

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, PROMOSI DAN  
LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA “SIAM  
THAI SPA” PANGKALPINANG**

**SKRIPSI**



**Diajukan Oleh:**

**NAMA : TOMY  
NIM : 3021211113**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Prasyarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG  
2016**



**UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG**  
**FAKULTAS EKONOMI**  
**JURUSAN MANAJEMEN**

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama : Tomy  
NIM : 3021211113  
Jurusan : Manajemen  
Judul Usulan Penelitian : “ Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada SIAM THAI SPA Pangkalpinang “

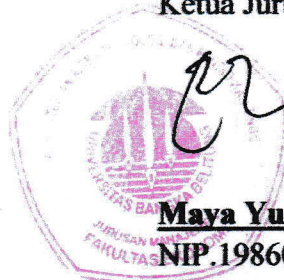
Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping

**Hidayati, S.E., M.M**  
NP. 506306010

**Erwin, S.E., M.M., Ph.D**  
NP. 506507013

Balunijuk, 27 Juli 2016  
Ketua Jurusan Manajemen



**Maya Yusnita, S.E., M.Si**  
NIP.198605082014042001

**PENGESAHAN SKRIPSI**

**SKRIPSI BERJUDUL**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, PROMOSI DAN  
LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA *SIAM THAI SPA*  
PANGKALPINANG**

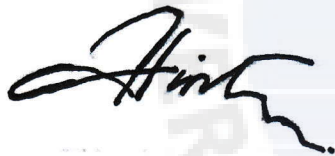
Yang Dipersiapkan dan Disusun Oleh : **Tomy**

Nomor Induk Mahasiswa : 302 12 11 113

Telah Dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal, 5 Agustus 2016 dan

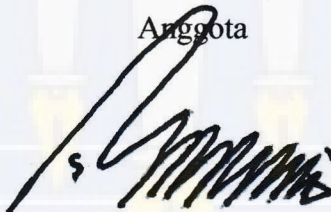
Telah dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

Ketua Penguji



**Hidayati, S.E., M.M.**  
NP. 506306010

Anggota



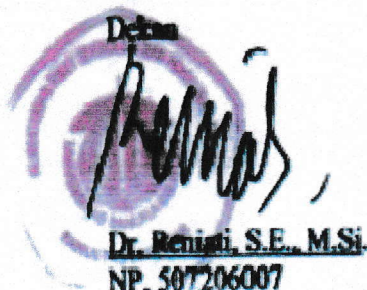
**H. Sumar, S.E., M.M.**  
NP. 506808015

Anggota



**Dr. Reniati, S.E., M.Si.**  
NP. 507206007

Balunijuk, 5 Agustus 2016  
Universitas Bangka Belitung  
Fakultas Ekonomi  
Jurusan Manajemen



**Dr. Reniati, S.E., M.Si.**  
NP. 507206007



**Moya Yasnita, S.E., M.Si.**  
NIP. 198605082014042001

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

“ Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi yang berjudul “ **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promisi, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada *SIAM THAI SPA* Pangkalpinang** “ ini, tidak terdapat karya sebelumnya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini disebutkan dalam referensi dan apabila dikemudian hari terbukti bahwa ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai dengan peraturan yang berlaku ”.

Balunijuk, 5 Agustus 2016

Penulis,



Tony

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### MOTTO

*Segala perkara dapat kutanggung di dalam Dia yang memberi kekuatan kepadaku.*

*(Filipi 4: 13)*

*Jangan merasa dirimu yang paling tidak berdaya dan yang paling lemah, karena dalam dirimu tersimpan sejuta potensi yang belum terlihat dan selalu berdoa agar segala sesuatu akan menjadi lebih baik.*

### PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan dengan segenap rasa kepada:

1. Mama, papa, dan koko tercinta serta keluarga yang telah mendukung dengan kekuatan moril maupun materiil.
2. Teman-teman yang selalu mendukung yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.
3. Almamaterku tercinta Universitas Bangka Belitung.

