

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data yang telah penulis lakukan dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Layanan *E-Commerce* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna Tiket.Com di STP AMPTA)”, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil Uji F, variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) pada layanan tiket.com. Hal ini dapat dilihat dari nilai  $F_{hitung}$  (44,245) > dari  $F_{tabel}$  (3,09) dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , maka  $H_a^1$  diterima dan  $H_o^1$  ditolak.
2. Berdasarkan Uji t, menunjukkan bahwa dari dua variabel bebas (independen) dalam penelitian ini, yaitu Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2), masing-masing berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Pelanggan pada layanan tiket.com karena variabel Kepuasan Pelanggan (2,950) dan Harga (5,419) memiliki nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  (1,985), dengan nilai terbesar pada  $t_{hitung}$  terdapat pada variabel Harga (X2), hal ini menunjukkan bahwa Harga merupakan variabel yang lebih dominan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan daripada variabel Kualitas Pelayanan, di mana berdasarkan nilai koefisien regresi jika variabel Harga ditingkatkan maka

Kepuasan Pelanggan akan meningkat sebesar 0,352. Artinya  $H_a^2$  ditolak dan  $H_o^2$  diterima.

3. Berdasarkan uji koefisien determinasi, diperoleh nilai  $R^2$  sebesar 0,477 yang berarti bahwa nilai variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) memiliki pengaruh sebesar 47,7% terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y).

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, pengujian, dan pembahasan pada BAB sebelumnya, maka penulis ingin memberikan beberapa saran terhadap layanan tiket.com, yaitu:

1. Tiket.com perlu lebih mengoptimalkan hal-hal yang berkaitan dengan kualitas pelayanan yang diberikan kepada para penggunanya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, salah satunya dengan cara meningkatkan respon yang lebih cepat terhadap masalah para pengguna tiket.com.
2. Tiket.com bisa lebih meningkatkan kepuasan pelanggan dari segi harga yang ditawarkan, dengan memberikan harga yang menarik dan sesuai dengan kualitas sehingga sehingga dapat bersaing dengan *online travel agent* lainnya tanpa menurunkan nilai produk dan jasa yang ditawarkan tiket.com.
3. Tiket.com dapat memberikan penjelasan tentang syarat dan ketentuan yang berlaku, terutama mengenai sistem reservasi, agar pelanggan lebih paham dan tidak kecewa dengan pelayanan tiket.com.

## DAFTAR PUSTAKA

- Hasan, Ali. (2015). *Tourism Marketing*. Yogyakarta: CAPS.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. (2013). Alih Bahasa: Benyamin Molan. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketiga belas. Jilid 1. Cetakan Keempat. Jakarta: PT. Indeks.
- Santosa. (2019). *Statistika Hospitalitas*. Edisi Revisi/oleh Santosa. Edisi 1. Revisi. Cetakan kedua. Yogyakarta: Deepublish.
- Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA. (2021). *Pedoman Pengendalian Mutu Penyusunan Skripsi*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Edisi Kedua. Cetakan Ke-1. Bandung: Penerbit CV. Alfabeta.
- Sujarweni, V Wiratna. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Tjiptono, Fandy & Gregorius Chandra. (2011). *Service, Quality, and Satisfaction*. Yogyakarta: CV ANDI.
- \_\_\_\_\_. (2012). *Pemasaran Strategik*. Edisi Kedua. Yogyakarta: CV ANDI.
- Yamit, Zulian. (2013). *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Edisi Pertama, Cetakan Keenam. Yogyakarta: Ekonisia.

### Sumber Jurnal dan Skripsi

- Andhini, A., & Khuzaini, K. (2017). Pengaruh transaksi *online shopping*, dan kepercayaan konsumen terhadap kepuasan konsumen pada *e-commerce*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM), 6(7). (<http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/download/1753/1763>)
- Irmawati, D. (2011). Pemanfaatan *e-commerce* dalam dunia bisnis. Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis-ISSN, 2085, 1375. ([https://www.academia.edu/download/36013991/PEMANFAATAN\\_E-COMMERS\\_DALAM\\_DUNIA\\_BISNIS.pdf](https://www.academia.edu/download/36013991/PEMANFAATAN_E-COMMERS_DALAM_DUNIA_BISNIS.pdf))
- Kurnia, E. (2017). Pengaruh Desain, Label Dan Kemasan Terhadap Mutu Produk Olahan Makanan (Studi Kasus Pusat Sentra Jajanan Khas Oleh-Oleh Di Bengkel Perbaungan, Sumatera Utara). Jurnal Ilmiah Simantek, 1(3).(<http://sciencemakarioz.org/jurnal/index.php/SIMANTEK/article/view/135>)

