

Daftar Pustaka

- Ago, G., Suharno, Mintarti, S., & Hariyad, S. (2015). Effect of Product Quality Perception , Trust , and Brand Image on Generic Drug Buying Decision and Consumer Satisfaction of Hospital Patients in East Kalimantan. *European Journal of Business and Management*, 7(14), 50–69.
- Bhd., iPrice G. S. (2018). Persaingan e-commerce berdasarkan jumlah pengunjung situs. Retrieved from <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>. Diakses pada tanggal 4 November 2018.
- Chandra, Adel. (2014). Penyelesaian Sengketa Transaksi Elektronik Melalui Online Dispute Resolution (ODR) Kaitan Dengan UU Informasi dan Transaksi Elektronik No. 11 Tahun 2008. *Jurnal Ilmu Komputer* 10(2).
- Chao, R.-F., Wu, T.-C., & Yen, W.-T. (2015). The Influence of Service Quality, Brand Image, and Customer Satisfaction on Customer Loyalty for Private Karaoke Rooms in Taiwan. *The Journal of Global Business Management*, 11(1), 59–67.
- Dkatadata.co.id Statistik & Data Portal. (2018). Transaksi E-Commerce Indonesian 2014 - 2018. Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2016/11/16/transaksi-e-commerce-indonesia-naik-500-dalam-5-tahun>. Diakses pada tanggal 3 November 2018.
- Fang, Y., Qureshi, I., Sun, H., McCole, P., Ramsey, E., & Lim, K. H. (2014). Trust, Satisfaction, and online Repurchase Intention: The Moderating Role of Perceived Effectiveness of E-Commerce Institutional Mechanisms. *Journal of MIS Quarterly*, 38(2), 407–427.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Google play store. (2018). Rating E-Commerce di Indonesia Tahun 2018. Diakses pada tanggal 4 November 2018.
- Group, F. C. (2015-2018). Top Brand Award Top Brand Index Fase 2. Retrieved from http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey_result/top_brand_index_2015-2018_fase_2. Diakses pada tanggal 3 November 2018.
- Ho, S. (2018). Impact on Customer Trust and Customer Satisfaction according to the Logistics Service Quality of Home Shopping. *International Journal of Pure and Applied Mathematics*, 118(19), 277–289.
- Kapriani, Zain, M. Y., Lewangka, O., & Fattah, S. (2014). The Influence Of Religious Values , Social Factor And Service Quality In Individual Customer Decision Using Murabahah Financial On Islamic Bank, Indonesia. *International Journal of Scientific & Technology Research*, 3(12), 211–214.
- Khairani, S. (2015). Pengaruh Kepercayaan Kualitas Informasi Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Membeli Melalui Media Sosial (Studi Kasus

Mahasiswa Akuntansi STIE MDP). *SNEMA*, (ISBN:978-602-17129-5).

Kotler, P.& Armstrong, G. (2013). *Dasar - Dasar Pemasaran*. Jakarta: Indeks.

Kotler, P.& Armstrong, G. (2013). *Prinsip - Prinsip Pemasaran* (12th ed.). Erlangga.

Kotler,P. & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.Inc.

Lazada.co.id. (2018). Ulasan dan Penilaian Pada Lazada. Diakses pada tanggal 10 Januari 2019.

Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Jakarta: Salemba Empat.

Nguyen, N., Leclerc, A., & LeBlanc, G. (2013). The Mediating Role of Customer Trust on Customer Loyalty. *Journal of Service Science and Management*, 06(01), 96–109. <https://doi.org/10.4236/jssm.2013.61010>

Osman, Z., & Sentosa, I. (2013). Influence of Customer Satisfaction on Service Quality and Trust Relationship in Malaysian Rural Tourism. *Business and Management Quarterly Review*, 4(2), 12–25.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). Optical flip-flop. *Electronics Letters*, 21(6), 236–238. <https://doi.org/10.1049/el:19850169>

Pardede, R & Manurung, R. (2014). *Analisis Jalur Teori dan aplikasi dalam Riset Bisnis*. Jakarta: PT.Rineka Cipta.

Penyelenggara, A. J. P. I. (2018). Pertumbuhan Pengguna Internet. Retrieved from [https:// apjii.or.id/ content/ read/ 104/ 357/ BULETIN-APJII-EDISI-23---April-2018](https://apjii.or.id/content/read/104/357/BULETIN-APJII-EDISI-23---April-2018). Diakses pada tanggal 2 November 2018.

Praja, A. K. A., Ruswanti, E., & Hapsari, N. P. (2016). The Six Dimensions Service of Quality on Loyalty Mediated Student Satisfaction Batavia University. *I J A B E R*, 14(12), 8753–8766.

Prasetyo, H. D., & Purbawati, D. L. (2016). Pengaruh E-Service Quality dan E-Security Seals Terhadap E-Satisfaction Melalui Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 5(2), 127–134.

Purba, A. P., & Ruswanti, E. (2015). Pengaruh Kepercayaan, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian BBM Peralite (Studi Kasus Pada Pengguna BBM Peralite Di Wilayah Puri Kembangan, Jakarta Barat). *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*, 3, 61–78.

- Riduwan, & Achmad Engkos Kuncoro. (2011). *Cara Menggunakan dan Memakai Path Analysis (Analisis Jalur)* (Revisi). Bandung: Alfabeta.
- Riwidikdo, H. (2013). *Statistik Kesehatan*. Yogyakarta: Rohima Press.
- Ruswanti, E. (2012). Pengaruh Service Quality dan Customer Satisfaction terhadap Customer Loyalty. *Jurnal Widya*.
- Saling, Modding, B., Semmaila, B., & Gani, A. (2016). Effect of Service Quality and Marketing Stimuli on Customer Satisfaction: The Mediating Role of Purchasing Decisions. *Journal of Business and Management Sciences*, 4(4), 76–81. <https://doi.org/10.12691/JBMS-4-4-1>
- Sangadji, E. & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen : Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Schiffman, L.G. & Kanuk. L. L. (2013). *Perilaku Konsumen* (7th ed.). Jakarta: Indeks.
- Siagian, H. & Cahyono, E. (2014). Analisis Website Quality, Trust Dan Loyalty Pelanggan Online Shop. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 8(2), 55–61.
- Sudaryono. (2014). *Perilaku Konsumen Dalam Prespektif Pemasaran*. Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2015). *Perilaku Konsumen Teori Penerapannya Dalam Pemasaran* (2nd ed.). Bogor: Ghaliia Indonesia.
- Sunyoto, D. (2014). *Dasar - Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Center of Academic Publishing Service (CPAS).
- Tijjng, B., Kamase, J., Labbase, I., & Plyriadi, A. (2017). The Relevance of Marketing Mix and Service Quality on Students' Decision-Making Factors Regarding Higher Education and Satisfaction. *IRA-International Journal of Management & Social Sciences (ISSN 2455-2267)*, 8(1), 81. <https://doi.org/10.21013/jmss.v8.n1.p9>
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Jakarta: Gramedia Cawang.
- Tyas, Prasetyoning AAW. & Nina, Nurhasanah, (2019). Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kemudahan PadaSitus Jual Beli Online, *Jurnal Ekonomi 1* (10), 15
- Vongurai, R., Elango, D., & Phothikitti, K. (2018). Social Media Usage , Electronic Word of Mouth and Trust Influence Purchase-Decision Involvement in Using Traveling Services. *Asia Pasific Journal of Multidisiplin Research*, 6(4), 32–37.

LAMPIRAN 1
Kuesioner Penelitian

Perihal : Permohonan pengisian kuesioner penelitian

Judul : **Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Jual Beli *Online* Lazada (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Esa Unggul)**

Kepada Yth : Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Esa Unggul
Dengan Hormat,

Dalam rangka penulisan Proposal di Universitas Esa Unggul, Jakarta Barat sebagaimana satu syarat untuk mendapatkan gelar Sastra Satu (S1) konsentrasi Manajemen – Pemasaran maka saya memohon dengan sangat kepada yang terhormat Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Esa Unggul untuk mengisi kuesioner yang telah disediakan. Kuesioner ini bukan tes psikologi dari Universitas atau dari manapun, maka dari itu Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Esa Unggul tidak perlu takut atau ragu-ragu dalam memberikan jawaban yang sejujurnya. Artinya semua jawaban yang diberikan Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Esa Unggul adalah benar, dan jawaban yang diminta sesuai dengan kondisi yang dirasakan oleh Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Esa Unggul selama ini. Setiap jawaban yang diberikan merupakan bantuan yang tidak ternilai harganya bagi penelitian ini, atas perhatian dan bantuannya saya mengucapkan terima kasih.

Hormat Saya

Yeni Damayanthi
2015-11-430

Pilihlah salah satu jawaban pada setiap pernyataan berikut dengan memberikan tanda silang (X)

PROFIL RESPONDEN

Nama :

Jenis Kelamin :

Laki-Laki Perempuan

Usia :

17-23 Tahun 24-29 Tahun 30-35 Tahun

➤ **BERAPA KALI ANDA TELAH MELAKUKAN PEMBELIAN DI SITUS LAZADA ?**

1 Kali 3 Kali
 2 Kali > 3 Kali

Peneliti meminta anda mengisi kuesioner untuk mengetahui pendapat anda mengenai pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian pada mahasiswa/i aktif fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Esa Unggul. Penelitian ini murni bersifat akademis. Terima kasih atas perhatian dan kerjasamanya.

PETUNJUK PENGISIAN

Peneliti telah menyediakan berbagai pernyataan untuk anda jawab. Setiap butir pernyataan hanya boleh dijawab satu kali dengan mencentang salah satu kotak dari empat pilihan kotak yang disediakan. Anda akan melihat empat kotak dengan kode ss, s, ts, sts. Adapun maknanya adalah:

- SS (SANGAT SETUJU)
- S (SETUJU)
- TS (TIDAK SETUJU)
- STS (SANGAT TIDAK SETUJU)

Variabel Kualitas Layanan (X1)

| NO | PERNYATAAN | SS | S | TS | STS |
|----|--|----|---|----|-----|
| 1 | Situs Lazada memiliki tampilan yang menarik | | | | |
| 2 | Situs Lazada dapat mudah diakses | | | | |
| 3 | Situs Lazada dapat mudah digunakan | | | | |
| 4 | Situs Lazada memiliki keandalan dalam menangani masalah yang terjadi | | | | |
| 5 | Situs Lazada selalu menyediakan stok produk | | | | |
| 6 | Situs Lazada memberikan informasi yang akurat | | | | |
| 7 | Situs Lazada dapat melayani dengan pelanggan cepat | | | | |
| 8 | Situs Lazada dapat melayani pelanggan dengan tepat | | | | |
| 9 | Situs Lazada memberikan layanan yang mudah dipahami | | | | |
| 10 | Situs Lazada dapat memberikan jaminan pengiriman tepat waktu | | | | |
| 11 | Situs Lazada dapat memberikan garansi produk | | | | |
| 12 | Situs Lazada memberikan keamanan data bagi pelanggan | | | | |
| 13 | Situs Lazada dapat menghemat waktu | | | | |
| 14 | Situs Lazada dapat melayani dengan ramah | | | | |
| 15 | Situs Lazada dapat melayani dengan sopan santun | | | | |

Variabel Kepercayaan (X2)

| NO | PERNYATAAN | SS | S | TS | STS |
|----|--|----|---|----|-----|
| 16 | Situs Lazada memberikan pengetahuan tentang berbelanja elektronik | | | | |
| 17 | Situs Lazada memberikan keahlian tentang berbelanja elektronik | | | | |
| 18 | Saya merasa bahwa situs Lazada akan memenuhi apa yang diharapkan oleh pelanggan | | | | |
| 19 | Saya percaya situs Lazada selalu mengutamakan keterusterangan dalam menjual produk | | | | |
| 20 | Saya merasa bahwa situs Lazada memiliki perhatian untuk memberikan pelayanan terbaik bagi pelanggannya | | | | |
| 21 | Saya merasa bahwa situs Lazada menepati janji yang diberikan | | | | |

Variabel Keputusan pembelian (Z)

| NO | PERNYATAAN | SS | S | TS | STS |
|----|--|----|---|----|-----|
| 22 | Saya membeli produk pada situs Lazada Karena sesuai dengan kebutuhan saya. | | | | |
| 23 | Adanya faktor lingkungan untuk mencoba membeli pada situs Lazada | | | | |
| 24 | Saya memperoleh informasi tentang situs Lazada dari teman. | | | | |
| 25 | Saya memperoleh informasi tentang situs Lazada melalui internet | | | | |
| 26 | Saya akan melakukan pembelian jika informasi yang diberikan situs Lazada terpercaya | | | | |
| 27 | Saya merasa harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas yang didapat, membuat saya tertarik untuk melakukan pembelian pada situs Lazada | | | | |
| 28 | Saya yakin membeli produk pada situs Lazada merupakan keputusan yang tepat | | | | |
| 29 | Saya memutuskan untuk membeli pada situs Lazada berdasarkan pengalaman orang lain | | | | |
| 30 | Saya merekomendasikan orang lain untuk melakukan pembelian pada situs Lazada | | | | |
| 31 | Saya akan melakukan pembelian kembali pada situs Lazada | | | | |

Variabel Kepuasan pelanggan (Y)

| NO | PERNYATAAN | SS | S | TS | STS |
|----|---|----|---|----|-----|
| 32 | Saya merasa puas setelah melakukan pembelian disitus Lazada | | | | |
| 33 | Saya merasa puas karena situs Lazada memberikan jaminan atas kualitas yang diberikan | | | | |
| 34 | Saya merasa senang dengan layanan pada situs Lazada | | | | |
| 35 | Saya merasa senang setelah melakukan pembelian pada situs Lazada | | | | |
| 36 | Saya merasa bahwa situs Lazada memberikan produk yang sesuai dengan harapan pelanggan | | | | |
| 37 | Saya merasa bahwa situs Lazada memberikan pelayanan yang memenuhi harapan pelanggan | | | | |

LAMPIRAN 2
Kuesioner Pra Survey

Responden yang terhormat, perkenalkan nama saya Yeni Damayanthi dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen Universitas Esa Unggul, ingin melakukan pra survey untuk memenuhi tugas akhir. Bersama ini saya mengharapkan ketersediaan sdr/sdri untuk mengisi daftar pertanyaan dalam kuesioner ini dengan tujuan sebagai data untuk penyusunan skripsi dengan judul : ‘ Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan konsumen melalui keputusan pembelian’. Atas ketersediaan sdr/sdri menjawabnya dengan sejujurnya dan sebaik – baiknya saya mengucapkan terima kasih.

Bagaimana tanggapan saudara/i mengenai kualitas layanan pada situs jual *online* lazada ?

- Bagus
- Tidak Bagus

Alasan :

.....

Apakah saudara/i percaya terhadap situs *online* Lazada ?

- Ya
- Tidak

Alasan :

.....

Hasil Tabulasi 30 Responden Kualitas Layanan

| P1 | P2 | P3 | P4 | P5 | P6 | P7 | P8 | P9 | P10 | P11 | P12 | P13 | P14 | P15 | Total |
|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-------|
| 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 50 |
| 2 | 1 | 2 | 1 | 3 | 1 | 3 | 3 | 2 | 4 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 35 |
| 3 | 4 | 4 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 46 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 51 |
| 3 | 4 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 44 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 53 |
| 2 | 3 | 4 | 2 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 44 |
| 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 47 |

| P1 | P2 | P3 | P4 | P5 | P6 | P7 | P8 | P9 | P10 | P11 | P12 | P13 | P14 | P15 | Total |
|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-------|
| 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 46 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 53 |
| 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 41 |
| 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 41 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 1 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 38 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 53 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 43 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 42 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 51 |
| 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 44 |
| 3 | 3 | 2 | 1 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 44 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 43 |
| 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 43 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 43 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 45 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 46 |
| 2 | 4 | 3 | 2 | 1 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 41 |
| 3 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 3 | 1 | 1 | 2 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 45 |
| 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 36 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 43 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 51 |

Hasil Tabulasi 30 Responden Kepercayaan

| P1 | P2 | P3 | P4 | P5 | P6 | Total |
|----|----|----|----|----|----|-------|
| 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 21 |
| 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 8 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 18 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 20 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 19 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 18 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 21 |
| 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 16 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 21 |
| 3 | 3 | 3 | 2 | 1 | 2 | 14 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 19 |

| P1 | P2 | P3 | P4 | P5 | P6 | Total |
|----|----|----|----|----|----|-------|
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 16 |
| 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 13 |
| 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 13 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 19 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 20 |
| 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 16 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 19 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 4 | 4 | 1 | 3 | 3 | 2 | 17 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 15 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |

Hasil Tabulasi 30 Responden Keputusan Pembelian

| P1 | P2 | P3 | P4 | P5 | P6 | P7 | P8 | P9 | P10 | Total |
|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-------|
| 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 32 |
| 2 | 4 | 4 | 2 | 3 | 2 | 1 | 3 | 1 | 2 | 24 |
| 4 | 2 | 3 | 4 | 4 | 2 | 3 | 1 | 3 | 3 | 29 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 31 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 28 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 35 |
| 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 32 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 35 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 39 |
| 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 1 | 2 | 3 | 23 |
| 3 | 2 | 2 | 4 | 4 | 2 | 3 | 4 | 2 | 2 | 28 |
| 3 | 1 | 1 | 1 | 3 | 1 | 2 | 2 | 3 | 2 | 19 |
| 4 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 29 |
| 3 | 2 | 3 | 3 | 1 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 24 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 25 |
| 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 29 |

| P1 | P2 | P3 | P4 | P5 | P6 | P7 | P8 | P9 | P10 | Total |
|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-------|
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 29 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 29 |
| 1 | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 24 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 31 |
| 4 | 3 | 2 | 4 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 30 |
| 3 | 4 | 1 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 29 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 3 | 1 | 1 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 24 |
| 3 | 3 | 2 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 29 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |

Hasil Tabulasi 30 Responden Kepuasan Pelanggan

| P1 | P2 | P3 | P4 | P5 | P6 | Total |
|----|----|----|----|----|----|-------|
| 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 21 |
| 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 8 |
| 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 19 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 17 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 19 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 18 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 19 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 20 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 2 | 3 | 2 | 2 | 1 | 3 | 13 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 19 |
| 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 15 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 19 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 19 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 19 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 13 |

| P1 | P2 | P3 | P4 | P5 | P6 | Total |
|----|----|----|----|----|----|-------|
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |