance	Pearson Correlation	.933**	.919**	.914**	.938**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	190	190	190	190	190

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

Validitas Empathy (X5)

Correlations				
		X5.1	X5.2	Empathy
X5.1	Pearson Correlation	1	.782**	.946**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	190	190	190
X5.2	Pearson Correlation	.782**	1	.942**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	190	190	190
Empathy	Pearson Correlation	.946**	.942**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	190	190	190

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

Validitas Kepuasan Konsumen (Y)

Correlations					
		Y1	Y2	Y3	Kepuasan Konsumen
Y1	Pearson Correlation	1	.804**	.883**	.952**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	190	190	190	190
Y2	Pearson Correlation	.804**	1	.796**	.922**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	190	190	190	190
Y3	Pearson Correlation	.883**	.796**	1	.949**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	190	190	190	190
Kepuasan Konsumen	Pearson Correlation	.952**	.922**	.949**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	190	190	190	190

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

Uji Reliabilitas

Reliabilitas *Tangible* (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.880	4

Reliabilitas *Reliability* (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.878	4

Reliabilitas *Responsiveness* (X3)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.847	5

Reliabilitas Assurance (X4)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.846	5

Reliabilitas Empathy (X5)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.915	3

Reliabilitas Kepuasan Konsumen (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.874	4

Uji Normalitas

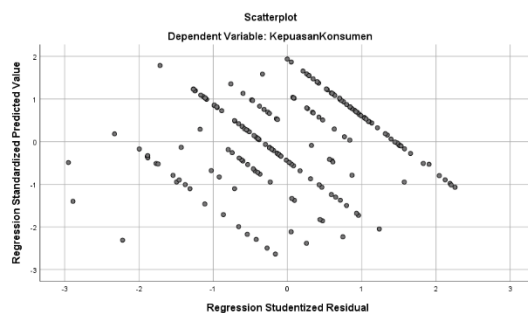
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		190
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.66678403
Most Extreme Differences	Absolute	.032
	Positive	.025
	Negative	-.032
Test Statistic		.032
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	<i>Tangible</i>	.822	1.216
	<i>Reliability</i>	.595	1.680
	<i>Responsiveness</i>	.474	2.111
	<i>Assurance</i>	.430	2.327
	<i>Empathy</i>	.840	1.191

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Uji heteroskedastisitas



Uji Regresi Linear Bergabda

Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	5.022	.861	
	<i>Tangible</i>	.113	.051	.144
	<i>Reliability</i>	.126	.060	.161
	<i>Responsiveness</i>	.136	.056	.209
	<i>Assurance</i>	.158	.064	.221
	<i>Empathy</i>	.333	.083	.256

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	297.394	5	59.479	20.843	.000 ^b
	Residual	525.074	184	2.854		
	Total	822.468	189			
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen						
b. Predictors: (Constant), <i>Empathy</i> , <i>Tangible</i> , <i>Responsiveness</i> , <i>Reliability</i> , <i>Assurance</i>						

Uji Parsial (Uji T)

Coefficients ^a				
	Model	t	Sig.	Zero-Order
1	(Constant)	5.834	.000	
	<i>Tangible</i>	2.213	.028	.100
	<i>Reliability</i>	2.112	.036	.402
	<i>Responsiveness</i>	2.440	.016	.462
	<i>Assurance</i>	2.464	.015	.502
	<i>Empathy</i>	3.989	.000	.404
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen				