

SKRIPSI
PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MIROTA BATIK
DI YOGYAKARTA



Disusun Oleh:

JULIYANTI URBON

11130082

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA YOGYAKARTA

TAHUN AJARAN 2017/2018

SKRIPSI
PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MIROTA BATIK
DI YOGYAKARTA



Disusun Oleh:

JULIYANTI URBON

11130082

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA YOGYAKARTA
TAHUN AJARAN 2017/2018

Halaman Pengajuan

Skripsi dengan judul:

PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MIROTA BATIK DI YOGYAKARTA

Diajukan Kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh:

Juliyanti Urbon

11130082

Program Studi S1 Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

Yogyakarta

2017/2018

Halaman Pengesahan

Skripsi dengan judul:

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MIROTA BATIK DI YOGYAKARTA**

Telah diajukan dan dipertahankan oleh:

JULIYANTI URBON

11130082

dalam ujian skripsi Program Studi S1 Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

dan dinyatakan DITERIMA untuk menerima salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana
Manajemen pada tanggal 17 Januari 2019

Nama Dosen:

1. Dr. Singgih Santoso, MM
(Ketua Tim Penguji)
2. Dra. Purwani Retno Andalas, MM
(Dosen Pembimbing/Penguji)
3. Lucia Nurbani Kartika, S.Pd., MM
(Dosen Penguji)

Tanda Tangan



[Handwritten signatures of the three examiners]

Yogyakarta, 25 JAN 2019

Disahkan Oleh:

Dekan,



(Dr. Singgih Santoso, MM)

Wakil Dekan I Manajemen,

[Handwritten signature of the Dean I of Management]

(Dra. Sisnuhadi, Mba, Ph.)

Pernyataan Keaslian Skripsi

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul:

PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MIROTA BATIK DI YOGYAKARTA

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat untuk menjadi Sarjana pada Program studi S1 Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta, adalah bukan hasil tiruan atau duplikasi dari karya pihak lain di Perguruan Tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya sudah di cantumkan sebagaimana mestinya. Jika dikemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tiruan dari karya pihak lain, maka bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar saya.

Yogyakarta, 26-11-2018



11130082

Halaman Motto

Tetapi apabila diantara kamu yang kekurangan hikmat, hendaklah ia memintakannya kepada Allah,- yang memberikan kepada semua orang dengan murah hati dan dengan tidak membangkit-bangkit-, maka hal itu akan dibeikan kepadanya.(Yakobus 1:5)

Aku sekali-kali tidak akan membiarkan engkau dan aku sekali- kali tidak akan meninggalkan engkau (Ibrani 1:5b)

Karean masa depan sungguh ada, dan harapanmu tidak hilang. (amsal 23:18)

Segala sesuatu akan menjadi kenyataan, bila segala sesuatu dikerjakan, dan bukan hanya dipikirkan. Sebuah Impian atau Harapan akan menjadi kenyataan, jika dimulai dengan kerja keras, sama halnya dengan cita-cita di mulai dengan bekerja yang sungguh-sungguh untuk meraihnya dan bukan hanya angan-angan.

Halaman Persembahan

1. Yang pertama saya persembahkan kepada Tuhan Yesus Kristus yang telah memberikan berkat pengetahuan sehingga dapat menyelesaikan studi manajemen dengan baik.
2. Kepada kedua orang tua Bapa (Leonard Urbon) dan mama (Maria M Dorisara) saya yang selalu senantiasa memberikan semangat, doa dan dukungan yang tidak habis-habisnya kepada saya.
3. Kepada kakak Simon dan Frangky serta adik Yunita, Fidel dan si kecil Antenor saya yang selalu menyemangati dan memberi dorongan untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Dan Kepada Dosen Pembimbing sekaligus Dosen Wali saya Bu Retno yang selalu dengan sabar dan senantiasa membimbing dan mendukung juga mendorong saya sehingga dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan baik. Saya ucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada ibu. Dan terimakasih sudah menjadi Dosen Wali yang sangat perhatian kepada Mahasiswanya yang sangat keras kepala dan sedikit bandel ini.
5. Kepada teman seperjuangan iis lauw, kk lesly, anet, maria dan masih banyak lagi yang belum disebutkan terima kasih sudah berjuang bersama saya.
6. Dan semua keluarga, sahabat dan orang yang menyayangiku terima kasih telah memberikan doa, dukungan dan motivasi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Kata Pengantar

Puji dan syukur kami panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena hanya atas berkat dan rahmat-Nya, sehingga Skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas, Persepsi Harga dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Mirota Batik di Yogyakarta” dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu.

Adapun tujuan penulisan Skripsi ini adalah untuk memenuhi persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana S1 Program Studi Manajemen Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta. Penyusunan Skripsi ini tidak terlepas dari bantuan beberapa pihak, Oleh karena itu saya hendak mengucapkan terima kasih.

Akhir kata, Saya menyadari bahwa Skripsi ini masih belum sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat saya harapkan. Semoga penyusunan laporan ini bermanfaat bagi semua pihak.

Yogyakarta, 26 -11-2018

Daftar Isi

	Hal
Halama Judul.....	i
Halaman Pengajuan.....	ii
Halaman Pengesahan.....	iii
Halaman Keaslian Skripsi.....	vi
Halaman Motto.....	v
Halaman Persembahan.....	vi
Kata Pengantar.....	vii
Daftar Isi.....	viii
Daftar Tabel.....	x
Daftar Gambar.....	xi
Daftar Lampiran.....	xii
Abstraksi.....	xiii
Abstract.....	xiv
Bab I.....	1
Pendahuluan.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	4
1.3 Rumusan Masalah.....	5
1.4 Batasan Masalah.....	5
1.5 Tujuan Penelitian.....	6
1.6 Manfaat Penelitian.....	6
Bab II.....	8
Landasan Teori.....	8
2.1 Pemasaran (<i>Marketing</i>).....	8
2.1.1 Produk.....	8
2.1.2 Atribut Produk.....	9
2.2 Pengertian Kualitas Produk.....	11
2.2.1 Indikator Kualitas Produk.....	12
2.3 Pengertian Harga.....	13
2.3.1 Indikator Persepsi Harga.....	14
2.4 Pengertian Pelayanan.....	15
2.4.1 Indikator Pelayanan.....	16
2.5 Kepuasan Konsumen.....	17
2.5.1 Indikator Kepuasan Konsumen.....	17
2.6 Penelitian Terdahulu.....	19
2.7 Hubungan Kualitas Produk Dengan Kepuasan Konsumen.....	22
2.8 Hubungan Persepsi Harga Dengan Kepuasan Konsumen.....	22
2.9 Hubungan Pelayanan Dengan Kepuasan Konsumen.....	22
2.10 Hubungan Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen.....	23
2.11 Kerangka Konsep.....	24

2.12 Perumusan Hipotesis.....	25
Bab III.....	26
Metode Penelitian.....	26
3.1 Desain Penelitian.....	26
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian.....	26
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian.....	26
3.4 Teknik pengumpulan Data.....	29
3.5 Variabel dan Defenisi Operasional Variabel.....	29
3.6 Pengukuran Variabel.....	34
3.7 Analisis Data.....	35
Bab IV.....	41
Analisis dan Pembahasan.....	41
4.1 Hasil Analisis Data.....	41
4.2 Hasil Uji Instrumen Penelitian.....	41
4.2.1 Uji Validitas.....	41
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	43
4.3 Hasil Teknik Analisis Data.....	44
4.3.1 Hasil Analisis Deskriptif.....	44
4.4 Uji Hipotesis.....	51
4.4.1 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	51
4.4.2 Koefisien Determinasi (R^2).....	53
4.4.3 Uji F.....	54
4.4.4 Uji t.....	55
4.5 Pembahasan.....	58
4.5.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen.....	58
4.5.2 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.....	59
4.5.3 Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	60
Bab V.....	62
Kesimpulan dan Saran.....	62
5.1 Kesimpulan.....	62
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	63
5.3 Saran.....	64
Daftar Pustaka.....	66
Lampiran.....	68

Daftar tabel

	Hal
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	19
Tabel 3.1 Instrumen Penelitian.....	35
Tabel 4.1 Uji Validitas.....	42
Tabel 4.2 Uji Reliabilitas.....	43
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	45
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir.....	46
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran per Bulan.....	47
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	48
Tabel 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Membeli batik di Mirota Batik (selama 6 bulan terakhir).....	49
Tabel 4.9 Rangkuman Karakteristik Responden.....	50
Tabel 4.10 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	52
Tabel 4.10 Koefisien Determinasi (R^2).....	53
Tabel 4.11 Uji F.....	55
Tabel 4.12 Uji t.....	56

Daftar Gambar

Gambar 2.1 Kerangka Konsep.....	Hal 25
---------------------------------	-----------

©UKDW

Daftar Lampiran

		Hal
Lampiran 1	Kuesioner Penelitian	68
Lampiran 2	Data Responden.....	72
Lampiran 3	Uji Validitas dan Reliabilitas	76
Lampiran 4	Karakteristik Responden	84
Lampiran 5	Analisis Regresi Berganda	83
Lampiran 6	Surat Izin Penelitian.....	86
Lampiran 7	Formulir Revisi Judul Skripsi.....	87

©UKDW

Abstraksi

“PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MIROTA BATIK DI YOGYAKARTA”

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari kualitas produk, persepsi harga dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen Mirota Batik di Yogyakarta. Populasinya adalah seluruh konsumen dari mirota batik dan teknik sampel menggunakan *accidental* sampel atau konsumen yang kebetulan ketemu dengan peneliti dan jumlah responden 100 orang.

Hasil uji instrumen variable kualitas produk, pelayanan, harga dan kepuasan konsumen semuanya valid dan reliabel. Sedangkan hasil uji hipotesis, Hasil analisis regresi linier menunjukkan $Y = 0,004 + 0,286 X_1 + 0,000 X_2 + 0,611 X_3 + e$, Hasil ini menyatakan semakin baik kualitas produk, persepsi harga, dan pelayanan dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Hasil uji F menunjukkan kualitas produk, persepsi harga dan pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen secara simultan sebesar 14,192 dengan tingkat signifikansi 0.000. Hasil uji t menunjukkan bahwa kualitas produk dan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen tetapi persepsi harga menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,286, hal ini berarti 28,6% kepuasan konsumen Mirota batik Yogyakarta dipengaruhi oleh kualitas produk, persepsi harga, dan pelayanan sedangkan sisanya 71,4% sisanya di pengaruhi oleh variabel lain yang berada diluar variabel yang diteliti.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Persepsi Harga, Pelayanan dan Kepuasan Konsumen

Abstract

"THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, PRICE PERCEPTION, AND SERVICE TOWARDS CUSTOMER SATISFACTION OF MIROTA BATIK IN YOGYAKARTA"

The purpose of this research is to study the influence of product quality, perception price and service towards the satisfaction of the Mirota Batik customer in Yogyakarta. Its population of this research is all customers of Mirota Batik and the sample techniques uses accidental sample on the consumer who happened to meet with researchers, The number of respondents are 100 people.

The results of the test instrument is that product quality, price perception, service and customer's satisfaction are all valid and reliable. While the results of the test of the hypothesis, shows that linear regression analysis results is $Y = 0,004 + 0,286 X_1 + 0,000 X_2 + 0,611 X_3 + e$, The results shos that the higher product quality, price perception, and service influences consumer satisfaction. F test shows that product quality, perception price, and service have influence to the customer satisfaction simultaneously with the calculation value is 14,192 and the significance is 0.000. 't' test shows that product quality and service has significant influence to the customers satisfaction. But price perception that shows price preception do not significant influence to the customers satisfaction. The results of The simultaneous determination coefficient (R^2) is 0,286 or 28,6% of the customers satisfaction at Mirota Batik Yogyakarta are influenced by the product quality service and price while the remaining of 71.4% is influenced by other variables those are being observed.

Key Word: Product Quality, Price Perception, Service and Customer's Statisfaction

Abstraksi

“PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MIROTA BATIK DI YOGYAKARTA”

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari kualitas produk, persepsi harga dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen Mirota Batik di Yogyakarta. Populasinya adalah seluruh konsumen dari mirota batik dan teknik sampel menggunakan *accidental* sampel atau konsumen yang kebetulan ketemu dengan peneliti dan jumlah responden 100 orang.

Hasil uji instrumen variable kualitas produk, pelayanan, harga dan kepuasan konsumen semuanya valid dan reliabel. Sedangkan hasil uji hipotesis, Hasil analisis regresi linier menunjukkan $Y = 0,004 + 0,286 X_1 + 0,000 X_2 + 0,611 X_3 + e$, Hasil ini menyatakan semakin baik kualitas produk, persepsi harga, dan pelayanan dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Hasil uji F menunjukkan kualitas produk, persepsi harga dan pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen secara simultan sebesar 14,192 dengan tingkat signifikansi 0.000. Hasil uji t menunjukkan bahwa kualitas produk dan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen tetapi persepsi harga menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,286, hal ini berarti 28,6% kepuasan konsumen Mirota batik Yogyakarta dipengaruhi oleh kualitas produk, persepsi harga, dan pelayanan sedangkan sisanya 71,4% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang berada diluar variabel yang diteliti.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Persepsi Harga, Pelayanan dan Kepuasan Konsumen

Abstract

"THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, PRICE PERCEPTION, AND SERVICE TOWARDS CUSTOMER SATISFACTION OF MIROTA BATIK IN YOGYAKARTA"

The purpose of this research is to study the influence of product quality, perception price and service towards the satisfaction of the Mirota Batik customer in Yogyakarta. Its population of this research is all customers of Mirota Batik and the sample techniques uses accidental sample on the consumer who happened to meet with researchers, The number of respondents are 100 people.

The results of the test instrument is that product quality, price perception, service and customer's satisfaction are all valid and reliable. While the results of the test of the hypothesis, shows that linear regression analysis results is $Y = 0,004 + 0,286 X_1 + 0,000 X_2 + 0,611 X_3 + e$, The results shos that the higher product quality, price perception, and service influences consumer satisfaction. F test shows that product quality, perception price, and service have influence to the customer satisfaction simultaneously with the calculation value is 14,192 and the significance is 0.000. 't' test shows that product quality and service has significant influence to the customers satisfaction. But price perception that shows price preception do not significant influence to the customers satisfaction. The results of The simultaneous determination coefficient (R^2) is 0,286 or 28,6% of the customers satisfaction at Mirota Batik Yogyakarta are influenced by the product quality service and price while the remaining of 71.4% is influenced by other variables those are being observed.

Key Word: Product Quality, Price Perception, Service and Customer's Statisfaction

Bab I

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Seiring perkembangan zaman dan kemajuan perekonomian Indonesia yang juga makin meningkat menjadi pengaruh dalam kehidupan bermasyarakat, baik dalam pola perilaku persaingan menjalankan bisnis, dan juga bidang ekonomi sosial dan juga budaya. Pertumbuhan industri yang semakin meningkat menyebabkan harus menghadapi persaingan yang ketat ini perusahaan dituntut dapat bersaing secara kompetitif, dalam mencapai tujuan perusahaan diperlukan strategi perusahaan untuk membangun kepuasan konsumen seiring dengan semakin ketatnya persaingan bisnis dalam kategori produk tertentu. Setiap bisnis didalamnya terkait dengan pemasaran.

Variabel kualitas produk menjadi salah satu alasan konsumen membeli produk atau menggunakan jasa, dikarenakan semakin bermutu atau baik kualitas suatu produk dapat mempengaruhi pendapatan suatu perusahaan, alasan peneliti mengambil kualitas produk sebagai variabel penelitian dikarenakan variabel kualitas sangat cocok untuk diteliti. Harga juga menjadi alasan peneliti menjadikan variabel penelitian dikarenakan harga menjadi salah satu alasan konsumen membeli suatu produk, dan harga juga bisa menjadi faktor yang mempengaruhi konsumen membeli produk atau menggunakan jasa. Pelayanan alasan peneliti menggunakan pelayanan sebagai variabel yang diteliti dikarenakan pelayanan juga mempengaruhi alasan konsumen datang membeli produk atau menggunakan jasa perusahaan tersebut. Kepuasan konsumen menjadi variabel yang diteliti peneliti kepuasan

dinyatakan dengan harapan yang diinginkan terpenuhi, dan membuat perasaan senaang setelah melakukan pembelian produk atau penggunaan jasa.

Hubungan variabel kualitas produk dengan kepuasan konsumen, dimana bahan baku yang ditawarkan oleh perusahaan semakin baik, maka akan semakin meningkatkan kepuasan konsumen. Hubungan harga dengan kualitas produk semakin baik kualitas dikuti dengan harga, dimana harga terjangkau atau mahal biasanya konsumen mengkaitkan dengan kualitas produk tersebut. Hubungan pelayanan dengan kepuasan konsumen, pengaruh pelayanan terhadap kepuasan dijelaskan sebagai berikut jika pelayanan yang diberikan kepada konsumen sesuai yang diharapkan maka akan memberikan kepuasan. Dengan demikian pelayanan terus ditingkatkan sehingga mencapai apa yang diharapkan oleh konsumen maka akan puas.

Konsumen tidak hanya sekedar membeli produk namun sekaligus membeli layanan yang menyertainya. Pada umumnya konsumen akan merasa senang jika dilayani dengan sopan, ramah, dengan sepenuh perhatian sehingga akan timbul kepuasan. Dengan demikian, pelayanan merupakan hal yang penting dalam menentukan kepuasan konsumen.

Daerah Istimewa Yogyakarta menjadi salah satu tempat pariwisata dan juga salah satu tempat untuk yang di buru oleh para wisatawan untuk membeli batik, selain Solo, Semarang, Bandung, Surabaya dan masih banyak lagi. Selain membeli juga belajar cara membatik, di Yogyakarta sendiri banyak sekali tempat yang menjual batik

Selain itu Yogyakarta dinobatkan sebagai kota batik dunia oleh *World Craft Council* (WCC) pada tanggal 18 oktober 2014 di Dongyang, Tiongkok.

tujuh kriteria dari dewan kerajinan dunia yaitu nilai sejarah, orisinalitas, pelestarian, nilai ekonomi, nilai global yang ramah lingkungan dan keberlanjutan. Yogya mendapat gelar karena memenuhi kriteria tersebut.

Salah satu bentuk tanggung jawab dalam mendukung, melestarikan dan menumbuh kembangkan gelar *World Batik City* (Kota Batik Dunia) yang telah diakui internasional tersebut, tahun 2016 Yogyakarta menggelar Jogja International Batik Biennale 2016 (JIBB 2016) yang diselenggarakan pada 12-15 Oktober 2016. Pameran ini ingin menunjukkan bahwa Yogyakarta memang menjadi pusat batik, bersifat terbuka dan memberikan ruang yang luas kepada dunia batik dan perkembangannya. Dalam beberapa artikel mengatakan kontribusi batik di Indonesia cukup besar.

Berdasarkan pra-observasi yang dilakukan oleh peneliti, peneliti mencoba untuk mengumpulkan data sebanyak mungkin guna untuk diseleksi selanjutnya sehingga penulis dapat mengambil satu toko sebagai sampel dari populasi toko batik yang ada Yogyakarta adalah Toko Mirota Batik yang beralamat di jalan Ahmad Yani Yogyakarta, tempat tersebut tidak jauh dari dari Malioboro, tempat ini juga menjadi salah satu tempat yang diburu oleh wisatawan yang ingin membeli batik, mulai dari wisatawan lokal sampai wisatawan asing pun ada. Dengan demikian, penulis memutuskan untuk mengadakan penelitian ini di Toko Mirota Batik, yang terletak di jalan Ahmad Yani, Yogyakarta. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian tentang **“Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Mirota Batik di Yogyakarta”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berikut ini adalah beberapa identifikasi masalah dari penelitian ini:

1. Kebutuhan atau keinginan konsumen semakin meningkat tentang batik.

Menurut Retno Kurniasih (2018) dalam jurnalnya yang berjudul analisis Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Produk Batik Tulis Banyumas Peningkatan tersebut dapat kita lihat melalui data yang dikeluarkan oleh Kementerian Perindustrian yang menunjukkan bahwa jumlah usaha batik selama lima tahun dari tahun 2011 sampai 2015 mengalami pertumbuhan sebesar 14,7% atau dengan kata lain meningkat dari jumlah 41.623 unit usaha menjadi 47.755 unit usaha. Berdasarkan data yang diperoleh dari Kementerian Perindustrian tercatat bahwa peminat batik dari lokal dan mancanegara meningkat. Nilai ekspor batik meningkat dari 14,7% dari tahun 2011 senilai Rp 43,96 triliun menjadi Rp 50,44 triliun pada 2015 (kemenperin.go.id). Dan menurut menteri perindustrian Airlangga Hartanto industri tenun dan batik dapat memberi kontribusi cukup besar terhadap perekonomian nasional dengan nilai ekspor mencapai 151,7 juta dollar sepanjang 2016.

2. Minat wisatawan yang datang ke Yogyakarta untuk membeli batik atau berburu batik sebagai oleh-oleh untuk keluarga, teman, dan lain-lain. Dalam artikel Hendra Wardhana mengatakan kiat belanja batik murah di pasar beringharjo dalam artikel ini Pasar Beringharjo sebagai sentra penjualan batik membuat banyak orang termasuk wisatawan menjadikan belanja batik sebagai agenda utama jika berkunjung ke Yogyakarta atau Malioboro.

1.3 Rumusan Masalah

Masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Mirota Batik?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Mirota Batik?
3. Apakah pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Mirota Batik?
4. Apakah kualitas produk, persepsi harga, pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Mirota Batik ?

1.4 Batasan Masalah

Berikut ini adalah beberapa batasan masalah dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Lokasi yang menjadi tempat penelitian adalah toko Mirota Batik yang berada di jalan Ahmad Yani, Yogyakarta.
2. Waktu penelitian dilakukan pada bulan Maret 2018 sampai dengan selesai.
3. Responden yang diteliti ini berjumlah 100 orang.
4. Responden yang diteliti berusia $\leq 17-32$ tahun
5. Responden yang diteliti adalah responden yang melakukan pembelian di Mirota batik minimal > 3 kali selama 6 bulan

terakhir. Dikarenakan tingkat kepuasan konsumen, konsumen membeli produk pertama jika sesuai dengan harapan konsumen maka akan kembali membeli produk. Selain itu datang membeli sebagai oleh-oleh atau ingin digunakan dalam waktu tertentu.

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis atau mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Mirota Batik.
2. Untuk menganalisis atau mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen di Mirota Batik.
3. Untuk menganalisis atau mengetahui pengaruh pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Mirota Batik.
4. kualitas produk, persepsi harga, pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Mirota Batik ?

1.6 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi:

Bagi Penulis

Penulis berharap penelitian ini atau skripsi ini menambah ilmu mengenai kualitas produk, persepsi harga dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Mirota batik.

Bagi Akademisi

Diharapkan penelitian untuk perluasan pengembangan ilmu di bidang manajemen pemasaran

Bagi Perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan perusahaan untuk menentukan faktor mana yang mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli produk dan untuk dapat meningkatkan penjualan perusahaan. Selain menerapkan strategi pemasaran dengan menggunakan kualitas produk, harga dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Bab V

Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan penulis berkaitan dengan Pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan pelayanan terhadap kepuasan kosumen Mirota Batik di Yogyakarta, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- a. Variabel kualitas produk secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen Mirota Batik di Yogyakarta. Hal ini mencerminkan bahwa semakin bagus kualitas produk yang ditawarkan oleh Mirota Batik, maka kepuasan konsumen semakin meningkat.
- b. Variabel persepsi harga secara parsial tidak berpengaruh signifikan tetapi positif terhadap kepuasan konsumen Mirota Batik di Yogyakarta. Hal ini mencerminkan bahwa persepsi harga produk tidak membuat konsumen merasa puas atau tidak puas. Dengan kata lain kepuasan konsumen Mirota Batik tidak ditentukan oleh persepsi harga produk.
- c. Variabel pelayanan secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen Mirota Batik di Yogyakarta. Hal ini mencerminkan bahwa semakin baik pelayanan yang diberikan oleh Mirota Batik, maka kepuasan konsumen semakin meningkat.

5.2 Keterbatasan Penelitian

1. Jumlah Sampel

Sampel yang dalam penelitian ini adalah *accidental sampling* atau *Convenience Sampling* dimana peneliti saat melakukan penelitian memberikan kuisisioner kepada konsumen yang sedang atau selesai berbelanja di Mirota Batik jl. Ahmad Yani Yogyakarta. Dan sampel yang diteliti berjumlah 100 orang atau konsumen.

2. Variabel yang diteliti

Dalam penelitian ini peneliti membatasi variabel yang diteliti berikut adalah variabel yang diteliti kualitas produk, persepsi harga, dan pelayanan sebagai variabel bebas atau independent, Sedangkan kepuasan konsumen sebagai variabel terikat atau dependent.

3. Pertanyaan dan jawaban tertutup

Untuk pertanyaan dalam penelitian ini berjumlah berjumlah 18 pertanyaan dan kriteria jawaban sangat setuju dengan skor 5, Setuju dengan skor 4, Ragu-ragu atau Netral dengan skor 3, Tidak setuju dengan skor 2, Dan sangat tidak setuju dengan skor 1. Dengan jawaban tertutup dimana konsumen yang sedang atau selesai berbelanja di Mirota Batik jl. Ahmad Yani Yogyakarta yang memberikan jawaban berdasarkan yang dirasakan atau sesuai dengan yang diperoleh atau didapatinya.

5.3 Saran

1. Bagi Perusahaan

- a. Kualitas Produk memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen Mirota Batik di Yogyakarta. Berdasarkan penilaian responden dalam penelitian ini, diharapkan Mirota batik mempertahankan kualitas produk atau terus memberikan kualitas produk yang baik kepada konsumen dan dapat memenuhi harapan dari konsumen.
- b. Mirota Batik tetap mempertahankan harganya. Hal ini disebabkan harga yang ditawarkan terjangkau atau mahal, tidak mempengaruhi kepuasan konsumen.
- c. Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Mirota Batik Yogyakarta. Berdasarkan penilaian responden dalam penelitian ini, diharapkan pelayanan dari Mirota batik terus ditingkatkan sehingga konsumen merasa puas dan senang dengan kinerja dari karyawan Mirota Batik, Selain itu memberikan rasa nyaman kepada konsumen.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti lebih dalam atau melanjutkan penelitian ini, penulis sarankan untuk dapat mencari faktor-faktor atau variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen selain kualitas produk, persepsi harga dan pelayanan. Peneliti selanjutnya

dapat menggunakan metode lainnya agar data yang diinginkan sesuai dan lebih efektif.

©UKDW

Daftar Pustaka

- Aulia Maslikhatul.2017.*Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen amanda brownies*.Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen.
- Darmawan Deni.2014.*Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Dua Lembang, Rosvita. 2010. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Cuaa terhadap Keputusan Pembelian Teh siap Minum dalam Kemasan Merek Teh Botol Sosro*. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.
- Ghozali Imam H.2013.*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21*. Edisi 8.Cetakan ke-2.Yogyakarta: BPFE.
- Hartono Jogiyanto.2014.*Metodologi Penelitian Bisnis:Salah Kaprah dan Pengalaman-pengalaman*. Edisi 6.Semarang: Badan Penerbit- Undip.
- Laksana Fajar.2008.*Manajemen Pemasaran: Pendekatan Praktis*. Cetakan Pertama.Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Kurniasih Retno.2018.*Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Produk Batik Tulis Banyumas*. Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jenderal Soedirman.
- Kotler Philip &Amstrong Gary .1997. *Dasar-Dasar Pemasaran*.Jakarta:Prenhallindo
- Kotler Philip &Amstrong Gary.2008.*Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi Keduabelas.Jilid 1.Jakarta:Erlangga.
- Martono Nanang.2011. *Metode Penelitian Kuantitatif:Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. Edisi Revisi. Cetakan ke-2.Jakarta: Rajawali Pers.
- Ofela Hana. 2016. *Pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen kebab kingabi*.Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen.
- Swastha Basu & Irawan.1997.*Manajemen Pemasaran Modern*.Cetakan ke-3.Yogyakarta :Liberty.
- Sugiyono.2006.*Statistika Untuk Penelitian*.cetakan-10.Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono.2014.*Metode Penelitian Bisnis*.Cetakan ke-18. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono.2014. *Metode Penelitian Manajemen*.Cetakan ke-3. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono Fandy. 2006. *Pemasaran Jasa*. Malang:Banyumedia Publishing
- Tjiptono Fandy & Chandra Gregorius.2014.*Service Quality Satisfaction*.Edisi Ketiga .Yogyakarta :Penerbit Andi.

Tjiptono Fandy & Diana Anastasia.2012.*Total Quality Management*. Edisi Revisi.Yogyakarta :Penerbit Andi.

Utami Novita Dian. 2015. *Pengaruh kualitas produk, pelayanan, harga dan lokasi terhadap loyalitas dengan kepuasan sebagai variabel intervening*.Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen.

Zakaria Gema Diapinsa. 2017.*Pengaruh kualitas pelayanan,kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen*.Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen.

-----,2018.<https://www.antaraneews.com/berita/622481/industri-tenun-dan-batik-kontribusi-besar-ekonomi-nasional>

-----,2018.<https://www.jogjabatikbiennale.com/id/2016/10/10/jogja-international-batik-biennale-2016-bentuk-kontribusi-yogyakarta-sebagai-kota-batik-dunia-2/>

-----,2018.<https://surabaya.proxsisgroup.com/pengertian-produk-definisi-kualitas-produk-dan-dimensi-kualitas-produk/>

-----,2018.<https://www.liputan6.com/citizen6/read/3562106/wisata-jogja-terbaru-dan-terlengkap-2018-hits-dan-instagramable>

-----,2018.<https://www.kompasiana.com/wardhanahendra/55291835f17e61a9378b4581/kiat-belanja-batik-murah-di-pasar-beringharjo-yogyakarta>

Lampiran 1

Kuesioner Penelitian

“Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Mirota Batik Yogyakarta”.

A. Identitas Responden

Berilah tanda silang (X) pada pilihan identitas responden

1. Jenis Kelamin :
 - a. Perempuan
 - b. Laki-Laki
2. Usia anda saat ini (pilih salah satu di bawah ini) :
 - a. ≤ 17 tahun
 - b. > 17 tahun – 25 tahun
 - c. > 25 tahun – 32 tahun
 - d. > 32 tahun – 40 tahun
 - e. > 40 tahun
3. Tingkat pendidikan terakhir :
 - a. SMA
 - b. Akademi
 - c. Perguruan Tinggi
 - d. Lainnya
4. Pengeluaran Anda per bulan:
 - a. \leq Rp.1.000.000,00
 - b. $>$ Rp.1000.000,00-Rp.1.500.000,00
 - c. $>$ Rp.1.500.000,00-Rp.2.000.000,00
 - d. $>$ Rp.2.000.000,00-Rp.3.000.000,00
 - e. $>$ Rp.3.000.000,00
5. Pekerjaan anda saat ini (pilih salah satu di bawah ini) :
 - a. TNI/Polri/Pensiunan
 - b. PNS/Pensiunan PNS
 - c. Pegawai Swasta/Wiraswasta
 - d. Pelajar/ Mahasiswa
 - e. Ibu Rumah Tangga
 - f. Lainnya
6. Frekuensi Pergi Membeli Mirota Batik(Selama 6 Bulan Terakhir) :
 - a. 3 kali
 - b. 4-6 kali
 - c. 7-9 kali
 - d. > 10 kali

B. Petunjuk Pengisian

Responden yang terhormat bersama ini saya mohon kesediaannya saudara/i untuk mengisi data kuisioner yang di berikan. Informasi yang saudara/i berikan merupakan bantuan yang sangat berarti dalam menyelesaikan penyusunan skripsi saya. Cara pengisian kuesioner:

1. Mohon memberikan saya tanda *check* (\surd) pada jawaban yang Saudara/I anggap paling sesuai.
2. Setiap pernyataan hanya membutuhkan satu jawaban saja
3. Keterangan kolom jawaban

STS	Sangat Tidak Setuju
SS	Sangat Setuju
S	Setuju
RG	Ragu-ragu
TS	Tidak Setuju

Pertanyaan 1.Kualitas Produk

No	Pertanyaan	SS	S	RG	TS	STS
1.	Bahan baku produk Mirota batik memiliki kualitas baik					
2.	Produk Mirota batik memiliki desain yang menarik					
3.	Produk Mirota batik memiliki variasi yang beragam					
4.	Produk kain Mirota batik memiliki keawetan dari segi bahan dan warna					
5.	Desain produk pakaian Mirota batik selalu mengikuti trend yang ada					

Pertanyaan 2. Persepsi Harga

1.	Harga produk Mirota Batik terjangkau bagi konsumen					
2.	Harga jual di Mirota batik sesuai dengan kualitas produk yang anda peroleh					
3.	Harga produk Mirota batik bersaing dengan di toko lain produk sejenis					
4.	Harga produk Mirota Batik sesuai manfaat produk yang anda dapatkan					

Pertanyaan 3.Pelayanan

1.	Karyawan Mirota batik berpenampilan rapi dan menarik.					
2.	Karyawan melayani dengan cekatan dan terampil					
3.	Karyawan cepat tanggap terhadap permintaan dan kebutuhan konsumen.					
4.	Karyawan bersikap sopan dan ramah dalam melayani pelanggan					
5.	Karyawan memiliki pemahaman dan keterampilan untuk menangani masalah pelanggan dalam pembelian produk					
6.	Karyawan memahami dan melayani kebutuhan konsumen secara personal.					

Pertanyaan 4.Kepuasan Konsumen

1.	Anda mendapatkan produk, harga dan layanan Mirota batik sesuai dengan yang diharapkan					
2.	Anda berminat datang kembali membeli produk Mirota batik					
3.	Anda akan merekomendasikan kepada orang lain (misalnya keluarga,teman,dan lain-lain) untuk membeli batik di Mirota batik					

Lampiran 2

Data Responden

No.	JK	Usu	Ting	Peng	Pek	beli	KPr1	KPr2	KPr3	KPr4	KPr5	KPr	Hrg1	Hrg2	Hrg3	Hrg4	Hrg	Pel1	Pel2	Pel3	Pel4	Pel5	Pel6	Pel	KK1	KK2	KK3	KK
1	2	2	1	2	4	2	4	4	4	4	4	0.04	5	5	5	5	0.05	5	4	4	4	4	4	0.0417	5	5	5	0.05
2	2	2	1	2	4	1	4	4	4	4	4	0.04	4	4	3	4	0.038	4	3	3	3	3	4	0.0333	3	3	4	0.033
3	2	2	2	2	3	1	4	4	4	4	4	0.04	5	4	5	4	0.045	4	4	4	4	5	4	0.0417	4	4	5	0.043
4	2	3	3	1	3	1	3	3	3	4	4	0.034	4	4	4	4	0.04	4	4	4	4	4	4	0.04	4	4	4	0.04
5	2	2	1	2	4	1	4	4	4	4	4	0.04	4	4	4	4	0.04	4	4	4	4	4	4	0.04	4	4	4	0.04
6	2	2	1	2	4	1	4	4	3	2	2	0.03	2	2	4	2	0.025	4	4	4	4	4	3	0.0383	2	1	3	0.02
7	2	3	3	1	3	1	4	4	4	4	4	0.04	4	4	4	4	0.04	4	4	4	4	4	4	0.04	4	4	4	0.04
8	2	2	3	1	4	1	4	4	4	4	4	0.04	4	5	4	4	0.043	5	4	5	4	4	5	0.045	5	3	1	0.03
9	2	2	1	1	4	1	5	5	5	4	5	0.048	1	4	3	3	0.028	5	5	4	5	2	4	0.0417	4	4	4	0.04
10	2	2	1	1	4	2	4	4	5	4	4	0.042	5	5	3	3	0.04	4	4	4	4	4	4	0.04	4	4	5	0.043
11	2	3	3	2	3	1	3	3	4	3	3	0.032	4	5	4	2	0.038	5	4	3	4	5	3	0.04	5	4	5	0.047
12	1	2	1	2	4	1	4	4	4	4	3	0.038	4	4	4	4	0.04	4	4	4	4	4	4	0.04	4	4	4	0.04
13	1	3	1	2	3	1	5	5	5	5	5	0.05	5	5	5	5	0.05	5	5	5	5	4	5	0.0483	5	5	5	0.05
14	1	2	3	2	4	1	5	5	5	4	4	0.046	5	5	5	5	0.05	5	5	5	5	5	5	0.05	5	5	5	0.05
15	2	3	3	3	2	3	4	4	4	4	4	0.04	4	4	4	4	0.04	4	4	4	4	4	4	0.04	4	4	4	0.04
16	2	2	1	2	4	1	4	4	3	3	3	0.034	3	4	4	4	0.038	4	4	4	4	4	4	0.04	4	4	4	0.04
17	2	2	1	3	4	1	4	4	4	4	4	0.04	4	4	4	4	0.04	4	4	4	4	4	4	0.04	4	4	3	0.037
18	2	2	1	3	2	1	4	4	4	4	4	0.04	4	4	4	4	0.04	4	4	4	4	4	4	0.04	4	4	4	0.04
19	2	2	1	2	4	1	4	3	3	3	3	0.032	4	4	3	4	0.038	4	4	4	4	4	4	0.04	4	4	4	0.04
20	2	3	3	4	4	1	4	4	4	4	3	0.038	4	4	4	4	0.04	4	4	4	4	4	4	0.04	4	4	4	0.04
21	2	2	1	1	4	1	4	4	3	3	3	0.034	4	3	3	4	0.035	4	4	3	4	3	3	0.035	4	4	3	0.037
22	1	2	1	2	4	1	4	4	4	4	3	0.038	4	4	4	3	0.038	4	3	3	4	4	4	0.0367	4	3	4	0.037
23	2	2	1	3	2	1	5	4	4	4	4	0.042	4	4	4	4	0.04	4	4	4	4	4	4	0.04	4	4	4	0.04
24	2	2	1	3	4	1	4	4	4	4	4	0.04	4	4	4	4	0.04	4	4	4	4	4	4	0.04	4	4	4	0.04

25	2	3	3	2	3	1	4	4	4	4	0.04	2	4	3	4	0.033	3	4	4	4	4	0.0383	4	5	4	0.043		
26	2	2	1	2	4	1	3	4	3	3	4	0.034	4	3	4	4	0.038	4	4	4	4	4	0.04	4	4	3	0.037	
27	1	3	1	1	3	1	5	5	5	4	5	0.048	5	5	5	5	0.05	5	5	5	5	5	0.05	5	5	5	0.05	
28	2	3	3	1	6	2	4	4	4	4	2	0.036	2	4	4	4	0.035	5	2	2	4	4	4	0.035	2	4	4	0.033
29	1	2	1	2	4	1	4	4	3	3	4	0.036	4	4	3	4	0.038	4	4	4	4	3	4	0.0383	4	3	4	0.037
30	2	3	3	2	4	2	4	4	4	4	5	0.042	3	4	4	4	0.038	5	3	4	4	4	4	0.04	4	4	4	0.04
31	1	2	1	2	4	1	4	4	4	4	4	0.04	4	4	4	4	0.04	4	4	4	4	4	3	0.0383	5	5	5	0.05
32	2	2	1	2	4	1	4	4	4	4	4	0.04	4	4	4	4	0.04	4	3	3	3	3	4	0.0333	4	3	3	0.033
33	2	2	1	2	4	1	3	3	3	3	3	0.03	3	3	4	4	0.035	4	3	3	4	4	4	0.0367	4	4	4	0.04
34	1	3	3	2	3	1	4	4	4	4	4	0.04	4	4	4	4	0.04	4	4	4	4	4	4	0.04	4	4	4	0.04
35	2	2	1	2	4	1	4	4	4	4	4	0.04	4	4	4	4	0.04	4	4	4	4	4	4	0.04	4	4	4	0.04
36	2	3	3	4	2	1	4	4	4	4	4	0.04	3	4	4	4	0.038	5	4	4	5	4	4	0.0433	4	4	4	0.04
37	2	2	1	1	4	1	5	5	5	5	5	0.05	5	5	5	5	0.05	5	5	5	5	5	5	0.05	5	5	5	0.05
38	2	2	1	2	4	3	4	4	4	3	3	0.036	3	4	3	4	0.035	5	4	4	4	4	4	0.0417	4	4	5	0.043
39	2	2	1	2	4	1	4	4	4	5	4	0.042	4	4	4	4	0.04	4	4	4	4	3	3	0.0367	4	4	4	0.04
40	2	2	1	1	4	1	5	4	4	4	5	0.044	3	5	4	4	0.04	5	4	3	5	5	5	0.045	5	5	5	0.05
41	2	2	1	1	4	1	3	3	3	3	3	0.03	3	3	4	4	0.035	4	3	3	4	4	4	0.0367	4	4	4	0.04
42	2	2	1	2	4	1	4	4	4	4	4	0.04	4	4	4	4	0.04	4	3	3	3	3	4	0.0333	4	3	3	0.033
43	1	2	1	2	4	1	4	4	4	4	4	0.04	4	4	4	4	0.04	4	4	4	4	3	0.0383	5	4	4	0.043	
44	2	2	1	2	6	2	4	4	4	4	5	0.042	3	4	4	5	0.04	5	3	4	4	4	4	0.04	4	4	4	0.04
45	2	2	1	2	4	1	4	3	4	3	4	0.036	3	4	4	4	0.038	4	4	4	4	4	4	0.04	4	4	4	0.04
46	2	2	1	3	2	3	4	4	4	4	4	0.04	4	4	4	4	0.04	4	4	4	4	4	4	0.04	4	4	4	0.04
47	2	2	1	2	4	1	4	4	3	3	2	0.032	2	2	4	2	0.025	4	4	4	4	4	2	0.0367	2	1	3	0.02
48	2	2	1	2	4	1	4	4	5	4	4	0.042	3	4	3	5	0.038	5	4	5	4	5	4	0.045	4	5	4	0.043

49	2	3	3	3	4	2	4	4	4	4	4	0.04	5	5	5	5	0.05	4	4	4	4	4	4	0.04	5	5	5	0.05
50	1	2	1	2	4	1	5	5	5	4	4	0.046	4	4	3	4	0.038	4	5	5	5	4	4	0.045	5	4	4	0.043
51	2	2	1	1	4	1	4	4	4	4	4	0.04	4	4	4	4	0.04	4	4	3	4	4	4	0.0383	4	4	4	0.04
52	2	2	1	1	4	1	4	4	5	4	4	0.042	4	4	4	4	0.04	4	4	3	4	4	4	0.0383	4	4	4	0.04
53	2	2	1	2	6	1	3	4	4	4	4	0.038	3	3	3	3	0.03	4	4	4	4	4	2	0.0367	3	4	4	0.037
54	2	2	1	1	4	1	4	5	5	3	4	0.042	4	2	4	5	0.038	5	5	4	4	5	5	0.0467	2	3	5	0.033
55	2	2	1	1	4	1	4	4	4	4	4	0.04	4	4	4	4	0.04	4	4	4	4	4	4	0.04	4	4	4	0.04
56	2	2	1	1	6	1	4	4	4	4	4	0.04	3	4	4	4	0.038	5	5	5	5	5	5	0.05	4	4	4	0.04
57	2	2	1	1	4	1	5	4	4	4	4	0.042	3	4	3	5	0.038	5	4	4	5	5	5	0.0467	4	5	5	0.047
58	2	1	1	1	4	1	5	4	5	5	5	0.048	5	5	2	4	0.04	4	4	4	4	4	4	0.04	5	5	5	0.05
59	2	2	1	1	4	1	4	4	4	4	4	0.04	4	4	4	4	0.04	4	4	4	4	4	4	0.04	4	4	4	0.04
60	2	2	1	1	6	1	5	4	4	4	4	0.042	3	4	4	4	0.038	5	4	4	3	4	3	0.0383	3	3	4	0.033
61	2	2	1	1	4	1	4	4	4	3	3	0.036	4	4	3	3	0.035	4	4	4	4	4	4	0.04	3	4	4	0.037
62	2	2	1	1	4	1	5	5	5	5	5	0.05	5	5	4	4	0.045	5	5	5	5	5	5	0.05	5	5	5	0.05
63	2	2	1	1	6	1	4	4	3	3	3	0.034	4	4	4	4	0.04	4	4	4	4	4	4	0.04	4	4	4	0.04
64	2	2	1	1	4	1	5	5	5	4	4	0.046	3	3	4	4	0.035	4	4	4	4	4	4	0.04	3	3	3	0.03
65	2	2	1	1	3	2	4	5	5	4	4	0.044	5	4	5	5	0.048	5	5	5	5	4	4	0.0467	4	5	5	0.047
66	2	2	1	2	4	1	3	3	3	3	3	0.03	3	4	3	3	0.033	4	4	4	4	4	4	0.04	4	4	4	0.04
67	2	1	1	2	4	1	4	4	4	5	4	0.042	3	3	4	4	0.035	5	3	4	4	4	4	0.04	3	3	5	0.037
68	2	1	1	2	4	1	4	4	4	4	4	0.04	4	4	4	4	0.04	4	4	4	4	4	4	0.04	4	4	4	0.04
69	2	2	1	2	6	1	4	4	5	5	5	0.046	5	5	5	5	0.05	4	5	5	5	5	5	0.0483	5	5	5	0.05
70	2	2	1	2	4	1	4	4	4	4	4	0.04	4	4	4	4	0.04	4	4	4	4	3	2	0.035	3	4	4	0.037
71	2	2	1	2	4	1	4	4	4	4	4	0.04	4	5	4	5	0.045	5	5	5	4	4	4	0.045	4	4	5	0.043
72	1	2	1	2	4	1	4	4	4	4	4	0.04	4	4	4	4	0.04	4	4	4	4	4	4	0.04	4	4	4	0.04
73	2	2	1	2	4	1	5	4	4	4	3	0.04	3	4	4	5	0.04	5	4	4	5	4	5	0.045	4	5	5	0.047

74	2	2	1	2	4	1	4	4	4	5	4	0.042	4	3	3	4	0.035	5	3	4	4	4	4	0.04	3	3	5	0.037
75	2	2	1	2	4	1	4	4	4	4	4	0.04	4	4	4	4	0.04	4	4	4	4	4	4	0.04	4	4	4	0.04
76	2	2	1	2	6	1	4	4	4	4	4	0.04	4	4	4	4	0.04	4	4	4	4	3	2	0.035	3	4	4	0.037
77	2	2	1	2	4	1	5	4	5	5	5	0.048	5	5	2	5	0.043	4	4	4	4	4	4	0.04	5	5	5	0.05
78	2	2	1	2	4	1	4	5	5	3	5	0.044	4	4	4	4	0.04	5	4	4	5	5	4	0.045	4	4	5	0.043
79	2	2	1	2	4	1	4	4	4	5	4	0.042	3	3	4	4	0.035	5	3	3	4	4	4	0.0383	3	3	5	0.037
80	2	2	1	3	3	1	4	4	4	4	4	0.04	4	4	4	4	0.04	4	4	4	4	4	4	0.04	4	4	4	0.04
81	2	1	1	3	4	1	4	3	4	3	3	0.034	3	4	3	3	0.033	4	5	4	5	4	5	0.045	4	3	3	0.033
82	2	2	1	3	4	3	4	5	5	5	5	0.048	4	4	4	4	0.04	4	4	4	4	4	5	0.0417	5	5	4	0.047
83	1	2	1	3	4	1	5	4	4	5	4	0.044	4	4	3	3	0.035	4	4	3	5	3	4	0.0383	4	4	4	0.04
84	2	2	1	3	4	1	4	4	4	4	4	0.04	4	4	4	4	0.04	3	4	4	4	4	4	0.0383	4	4	4	0.04
85	1	2	1	3	4	1	4	4	5	4	4	0.042	3	4	5	4	0.04	4	4	4	4	4	4	0.04	3	3	3	0.03
86	1	2	1	3	4	1	4	5	4	4	5	0.044	4	4	3	4	0.038	4	4	4	4	4	3	0.0383	4	3	4	0.037
87	2	2	1	4	3	1	4	4	4	3	4	0.038	3	4	4	3	0.035	5	3	4	4	4	3	0.0383	3	4	5	0.04
88	2	3	4	5	4	1	4	4	4	3	4	0.038	3	3	4	4	0.035	4	4	4	4	4	4	0.04	3	4	4	0.037
89	2	3	3	2	4	1	4	4	4	4	4	0.04	4	4	4	4	0.04	5	4	4	4	3	4	0.04	4	4	4	0.04
90	2	3	3	1	4	1	4	4	4	4	5	0.042	3	3	4	4	0.035	2	3	3	4	4	4	0.0333	4	4	4	0.04
91	2	3	3	1	4	1	4	4	4	3	3	0.036	4	3	4	4	0.038	4	4	4	4	3	4	0.0383	4	4	4	0.04
92	2	2	1	1	4	1	4	4	4	4	3	0.038	3	3	3	3	0.03	4	4	4	4	4	4	0.04	4	4	3	0.037
93	2	3	3	4	4	1	3	2	2	3	4	0.028	4	4	4	4	0.04	4	4	4	4	3	4	0.0383	4	4	4	0.04
94	2	3	2	2	4	1	4	4	4	4	4	0.04	4	4	4	4	0.04	4	4	4	4	4	4	0.04	4	5	5	0.047
95	2	3	2	3	4	1	4	4	5	4	4	0.042	3	4	5	4	0.04	4	4	4	5	5	4	0.0433	4	4	5	0.043
96	2	3	3	3	4	1	3	3	4	3	3	0.032	4	5	4	2	0.038	5	4	3	4	5	3	0.04	5	4	5	0.047
97	2	3	2	4	3	1	3	4	3	3	4	0.034	4	4	4	4	0.04	4	4	4	4	3	4	0.0383	4	4	4	0.04
98	2	3	4	1	3	1	4	4	4	4	2	0.036	2	4	4	4	0.035	5	2	2	4	4	4	0.035	2	4	4	0.033
99	2	2	1	1	6	1	4	4	4	3	3	0.036	3	4	4	4	0.038	5	4	4	4	4	4	0.0417	4	4	5	0.043
100	2	2	1	1	6	1	4	4	3	3	4	0.036	4	4	3	4	0.038	4	4	4	4	3	4	0.0383	4	3	4	0.037

Lampiran 3

Uji Validitas dan Reliabilitas

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.880	.881	18

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
KPr1	4.06	.509	100
KPr2	4.00	.550	100
KPr3	4.03	.643	100
KPr4	3.85	.626	100
KPr5	3.88	.700	100
Hrg1	3.73	.790	100
Hrg2	3.97	.643	100
Hrg3	3.86	.620	100
Hrg4	3.97	.643	100
Pel1	4.28	.552	100
Pel2	3.96	.585	100
Pel3	3.93	.590	100
Pel4	4.14	.450	100
Pel5	3.99	.577	100
Pel6	3.96	.634	100
KK1	3.95	.716	100
KK2	3.97	.731	100
KK3	4.16	.692	100

Inter-Item Correlation Matrix

	KPr1	KPr2	KPr3	KPr4	KPr5	Hrg1	Hrg2	Hrg3	Hrg4	Pel1	Pel2	Pel3	Pel4	Pel5	Pel6	KK1	KK2	KK3
KPr1	1	0.649	0.581	0.473	0.36	0.116	0.283	-0.037	0.345	0.227	0.314	0.283	0.404	0.105	0.352	0.175	0.222	0.202
KPr2	0.649	1	0.714	0.411	0.393	0.163	0.057	0.148	0.314	0.233	0.314	0.342	0.326	0.191	0.202	0.051	0.125	0.159
KPr3	0.581	0.714	1	0.564	0.479	0.235	0.344	0.137	0.296	0.261	0.326	0.298	0.37	0.382	0.3	0.223	0.346	0.33
KPr4	0.473	0.411	0.564	1	0.558	0.326	0.365	0.102	0.391	0.094	0.039	0.163	0.183	0.08	0.239	0.276	0.366	0.243
KPr5	0.36	0.393	0.479	0.558	1	0.398	0.396	0.101	0.463	0.036	0.309	0.395	0.246	0.097	0.285	0.471	0.407	0.269
Hrg1	0.116	0.163	0.235	0.326	0.398	1	0.521	0.232	0.382	-0.057	0.37	0.349	0.051	0.149	0.2	0.566	0.388	0.302
Hrg2	0.283	0.057	0.344	0.365	0.396	0.521	1	0.141	0.291	0.252	0.292	0.261	0.259	0.217	0.319	0.699	0.6	0.351
Hrg3	-0.04	0.148	0.137	0.102	0.101	0.232	0.141	1	0.294	0.145	0.124	0.166	0.18	0.307	0.165	0.098	0.124	0.123
Hrg4	0.345	0.314	0.296	0.391	0.463	0.382	0.291	0.294	1	0.195	0.185	0.367	0.189	0.163	0.492	0.282	0.535	0.306
Pel1	0.227	0.233	0.261	0.094	0.036	-0.057	0.252	0.145	0.195	1	0.098	0.185	0.329	0.294	0.234	0.01	0.121	0.357
Pel2	0.314	0.314	0.326	0.039	0.309	0.37	0.292	0.124	0.185	0.098	1	0.753	0.559	0.238	0.268	0.43	0.281	0.166
Pel3	0.283	0.342	0.298	0.163	0.395	0.349	0.261	0.166	0.367	0.185	0.753	1	0.418	0.265	0.262	0.35	0.253	0.127
Pel4	0.404	0.326	0.37	0.183	0.246	0.051	0.259	0.18	0.189	0.329	0.559	0.418	1	0.394	0.445	0.336	0.412	0.349
Pel5	0.105	0.191	0.382	0.08	0.097	0.149	0.217	0.307	0.163	0.294	0.238	0.265	0.394	1	0.357	0.219	0.287	0.408
Pel6	0.352	0.202	0.3	0.239	0.285	0.2	0.319	0.165	0.492	0.234	0.268	0.262	0.445	0.357	1	0.374	0.368	0.153
KK1	0.175	0.051	0.223	0.276	0.471	0.566	0.699	0.098	0.282	0.01	0.43	0.35	0.336	0.219	0.374	1	0.634	0.24
KK2	0.222	0.125	0.346	0.366	0.407	0.388	0.6	0.124	0.535	0.121	0.281	0.253	0.412	0.287	0.368	0.634	1	0.529
KK3	0.202	0.159	0.33	0.243	0.269	0.302	0.351	0.123	0.306	0.357	0.166	0.127	0.349	0.408	0.153	0.24	0.529	1

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KPr1	67.63	38.862	0.501	0.632	0.874
KPr2	67.69	38.782	0.468	0.707	0.875
KPr3	67.66	37.015	0.622	0.725	0.869
KPr4	67.84	38.015	0.504	0.569	0.874
KPr5	67.81	36.782	0.591	0.552	0.87
Hrg1	67.96	36.887	0.499	0.599	0.874
Hrg2	67.72	37.153	0.604	0.692	0.87
Hrg3	67.83	39.92	0.254	0.278	0.882
Hrg4	67.72	37.375	0.574	0.662	0.871
Pel1	67.41	40.002	0.285	0.412	0.881
Pel2	67.73	38.28	0.508	0.744	0.874
Pel3	67.76	38.103	0.527	0.676	0.873
Pel4	67.55	39.038	0.544	0.628	0.873
Pel5	67.7	38.98	0.414	0.462	0.877
Pel6	67.73	37.957	0.504	0.496	0.874
KK1	67.74	36.76	0.579	0.718	0.871
KK2	67.72	36.183	0.634	0.722	0.868
KK3	67.53	37.807	0.471	0.53	0.875

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
71.69	42.297	6.504	18

Correlations

	KPr1	KPr2	KPr3	KPr4	KPr5	Hrg1	Hrg2	Hrg3	Hrg4	Pel1	Pel2	Pel3	Pel4	Pel5	Pel	KK1	KK2	KK3	
KPr1	Pearson Correlation	1	.649	.581	.473	.360	0.116	.283	-.0	.345	.227	.314	.283	.404	0.1	.352	0.18	.222	.202
	Sig. (2-tailed)		0	0	0	0	0.25	0.004	0.71	0	0.02	0.001	0.004	0	0.3	0	0.08	0.03	0.04
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KPr2	Pearson Correlation	.649	1	.714	.411	.393	0.163	0.057	0.15	.314	.233	.314	.342	.326	0.2	.202	0.05	0.13	0.16
	Sig. (2-tailed)	0		0	0	0	0.106	0.573	0.14	0	0.02	0.001	0	0.001	0.1	0	0.61	0.21	0.11
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KPr3	Pearson Correlation	.581	.714	1	.564	.479	.235	.344	0.14	.296	.261	.326	.298	.370	.382	.300	.223	.346	.330
	Sig. (2-tailed)	0	0		0	0	0.019	0	0.17	0	0.01	0.001	0.003	0	0	0	0.03	0	0
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KPr4	Pearson Correlation	.473	.411	.564	1	.558	.326	.365	0.1	.391	0.09	0.039	0.163	0.183	0.1	.239	.276	.366	.243
	Sig. (2-tailed)	0	0	0		0	0.001	0	0.32	0	0.35	0.703	0.106	0.068	0.4	0	0.01	0	0.02
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KPr5	Pearson Correlation	.360	.393	.479	.558	1	.398	.396	0.1	.463	0.04	.309	.395	.246	0.1	.285	.471	.407	.269
	Sig. (2-tailed)	0	0	0	0		0	0	0.32	0	0.73	0.002	0	0.014	0.3	0	0	0	0.01
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Hrg1	Pearson Correlation	0.12	0.163	.235	.326	.398	1	.521	.232	.382	-.0	.370	.349	0.051	0.1	.200	.566	.388	.302
	Sig. (2-tailed)	0.25	0.106	0.02	0.001	0		0	0.02	0	0.58	0	0	0.617	0.1	0	0	0	0
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Hrg2	Pearson Correlation	.283	0.057	.344	.365	.396	.521	1	0.14	.291	.252	.292	.261	.259	.217	.319	.699	.600	.351
	Sig. (2-tailed)	0	0.573	0	0	0	0		0.16	0	0.01	0.003	0.009	0.009	0	0	0	0	0
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Hrg3	Pearson Correlation	-.0	0.15	.314	.393	.365	.521	.232	1	.294	0.15	0.124	0.166	0.18	.307	0.2	0.1	0.12	0.12
	Sig. (2-tailed)	0.71	0.142	0.17	0.315	0.32	0.02	0.16		0	0.15	0.22	0.099	0.074	0	0.1	0.33	0.22	0.22
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Hrg3	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	.345	.314	.296	.391	.463	.382	.291	.294	1	0.2	0.185	.367	0.189	0.2	.492	.282	.535	.306	
	Sig. (2-tailed)	0	0.001	0	0	0	0	0.003	0	0.05	0.066	0	0.059	0.1	0	0	0	0	0	
Hrg4	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	.227	.233	.261	0.094	0.04	-0.06	.252	0.15	0.2	1	0.098	0.185	.329	.294	.234	0.01	0.12	.357	
	Sig. (2-tailed)	0.02	0.02	0.01	0.354	0.73	0.576	0.012	0.15	0.05	0.334	0.066	0.001	0	0	0.92	0.23	0		
Pel1	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
	Pearson Correlation	.314	.314	.326	0.039	.309	.370	.292	0.12	0.19	0.1	1	.753	.559	.238	.268	.430	.281	0.17	
	Sig. (2-tailed)	0	0.001	0	0.703	0	0	0.003	0.22	0.07	0.33	0	0	0	0	0	0.01	0.1		
Pel2	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
	Pearson Correlation	.283	.342	.298	0.163	.395	.349	.261	0.17	.367	0.19	.753	1	.418	.265	.262	.350	.253	0.13	
	Sig. (2-tailed)	0	0	0	0.106	0	0	0.009	0.1	0	0.07	0	0	0	0	0	0	0.01	0.21	
Pel3	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
	Pearson Correlation	.404	.326	.370	0.183	.246	0.051	.259	0.18	0.19	.329	.559	.418	1	.394	.445	.336	.412	.349	
	Sig. (2-tailed)	0	0.001	0	0.068	0.01	0.617	0.009	0.07	0.06	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Pel4	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
	Pearson Correlation	0.11	0.191	.382	0.08	0.1	0.149	.217	.307	0.16	.294	.238	.265	.394	1	.357	.219	.287	.408	
	Sig. (2-tailed)	0.3	0.057	0	0.43	0.34	0.139	0.03	0	0.11	0	0.017	0.008	0	0	0.03	0	0		
Pel5	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
	Pearson Correlation	.352	.202	.300	.239	.285	.200	.319	0.17	.492	.234	.268	.262	.445	.357	1	.374	.368	0.15	
	Sig. (2-tailed)	0	0.043	0	0.017	0	0.046	0.001	0.1	0	0.02	0.007	0.008	0	0	0	0	0	0.13	
Pel6	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
	Pearson Correlation	0.18	0.051	.223	.276	.471	.566	.699	0.1	.282	0.01	.430	.350	.336	.219	.374	1	.634	.240	
	Sig. (2-tailed)	0.08	0.613	0.03	0.005	0	0	0	0.33	0	0.92	0	0	0.001	0	0	0	0	0.02	
KK1	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
	Pearson Correlation	.222	0.125	.346	.366	.407	.388	.600	0.12	.535	0.12	.281	.253	.412	.287	.368	.634	1	.529	
	Sig. (2-tailed)	0.03	0.213	0	0	0	0	0	0.22	0	0.23	0.005	0.011	0	0	0	0	0	0	
KK2	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
	Pearson Correlation	.202	0.159	.330	.243	.269	.302	.351	0.12	.306	.357	0.166	0.127	.349	.408	0.2	.240	.529	1	
	Sig. (2-tailed)	0.04	0.114	0	0.015	0.01	0.002	0	0.22	0	0	0.099	0.21	0	0	0.1	0.02	0	0	
KK3	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	

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

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

Lampiran 4

Karakteristik Responden

Frequency Table

JK

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
L	14	14.0	14.0	14.0
Valid P	86	86.0	86.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

USIA

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
>17-25 Thn	72	72.0	72.0	72.0
>25- 32 Thn	23	23.0	23.0	95.0
Valid ≤17 Thn	5	5.0	5.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

TINGKATPEND

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
AKADEMI	4	4.0	4.0	4.0
Valid PERGURUAN TINGGI	18	18.0	18.0	22.0
SMA	78	78.0	78.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

PENGERBLN

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
>Rp.3.000.000,00	1	1.0	1.0	1.0
>Rp.1.000.000,00- Rp.1.500.000,00	47	47.0	47.0	48.0
>Rp.1.500.000,00- Rp.2.000.000,00	16	16.0	16.0	64.0
Valid >Rp.2.000.000,00- Rp.3.000.000,00	5	5.0	5.0	69.0
≤Rp.1.000.000,00	31	31.0	31.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

PEKERJAAN

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
LAINNYA	10	10.0	10.0	10.0
PEGAWAI	13	13.0	13.0	23.0
SWASTA/WIRASWASTA				
Valid PELAJAR/MAHASISWA	72	72.0	72.0	95.0
PNS/PENSIUNAN PNS	5	5.0	5.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

FREK BELI BATIK

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
3 Kali	89	89.0	89.0	89.0
Valid 4-6 Kali	7	7.0	7.0	96.0
7-9 Kali	4	4.0	4.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Lampiran 5

Analisis Regresi Berganda

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
KK	.040266666666767	.005738013906625	100
KPr	.039640000000100	.004742926684686	100
Hrg	.078425	.3961468	100
Pel	.040433333333433	.003772575146114	100

Correlations

		KK	KPr	Hrg	Pel
Pearson Correlation	KK	1.000	.424	.062	.513
	KPr	.424	1.000	.056	.466
	Hrg	.062	.056	1.000	.083
	Pel	.513	.466	.083	1.000
Sig. (1-tailed)	KK	.	.000	.271	.000
	KPr	.000	.	.291	.000
	Hrg	.271	.291	.	.205
	Pel	.000	.000	.205	.
N	KK	100	100	100	100
	KPr	100	100	100	100
	Hrg	100	100	100	100
	Pel	100	100	100	100

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Pel, Hrg, KPr ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: KK

b. All requested variables entered.

Hasil Koefisien Derterminasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.554 ^a	.307	.286	.004849942597361

a. Predictors: (Constant), Pel, Hrg, KPr

b. Dependent Variable: KK

Hasil Analisis Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.001	3	.000	14.192	.000 ^b
	Residual	.002	96	.000		
	Total	.003	99			

a. Dependent Variable: KK

b. Predictors: (Constant), Pel, Hrg, KPr

Hasil Analisis Regresi berganda(B) dan Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.004	.006		.756	.451
	KPr	.286	.116	.236	2.459	.016
	Hrg	.000	.001	.015	.178	.859
	Pel	.611	.146	.402	4.176	.000

a. Dependent Variable: KK

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	.0352017618716 76	.049065776169400	.0402666666666767	.003180510423321	100
Residual	- .0162180438638 73	.010922214947741	.000000000000100	.004775893323788	100
Std. Predicted Value	-1.592	2.767	.000	1.000	100
Std. Residual	-3.344	2.252	.000	.985	100

a. Dependent Variable: KK

Lampiran 6

Surat izin Penelitian

**PEMERINTAH DAERAH DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**
BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK
Jl. Jenderal Sudirman No 5 Yogyakarta – 55233
Telepon : (0274) 551136, 551275, Fax (0274) 551137

Yogyakarta, 3 Oktober 2018

Nomor : 074/9732/Kesbangpol/2018
Perihal : Rekomendasi Penelitian

Kepada Yth :
Walikota Yogyakarta
Up. Kepala Dinas Penanaman Modal dan
Perizinan Kota Yogyakarta
di Yogyakarta

Memperhatikan surat :
Dari : Wakil Dekan Bidang Akademik Manajemen Fakultas Bisnis
Universitas Kristen Duta Wacana
Nomor : 44/I.01/FSM/2018
Tanggal : 3 Oktober 2018
Perihal : Permohonan Izin Penelitian dan Menyebar Kuesioner

Setelah mempelajari surat permohonan dan proposal yang diajukan, maka dapat diberikan surat rekomendasi tidak keberatan untuk melaksanakan riset/penelitian dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul proposal "PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MIROTA BATIK DI YOGYAKARTA" kepada:

Nama : JULIYANTI URBON
NIM : 11130082
No. HP/Identitas : 082398330015/9271017107940002
Prodi/Jurusan : Manajemen Pemasaran
Fakultas : Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana
Lokasi Penelitian : Mirota Batik (Jl. Ahmad Yani, Yogyakarta)
Waktu Penelitian : 3 Oktober 2018 s.d 30 November 2018

Sehubungan dengan maksud tersebut, diharapkan agar pihak yang terkait dapat memberikan bantuan / fasilitas yang dibutuhkan.

Kepada yang bersangkutan diwajibkan:

1. Menghormati dan mentaati peraturan dan tata tertib yang berlaku di wilayah riset/penelitian;
2. Tidak dibenarkan melakukan riset/penelitian yang tidak sesuai atau tidak ada kaitannya dengan judul riset/penelitian dimaksud;
3. Menyerahkan hasil riset/penelitian kepada Badan Kesbangpol DIY selambat-lambatnya 6 bulan setelah penelitian dilaksanakan;
4. Surat rekomendasi ini dapat diperpanjang maksimal 2 (dua) kali dengan menunjukkan surat rekomendasi sebelumnya, paling lambat 7 (tujuh) hari kerja sebelum berakhirnya surat rekomendasi ini.

Rekomendasi Ijin Riset/Penelitian ini dinyatakan tidak berlaku, apabila ternyata pemegang tidak mentaati ketentuan tersebut di atas.

Demikian untuk menjadikan maklum.

KEPALA
BADAN KESBANGPOL DIY

AGUNG SUPRIYONO, SH
NIP. 196010261992031004



Tembusan disampaikan Kepada Yth :
1. Gubernur DIY (sebagai laporan)
2. Wakil Dekan Bidang Akademik Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana;
3. Yang bersangkutan.

Lampiran 7

Formulir revisi judul Skripsi

FORMULIR REVISI JUDUL SKRIPSI

Nama : *Julyeta Kusbar* NIM : 11130082

Judul lama
*PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
MIROTA BATIK DI YOGYAKARTA*

Judul baru (jika ada)
*PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN MIROTA BATIK DI YOGYAKARTA*

Judul dalam bahasa Inggris
*THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, PRICE PERCEPTION AND SERVICE TOWARDS CUSTOMER SATISFACTION
OF MIROTA BATIK IN YOGYAKARTA*

Mengetahui,
Dosen Pembimbing : *[Signature]* Mahasiswa : *[Signature]*

© UKDW

- NAMA: Julianti Urbani NIM: 111300002
- Perubahan/Revisi JUDUL SKRIPSI
(setelah pelaksanaan ujian, wajib melapor kepada staf administrasi Fakultas, bila ada)

1. judul & paragraf terakhir latar belakang: Persepsi Warga

2. kriteria pemilihan responden

3. bahan masalah: Ujian

Tanda tangan
Penguji 1

[Signature]
[Signature]

Penguji 2

[Signature]
[Signature]

Penguji 3

[Signature]
[Signature]

Catatan

(Jika tanda tangan sudah terisi semua, serahkan ke staf admin, Fakultas untuk diarsip)