- Pradana, M. (2017). Klasifikasi bisnis *e-commerce* di Indonesia. dalam Jurnal Modus, ISSN: 0852-1875, Vol.27 (2): 163-174, 2015. (<https://ojs.uajy.ac.id/index.php/modus/article/view/554>)
- Sasongko, F. (2013). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan restoran ayam penyet ria. Jurnal Strategi Pemasaran, 1(2), 1-7. (<http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/519>)
- Setyowati, E. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Pemediiasi. Jurnal Manajemen Dayasaing, 18(2), 102-112. (<http://journals.ums.ac.id/index.php/dayasaing/article/view/4507>)
- Sudyasjayanti, C. (2018). Dimensi Kualitas Layanan Pada *Online Travel Agencies* Di Indonesia. (<https://journal.ubm.ac.id/index.php/ncci/article/view/1228/1057>)
- Susanto, S.S., Indrawan, J.A., & Widjaja, D. C. (2019). Pengaruh Harga, *E-Servqual*, dan Kemudahan Dalam Penggunaan Aplikasi *Online Travel Agent* (OTA) Terhadap Loyalitas Pengguna Aplikasi OTA Di Surabaya. Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa, 7(2). (<http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-perhotelan/article/view/10221>)
- Setyarko, Y. (2016). Analisis persepsi harga, promosi, kualitas layanan, dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan pembelian produk secara online. *Jurnal Ekonomika dan Manajemen*, 5(2), 128-147. (<http://journal.budiluhur.ac.id/index.php/ema/article/view/329>)
- Tarigan, P. R. A. (2018). Skripsi. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Konsumen Kita-Kita Tour and Travel).
- Neliyatun. (2018). Skripsi. Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Harga dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan yang Dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pengguna Traveloka di Bandar Lampung).

### **Sumber Internet**

- Daily Social. *Most Popular Onilne Travel Agent Services*. 2018. <https://dailysocial.id/post/laporan-dailysocial-survey-online-travel-agencies-ota-2018/> (diakses pada tanggal 02/06/2020 pukul 10:50).
- Kata Data. Negara dengan pertumbuhan *E-Commerce* Tercepat di Dunia. 2019. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/04/25/indonesia-jadi->

[negara-dengan-pertumbuhan-e-commerce-tercepat-di-dunia](#) (diakses pada tanggal 02/06/2020 pukul 10:32).

Top Brand Award. 2019. *Top Brand Index fase 2*. <https://www.topbrand-award.com/en/2019/07/situs-online-booking-tiket-pesawat-dan-travel-fase-2-2019/>(diakses tanggal 02/06/2020 pukul 11:15).

Kata Data. Indonesia peringkat ke lima dunia dalam jumlah pengguna internet. 2019. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/11/indonesia-peringkat-kelima-dunia-dalam-jumlah-pengguna-internet> (diakses pada tanggal 15/06/2020 pukul 23:15).

\_\_\_\_\_.*Pertumbuhan Travel Online Indonesia*. 2019. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/14/pariwisata-tumbuh-potensi-travel-online-indonesia-tertinggi-di-asia-tenggara> (diakses pada tanggal 16/06/2020 pukul 11:02).

Sejarah dan gambaran tiket.com dalam website. [https://tiket.com/?gclid=Cj0KCQiAkePyBRCEARIsAMy5Scus\\_1ZY7O\\_WBgEuGcajqernw6DqPNOPRtH3d05IX7h5mgaHRVP65bAaAIBXEALw\\_wcB&gclsrc=aw.ds](https://tiket.com/?gclid=Cj0KCQiAkePyBRCEARIsAMy5Scus_1ZY7O_WBgEuGcajqernw6DqPNOPRtH3d05IX7h5mgaHRVP65bAaAIBXEALw_wcB&gclsrc=aw.ds) (diakses pada tanggal 24/03/2021 pukul 12:30).

# LAMPIRAN

## Lampiran 1 Surat Pengantar Penelitian



YAYASAN PENDIDIKAN KARYA SEJAHTERA  
**SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA**  
**YOGYAKARTA**

Jl. Laksda Adisucipto Km.6 (Tempel, Gaburungge, Depok, Sleman) Yogyakarta 55281  
 Telp / fax : (0274) 485116 - 484514 Website : www.ampta.ac.id Email : info@ampta.ac.id, ampta@yashua.co.id

Nomer: 0411/Q.AMPTA/XII/2021

12 Maret 2021

Hal : Pengantar Observasi

Kepada Yth. Kepala Bagian  
 Kemahasiswaan STP AMPTA  
 Di Tempat

Dengan Hormat,

Kami yang bertanda tangan dibawah ini Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta, memohonkan bahwa :

Nama	: Valerie Amanda Tiffany Rosang
NIM	: 417100468
Prodi	: Usaha Perjalanan Wisata (Diploma IV)
Tahun Akademik	: 2020/2021
Alamat	: Jalan Adisucipto, Komp. PL, C1-2, Sungai Raya, Kuba Raya
Nomor Telp	: 0896-2369-3438

Mohon untuk diijinkan melaksanakan observasi guna Penyusunan Laporan Penelitian dengan  
 Judul :

**"PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP  
 KEPUASAN PELANGGAN PADA LAYANAN E-COMMERCE (Studi Kasus  
 Pada Mahasiswa Pengguna Tiket.com di STP AMPTA)"**

Demikian permohonan kami, atas bantuan dan kerjasamanya diucapkan terimakasih.

Hormat Kami,  
  
 Des. Prihaino, MM

## Lampiran 2 Surat Keterangan Penelitian



YAYASAN PENDIDIKAN KARYA SEJAHTERA  
**SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA  
 YOGYAKARTA**

Jl. Laksda Adisucipto Km 5 (Jempal, Caturtunggal, Depok, Sleman) Yogyakarta 55281  
 Telp./ fax : (0274) 485115 - 485114 Website : www.ampta.ac.id Email : info@ampta.ac.id ampta@ampta.ac.id

### SURAT KETERANGAN

Nomor: 557/Q.AMPTA/TV/2021

Sehubungan dengan surat pengantar observasi nomor 0411/Q.AMPTA/XII/2020, maka saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fian Damasceno, S.IP. M.Sc  
 NIDN : 0525088901  
 Jabatan : Kepala Bagian Kemahasiswaan STP AMPTA

Menerangkan bahwa:

Nama : Valerie Amanda Tiffany Rosang  
 NIM : 417100468  
 Prodi : Usaha Perjalanan Wisata (D-IV)

Benar telah melakukan penelitian di STP AMPTA Yogyakarta pada tanggal 20 sampai 28 Maret 2021, untuk melengkapi data pada penyusunan laporan penelitian yang berjudul:

**"Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Layanan E-Commerce (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna tiket.com di STP AMPTA Yogyakarta)"**

Demikian keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 13 April 2021

Kepala Bagian Kemahasiswaan,

Fian Damasceno, S.IP. M.Sc



### Lampiran 3 Kuisisioner Penelitian

#### SURAT PERMOHONAN PENGISIAN KUISISIONER

Yogyakarta, Maret 2021

Dengan hormat,

Sehubungan dengan pelaksanaan penelitian berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Layanan *E-Commerce* (Studi kasus pada mahasiswa pengguna tiket.com di STP AMPTA) dalam rangka menyelesaikan tugas akhir, maka saya:

Nama : Valerie Amanda Tiffany Rosang

NIM : 417100468

Program Studi : Usaha Perjalanan Wisata - D4

Perguruan Tinggi : Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta

Memohon kesediaan Saudara/i untuk meluangkan waktunya dalam mengisi daftar pertanyaan dibawah ini sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Semua keterangan dan jawaban yang Saudara/i berikan hanya untuk kepentingan penelitian. Atas ketersediaan dan partisipasi Saudara/i dalam mengisi kuisisioner ini saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

Valerie Amanda Tiffany Rosang

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN PADA LAYANAN *E-COMMERCE*  
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna  
tiket.com di STP AMPTA)**

**Bagian Satu: Identitas Responden**

**Petunjuk Pengisian:**

Isilah daftar pertanyaan berikut dengan cara memberi tanda *checklist* (√) pada salah satu jawaban yang tersedia atau mengisi bagian kosong sesuai dengan persepsi Saudara/i.

Identitas Saudara/i akan saya jamin kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian.

1. No. Responden : (Diisi oleh peneliti)
2. Nama :
3. Usia :
4. Jenis kelamin :  Laki-laki  
 Perempuan
5. Program Studi :  Usaha Perjalanan Wisata  
 Pariwisata  
 Pengelola Perhotelan  
 Perhotelan

## Bagian Kedua: Kuisisioner

### Petunjuk Pengisian:

1. Isilah daftar pertanyaan berikut dengan cara memberi tanda *checklist* (√) pada salah satu jawaban yang tersedia sesuai dengan persepsi Saudara/i. Tidak ada jawaban benar atau salah, peneliti lebih melihat angka-angka terbaik dari persepsi Saudara/i.
2. Jawaban yang tersedia berupa angka yang mempunyai arti sebagai berikut:
  - 5: Sangat Setuju (SS)
  - 4: Setuju (S)
  - 3: Netral (N)
  - 2: Tidak Setuju (TS)
  - 1: Sangat Tidak Setuju (STS)

NO	PERNYATAAN	JAWABAN				
		5	4	3	2	1
<b>Kualitas Pelayanan</b>						
<b><i>Reability (kehandalan)</i></b>						
1	Tiket.com memberikan layanan yang mudah, cepat, akurat, dan terpercaya.					
2	Transaksi di tiket.com dapat dilakukan dengan mudah dan cepat.					
<b><i>Responsiveness (daya tanggap)</i></b>						
3	Tiket.com memberikan informasi yang <i>uptodate</i> , jelas, dan mudah dimengerti.					
4	Tiket.com memiliki layanan <i>Customer Service (WhatsApp, Email, dan Call Center)</i> 24 jam yang mudah dihubungi.					
<b><i>Assurance (jaminan)</i></b>						
5	Tiket.com selalu mengutamakan keamanan pelanggan.					
6	<i>Customer service</i> tiket.com sangat membantu saat ada masalah.					
<b><i>Emphaty (empati)</i></b>						
7	Tiket.com menawarkan rekomendasi produk sejenis sebagai referensi.					
8	Tiket.com selalu menangani masalah pelanggan dengan cepat.					
<b><i>Tangibles (kejelasan)</i></b>						
9	Tiket.com memiliki tampilan website yang menarik.					
10	Website tiket.com memiliki tampilan yang tertata baik dan memudahkan pelanggan.					

<b>Harga</b>					
<b>Keterjangkauan Harga</b>					
1	Tiket.com memberikan harga yang terjangkau dibanding situs sejenis.				
<b>Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk</b>					
2	Harga yang diberikan tiket.com sesuai dengan kualitas yang dirasakan.				
<b>Daya Saing Harga</b>					
3	Tiket.com menawarkan harga yang kompetitif dan dapat bersaing dengan layanan sejenis.				
<b>Kesesuaian Harga dengan Manfaat</b>					
4	Harga yang diberikan tiket.com sesuai dengan manfaat yang didapatkan.				
<b>Kepuasan Pelanggan</b>					
<b><i>Re-purchase (pembelian ulang)</i></b>					
1	Saya akan menggunakan kembali layanan tiket.com.				
<b><i>Word of mouth</i></b>					
2	Saya akan merekomendasikan tiket.com kepada keluarga dan teman saya.				
<b>Menciptakan keputusan pembelian pada perusahaan yang sama</b>					
3	Saya akan membeli produk yang dipromosikan oleh tiket.com.				

## Lampiran 4 Hasil Data Penelitian

### Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

No Responden	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	Total
1	4	4	4	3	2	3	4	3	3	4	34
2	4	5	5	3	4	4	4	5	3	5	42
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	5	3	3	4	4	4	39
5	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	36
6	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	33
7	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	37
8	4	4	3	4	3	4	3	2	3	3	33
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
10	4	4	4	5	3	5	5	3	3	4	40
11	4	4	5	4	5	3	3	3	2	4	37
12	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	35
13	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	44
14	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	36
15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
16	4	4	5	4	4	4	4	3	3	4	39
17	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	47
18	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	36
19	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	42
20	5	4	3	5	3	3	2	3	5	4	37
21	4	5	3	3	5	4	4	3	5	4	40
22	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49
23	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	43
24	5	5	5	5	4	4	5	5	4	3	45
25	3	4	3	2	3	3	3	2	4	3	30
26	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	46
27	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	48
28	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	37
29	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	35
30	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	38
31	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	45
32	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	35
33	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	37
34	4	5	3	3	4	2	4	3	4	4	36
35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
36	4	3	5	4	5	4	5	5	5	5	45
37	4	5	5	5	1	5	5	4	5	5	44
38	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	38
39	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	47
40	4	3	4	3	4	3	5	4	3	4	37
41	5	5	5	3	4	3	5	5	5	5	45
42	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39
43	4	4	4	5	5	3	4	4	4	4	41
44	4	5	5	5	4	5	3	4	5	5	45
45	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	35
46	5	4	3	3	4	3	3	3	4	4	36
47	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	40
48	5	5	5	3	4	5	4	4	3	5	43

<b>49</b>	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	<b>44</b>
<b>50</b>	5	5	4	4	4	3	3	4	3	4	<b>39</b>
<b>51</b>	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	<b>44</b>
<b>52</b>	4	5	4	3	3	4	3	3	5	5	<b>39</b>
<b>53</b>	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	<b>35</b>
<b>54</b>	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	<b>43</b>
<b>55</b>	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	<b>43</b>
<b>56</b>	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	<b>35</b>
<b>57</b>	4	4	5	4	3	3	4	4	3	4	<b>38</b>
<b>58</b>	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	<b>43</b>
<b>59</b>	4	4	4	3	3	3	4	3	5	4	<b>37</b>
<b>60</b>	4	3	3	4	3	4	3	4	2	3	<b>33</b>
<b>61</b>	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	<b>43</b>
<b>62</b>	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>41</b>
<b>63</b>	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	<b>48</b>
<b>64</b>	4	4	4	4	5	3	3	3	3	4	<b>37</b>
<b>65</b>	3	4	3	3	4	3	5	3	4	4	<b>36</b>
<b>66</b>	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	<b>49</b>
<b>67</b>	3	4	4	4	4	3	4	3	3	5	<b>37</b>
<b>68</b>	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	<b>43</b>
<b>69</b>	3	2	2	3	3	3	2	3	2	2	<b>25</b>
<b>70</b>	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	<b>42</b>
<b>71</b>	4	3	3	2	3	2	3	4	4	3	<b>31</b>
<b>72</b>	4	4	3	4	3	2	5	3	5	3	<b>36</b>
<b>73</b>	5	5	5	5	4	5	3	5	5	5	<b>47</b>
<b>74</b>	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	<b>38</b>
<b>75</b>	4	3	3	2	3	2	3	4	4	3	<b>31</b>
<b>76</b>	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	<b>34</b>
<b>77</b>	4	4	4	4	3	2	3	3	4	4	<b>35</b>
<b>78</b>	5	5	4	3	3	3	3	3	4	4	<b>37</b>
<b>79</b>	3	4	3	2	3	3	3	2	4	3	<b>30</b>
<b>80</b>	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>41</b>
<b>81</b>	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	<b>39</b>
<b>82</b>	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	<b>35</b>
<b>83</b>	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	<b>37</b>
<b>84</b>	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	<b>38</b>
<b>85</b>	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	<b>42</b>
<b>86</b>	5	4	4	4	3	4	4	3	3	4	<b>38</b>
<b>87</b>	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	<b>46</b>
<b>88</b>	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	<b>43</b>
<b>89</b>	4	5	4	3	3	3	4	4	4	4	<b>38</b>
<b>90</b>	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	<b>34</b>
<b>91</b>	4	3	3	3	3	3	5	3	4	3	<b>34</b>
<b>92</b>	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	<b>42</b>
<b>93</b>	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	<b>46</b>
<b>94</b>	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	<b>37</b>
<b>95</b>	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	<b>41</b>
<b>96</b>	4	4	5	3	4	3	4	3	4	4	<b>38</b>
<b>97</b>	4	3	3	4	3	4	3	4	2	3	<b>33</b>
<b>98</b>	5	4	4	3	4	3	4	4	4	4	<b>39</b>
<b>99</b>	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	<b>40</b>
<b>100</b>	4	5	3	3	5	4	4	3	5	4	<b>40</b>
<b>Total</b>	<b>413</b>	<b>420</b>	<b>408</b>	<b>376</b>	<b>380</b>	<b>371</b>	<b>394</b>	<b>369</b>	<b>400</b>	<b>409</b>	<b>3940</b>

**Variabel Harga (X2)**

<b>No Responden</b>	<b>X2.1</b>	<b>X2.2</b>	<b>X2.3</b>	<b>X2.4</b>	<b>Total</b>
1	4	3	3	3	13
2	4	5	3	4	16
3	4	4	4	4	16
4	3	4	4	4	15
5	2	3	2	3	10
6	2	3	3	3	11
7	4	4	4	4	16
8	3	3	3	3	12
9	4	4	4	4	16
10	3	4	4	3	14
11	2	3	4	3	12
12	3	3	3	3	12
13	4	4	4	4	16
14	3	3	4	4	14
15	3	4	5	4	16
16	4	4	4	4	16
17	5	5	5	5	20
18	3	4	3	4	14
19	4	4	5	4	17
20	2	2	3	2	9
21	4	4	5	4	17
22	5	5	5	5	20
23	2	4	4	4	14
24	1	1	2	2	6
25	3	3	3	3	12
26	5	5	4	5	19
27	5	4	4	4	17
28	4	3	3	3	13
29	4	3	4	4	15
30	4	3	4	3	14
31	5	5	5	5	20
32	3	3	4	3	13
33	3	3	4	4	14
34	3	4	4	3	14
35	5	5	5	5	20
36	5	5	4	5	19
37	4	5	5	5	19
38	3	3	4	4	14
39	4	4	4	4	16
40	3	3	4	3	13
41	3	3	3	3	12
42	4	4	4	4	16
43	4	4	3	4	15
44	4	4	3	5	16
45	3	3	4	3	13
46	4	4	5	4	17
47	4	4	5	4	17
48	4	5	5	5	19
49	3	3	3	3	12
50	3	3	3	3	12
51	3	5	4	5	17

52	4	4	5	5	18
53	3	3	4	4	14
54	3	3	4	3	13
55	4	4	4	4	16
56	3	4	4	3	14
57	3	4	4	4	15
58	4	4	4	4	16
59	3	4	4	4	15
60	4	3	4	3	14
61	5	4	4	4	17
62	4	3	3	3	13
63	4	4	4	5	17
64	4	3	4	3	14
65	3	4	3	3	13
66	5	4	4	4	17
67	5	4	5	4	18
68	4	4	4	4	16
69	2	2	2	2	8
70	3	3	4	3	13
71	3	4	3	3	13
72	3	4	5	4	16
73	5	5	5	5	20
74	3	3	4	4	14
75	3	4	3	3	13
76	3	3	4	3	13
77	3	4	4	3	14
78	4	4	4	3	15
79	3	3	3	3	12
80	4	3	3	3	13
81	4	4	4	4	16
82	3	3	4	4	14
83	3	4	4	4	15
84	3	3	4	4	14
85	3	4	3	4	14
86	3	3	4	3	13
87	4	4	5	4	17
88	3	4	4	4	15
89	4	4	4	4	16
90	3	3	4	4	14
91	4	3	2	3	12
92	5	4	4	5	18
93	5	5	5	5	20
94	3	3	4	3	13
95	4	4	4	4	16
96	5	4	4	4	17
97	4	3	4	3	14
98	4	4	4	4	16
99	5	4	4	4	17
100	4	4	5	4	17
<b>Total</b>	<b>360</b>	<b>369</b>	<b>389</b>	<b>374</b>	<b>1492</b>



**Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)**

No Responden	Y1	Y2	Y3	Total
1	3	3	3	9
2	5	4	3	12
3	4	4	4	12
4	3	3	3	9
5	2	3	3	8
6	3	3	3	9
7	4	4	4	12
8	4	4	4	12
9	4	4	4	12
10	3	4	3	10
11	3	3	4	10
12	3	4	3	10
13	4	4	4	12
14	3	3	4	10
15	3	3	3	9
16	4	4	4	12
17	5	5	5	15
18	3	3	3	9
19	4	4	5	13
20	3	3	3	9
21	4	4	4	12
22	5	5	5	15
23	4	4	4	12
24	5	4	4	13
25	3	4	4	11
26	5	5	5	15
27	5	5	3	13
28	3	4	4	11
29	3	3	3	9
30	3	3	3	9
31	4	4	4	12
32	3	3	3	9
33	3	3	3	9
34	3	4	4	11
35	5	5	5	15
36	4	5	5	14
37	5	5	5	15
38	4	4	4	12
39	4	4	3	11
40	4	4	3	11
41	3	3	3	9
42	4	4	4	12
43	4	4	3	11
44	5	4	3	12
45	3	3	3	9
46	4	3	3	10
47	4	4	3	11
48	4	4	3	11
49	4	3	4	11
50	3	4	3	10
51	4	4	4	12

52	3	4	5	12
53	3	3	4	10
54	2	3	3	8
55	4	4	4	12
56	3	4	3	10
57	5	3	3	11
58	4	4	4	12
59	4	4	3	11
60	4	3	4	11
61	4	4	4	12
62	4	3	3	10
63	5	5	5	15
64	4	3	4	11
65	4	4	4	12
66	5	5	5	15
67	5	4	5	14
68	4	4	3	11
69	3	2	3	8
70	4	3	3	10
71	4	4	3	11
72	3	2	3	8
73	5	5	5	15
74	3	3	3	9
75	4	4	3	11
76	3	3	3	9
77	4	3	3	10
78	4	4	3	11
79	3	4	4	11
80	4	3	3	10
81	4	4	3	11
82	3	3	4	10
83	4	4	4	12
84	4	4	4	12
85	4	4	4	12
86	3	3	3	9
87	5	5	3	13
88	4	4	5	13
89	4	4	4	12
90	4	4	4	12
91	4	4	4	12
92	5	4	5	14
93	5	5	5	15
94	3	3	3	9
95	4	5	5	14
96	5	4	4	13
97	4	3	4	11
98	4	4	3	11
99	5	5	4	14
100	4	4	4	12
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>378</b>	<b>370</b>	<b>1132</b>

## Lampiran 5 Hasil Olah Data

## Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X1)

## Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	Total X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.483**	.450*	.729**	.407*	.520**	.365*	.532**	.405*	.463*	.761**
	Sig. (2- tailed)		.007	.013	.000	.025	.003	.048	.002	.026	.010	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	.483**	1	.526**	.408*	.560**	.537**	.359	.429*	.318	.315	.691**
	Sig. (2- tailed)	.007		.003	.025	.001	.002	.052	.018	.087	.090	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	.450*	.526**	1	.467**	.570**	.437*	.536**	.649**	.000	.458*	.738**
	Sig. (2- tailed)	.013	.003		.009	.001	.016	.002	.000	1.000	.011	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	.729**	.408*	.467**	1	.396*	.636**	.301	.364*	.264	.305	.703**
	Sig. (2- tailed)	.000	.025	.009		.030	.000	.106	.048	.158	.102	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.5	Pearson Correlation	.407*	.560**	.570**	.396*	1	.397*	.301	.466**	.317	.380*	.695**
	Sig. (2- tailed)	.025	.001	.001	.030		.030	.106	.010	.088	.039	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.6	Pearson Correlation	.520**	.537**	.437*	.636**	.397*	1	.645**	.413*	.313	.458*	.763**
	Sig. (2- tailed)	.003	.002	.016	.000	.030		.000	.023	.092	.011	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.7	Pearson Correlation	.365*	.359	.536**	.301	.301	.645**	1	.615**	.327	.317	.696**

	Sig. (2-tailed)	.048	.052	.002	.106	.106	.000		.000	.078	.088	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.8	Pearson Correlation	.532**	.429*	.649**	.364*	.466**	.413*	.615**	1	.375*	.488**	.775**
	Sig. (2-tailed)	.002	.018	.000	.048	.010	.023	.000		.041	.006	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.9	Pearson Correlation	.405*	.318	.000	.264	.317	.313	.327	.375*	1	.315	.523**
	Sig. (2-tailed)	.026	.087	1.000	.158	.088	.092	.078	.041		.090	.003
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.10	Pearson Correlation	.463*	.315	.458*	.305	.380*	.458*	.317	.488**	.315	1	.624**
	Sig. (2-tailed)	.010	.090	.011	.102	.039	.011	.088	.006	.090		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Total X1	Pearson Correlation	.761**	.691**	.738**	.703**	.695**	.763**	.696**	.775**	.523**	.624**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.003	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

### Hasil Uji Validitas Harga (X2)

#### Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Total X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.712**	.580**	.727**	.871**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	.712**	1	.643**	.887**	.914**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	.580**	.643**	1	.712**	.819**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30
X2.4	Pearson Correlation	.727**	.887**	.712**	1	.932**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30
Total X2	Pearson Correlation	.871**	.914**	.819**	.932**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

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

### Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)

#### Correlations

		Y1	Y2	Y3	Total Y
Y1	Pearson Correlation	1	.822**	.582**	.916**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000
	N	30	30	30	30
Y2	Pearson Correlation	.822**	1	.644**	.923**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30
Y3	Pearson Correlation	.582**	.644**	1	.824**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000
	N	30	30	30	30
Total Y	Pearson Correlation	.916**	.923**	.824**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

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

**Hasil Uji Reabilitas Kualitas Pelayanan (X1)****Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.878	10

**Hasil Uji Reabilitas Harga (X2)****Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.900	4

**Hasil Uji Reabilitas Kepuasan Pelanggan (Y)****Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.861	3

Lampiran 6 Tabel *Product Moment* (r)

**TABEL STATISTIK**  
*Tabel PRODUCT MOMENT (r)*

n	Taraf Signifikan		n	Taraf Signifikan		n	Taraf Signifikan	
	5%	1%		5%	1%		5%	1%
3	0,997	0,999	27	0,381	0,487	55	0,266	0,345
4	0,950	0,990	28	0,374	0,478	60	0,254	0,330
5	0,878	0,959	29	0,367	0,470	65	0,244	0,317
6	0,811	0,917	30	0,361	0,463	70	0,235	0,306
7	0,754	0,874	31	0,355	0,456	75	0,227	0,296
8	0,707	0,834	32	0,349	0,449	80	0,220	0,286
9	0,666	0,798	33	0,344	0,442	85	0,213	0,278
10	0,632	0,765	34	0,339	0,436	90	0,207	0,270
11	0,602	0,735	35	0,334	0,430	95	0,202	0,263
12	0,576	0,708	36	0,329	0,424	10	0,195	0,256
13	0,553	0,684	37	0,325	0,418	12	0,176	0,230
14	0,532	0,661	38	0,320	0,413	15	0,159	0,210
15	0,514	0,641	39	0,316	0,408	17	0,148	0,194
16	0,497	0,623	40	0,312	0,403	20	0,138	0,181
17	0,482	0,606	41	0,308	0,398	30	0,113	0,148
18	0,468	0,590	42	0,304	0,393	40	0,098	0,128
19	0,456	0,575	43	0,301	0,389	50	0,088	0,115
20	0,444	0,561	44	0,297	0,384	60	0,080	0,105
21	0,433	0,549	45	0,294	0,380	700	0,074	0,097
22	0,423	0,537	46	0,291	0,376	800	0,070	0,091
23	0,413	0,526	47	0,288	0,372	900	0,065	0,086
24	0,404	0,515	48	0,284	0,368	000	0,062	0,081
25	0,396	0,505	49	0,281	0,364			
26	0,388	0,496	50	0,279	0,361			

Sumber: Statistika Hospitalitas, Santosa (2019:210)

## Lampiran 7 Tabel t

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 - 120)

df \ %	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.87753	1.20200	1.66388	1.98080	2.37327	2.53700	3.19392
82	0.87740	1.20106	1.66365	1.98032	2.37289	2.53712	3.19282
83	0.87726	1.20013	1.66342	1.98086	2.37252	2.53727	3.19173
84	0.87712	1.19921	1.66320	1.98041	2.37215	2.53742	3.19064
85	0.87699	1.19829	1.66298	1.98097	2.37178	2.53757	3.18955
86	0.87685	1.19737	1.66277	1.98053	2.37141	2.53772	3.18846
87	0.87672	1.19645	1.66256	1.98009	2.37104	2.53787	3.18737
88	0.87659	1.19553	1.66235	1.98065	2.37067	2.53802	3.18628
89	0.87645	1.19461	1.66214	1.98021	2.37030	2.53817	3.18519
90	0.87632	1.19369	1.66193	1.98077	2.36993	2.53832	3.18410
91	0.87619	1.19277	1.66172	1.98033	2.36956	2.53847	3.18301
92	0.87605	1.19185	1.66151	1.98089	2.36919	2.53862	3.18192
93	0.87592	1.19093	1.66130	1.98045	2.36882	2.53877	3.18083
94	0.87579	1.19001	1.66109	1.98101	2.36845	2.53892	3.17974
95	0.87565	1.18909	1.66088	1.98057	2.36808	2.53907	3.17865
96	0.87552	1.18817	1.66067	1.98113	2.36771	2.53922	3.17756
97	0.87539	1.18725	1.66046	1.98069	2.36734	2.53937	3.17647
98	0.87525	1.18633	1.66025	1.98125	2.36697	2.53952	3.17538
99	0.87512	1.18541	1.66004	1.98081	2.36660	2.53967	3.17429
100	0.87499	1.18449	1.65983	1.98137	2.36623	2.53982	3.17320
101	0.87485	1.18357	1.65962	1.98093	2.36586	2.53997	3.17211
102	0.87472	1.18265	1.65941	1.98149	2.36549	2.54012	3.17102
103	0.87459	1.18173	1.65920	1.98105	2.36512	2.54027	3.16993
104	0.87445	1.18081	1.65899	1.98161	2.36475	2.54042	3.16884
105	0.87432	1.17989	1.65878	1.98117	2.36438	2.54057	3.16775
106	0.87419	1.17897	1.65857	1.98173	2.36401	2.54072	3.16666
107	0.87405	1.17805	1.65836	1.98129	2.36364	2.54087	3.16557
108	0.87392	1.17713	1.65815	1.98185	2.36327	2.54102	3.16448
109	0.87379	1.17621	1.65794	1.98141	2.36290	2.54117	3.16339
110	0.87365	1.17529	1.65773	1.98197	2.36253	2.54132	3.16230
111	0.87352	1.17437	1.65752	1.98153	2.36216	2.54147	3.16121
112	0.87339	1.17345	1.65731	1.98209	2.36179	2.54162	3.16012
113	0.87325	1.17253	1.65710	1.98165	2.36142	2.54177	3.15903
114	0.87312	1.17161	1.65689	1.98221	2.36105	2.54192	3.15794
115	0.87299	1.17069	1.65668	1.98177	2.36068	2.54207	3.15685
116	0.87285	1.16977	1.65647	1.98233	2.36031	2.54222	3.15576
117	0.87272	1.16885	1.65626	1.98189	2.35994	2.54237	3.15467
118	0.87259	1.16793	1.65605	1.98245	2.35957	2.54252	3.15358
119	0.87245	1.16701	1.65584	1.98201	2.35920	2.54267	3.15249
120	0.87232	1.16609	1.65563	1.98257	2.35883	2.54282	3.15140

Catatan: Probabilitas yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung.



## Lampiran 8 Tabel F

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilitas = 0,05															
df untuk penyebut (N <sub>2</sub> )	df untuk pembilang (N <sub>1</sub> )														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.76
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.76
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.76
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.76
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.76
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.76
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.76
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.76
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.76
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.76
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.76
128	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.76
129	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.96	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
130	3.91	3.07	2.67	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
131	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.96	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
132	3.91	3.07	2.67	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
133	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.96	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
134	3.91	3.07	2.67	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
135	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.96	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74

Lampiran 9 Lembar Bimbingan

LEMBAR BIMBINGAN



NAMA MAHASISWA : Yohana, A.T. Pongas  
 NO. MAHASISWA : 41110168  
 JUJUL PENELITIAN : Perubahan Kualitas Pelayanan & Harga  
diambil sebagai penguji pada lapangan  
e-commerce

NAMA PEMBIMBING : Dr. Fikriano, M.Pd.

NAMA PEMBIMBING : Agung Permana, S.Si, Mpa.

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PATJAF	NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PADAIF
1	24/06/20	Pemilihan Masalah, Konsep Riset		1	08/07/21	Revisi pada saat awal	Y
2	31/10/20	Instruksi & data Y HA					
		ada / landasan		3	09/03/20	Revisi proposal	Y
		Dilemi &					
		Buatkan pertanyaan		4	04/07/20	Revisi Revisi	
		Debat			10/04	Revisi P.A.	
						Revisi	
				5	16/01/2021	Revisi	Y

10/11/2020



NAMA MAHASISWA : Volgic, A.T. Roding  
 NO. MAHASISWA : 4170166  
 JUDUL PENELITIAN :

NAMA PEMBIMBING I : Dr. Roding, Drs.      NAMA PEMBIMBING II : Hennow, Ph.D., M.S., Ph.D.

NO.	TANGGAL	URAHAN BERSIHAN	PAJAF	NO.	TANGGAL	URAHAN BERSIHAN	PAJAF
3.	21/10/21	laku kerja sosial, dan					
		Tari tradisional (Koridor, gubahan)					
		teori dan 5 dimensi top					
		Cara menggunakan "Pembian" berbagai					
		teknik					
		Dokter perismpun mengenai "sistem"					
4	21/10/21	pagel : P.C.					
5	21/10/21	Konsep Teori Tite "Korporasi"					
		Di laka praktisi kean.					
		- Bgpn Interpretasi					
		kealan "mali" ke "w"					
		→ Upr, baras & Prodi?					