## ABSTRAK

### **Tomy. 302 1211 113. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada SIAM THAI SPA Pangkalpinang.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor kualitas pelayanan, harga, promosi, dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada *SIAM THAI SPA* Pangkalpinang, agar pihak perusahaan lebih mudah mengetahui apa saja yang diinginkan seorang konsumen dalam melakukan sebuah kunjungan dan melakukan terapi pada *SIAM THAI SPA*.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 333 responden, sedangkan teknik pengambilan sampel dengan teknik *non-probability sampling* menggunakan metode *purposive sampling*. Pada penelitian ini variabel bebasnya terdiri dari kualitas pelayanan, harga, promosi dan lokasi sedangkan variabel terikatnya adalah kepuasan pelanggan. Pengujian instrument menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas, sedangkan metode analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda dengan uji t, uji F dan  $R^2$ .

Hasil penelitian variabel independen kualitas pelayanan ( $X_1$ ) diperoleh  $t_{hitung} (5,359) > T_{tabel} (1,967)$ , variabel harga ( $X_2$ ) diperoleh  $t_{hitung} (-4,371) < T_{tabel} (1,967)$ , variabel promosi ( $X_3$ ) diperoleh  $t_{hitung} (6,453) > T_{tabel} (1,967)$ , variabel lokasi ( $X_4$ ) diperoleh  $t_{hitung} (2,809) > T_{tabel} (1,967)$ . Maka variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) berpengaruh secara parsial terhadap variabel kepuasan pelanggan ( $Y$ ), variabel harga ( $X_2$ ) tidak berpengaruh secara parsial terhadap variabel kepuasan pelanggan ( $Y$ ), variabel promosi ( $X_3$ ) berpengaruh secara parsial terhadap variabel kepuasan pelanggan ( $Y$ ), dan variabel lokasi ( $X_4$ ) berpengaruh secara parsial terhadap variabel kepuasan pelanggan ( $Y$ ) signifikansi adalah  $0,000 < \alpha$  pada taraf signifikansi 0,05, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti variabel independen (kualitas pelayanan, promosi dan harga) secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen (kepuasan pelanggan) secara positif dan signifikan, sedangkan variabel harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan. Hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan *Adjusted R Square* 0,250 atau 25%, yakni berarti variasi variabel kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan, harga, promosi dan lokasi, sisanya 75% dapat dijelaskan oleh variabel lain diluar dari variabel penelitian.

*Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi, Lokasi dan Kepuasan Pelanggan*

## ABSTRACT

***Tomy. 302 1211 113. The Influence of Service Quality, Price, Promotion, and Location on Customer Satisfaction at SIAM THAI SPA Pangkalpinang.***

*The purpose of this research is to determine the influence of service quality, price, promotion, and location factors on customer satisfaction at SIAM THAI SPA Pangkalpinang in order for it to be easier for the company to find out what the costumers want during their visit at SIAM T'HAI SPA.*

*This is a descriptive quantitative research with a total sample of 333 respondents, chosen using non-probability sampling technique and purposive sampling method. In this research, the independent variables consist of service quality, price, promotion, and location, while the dependent variable is the customer satisfaction. The research instruments are tested using validity test and reliability test, while the data analysis method used is multiple linear regression analysis with t-test, F-test and  $R^2$ .*

*The research results show that for service quality ( $X_1$ ),  $t_{value}(5.359) > t_{table}(1.967)$ , for price ( $X_2$ ),  $t_{value}(-4.371) < t_{table}(1.967)$ , for promotion ( $X_3$ ), the  $t_{value}(6.453) > t_{table}(1.967)$ , and for location ( $X_4$ ) the  $t_{value}(2.809) > t_{table}(1.967)$ . Therefore, service quality ( $X_1$ ) has partial effect on customer satisfaction variable ( $Y$ ), price ( $X_2$ ) has no partial effect on the customer satisfaction ( $Y$ ), promotion ( $X_3$ ) has partial effect on customer satisfaction ( $Y$ ), and location ( $X_4$ ) has partial effect on the customer satisfaction ( $Y$ ). The significance is  $0.000 < \alpha$  at significance level of 0.05, therefore  $H_0$  is rejected and  $H_a$  is accepted, meaning that the independent variables (service quality, promotion and location) simultaneously have positive and significant effect on the dependent variable of customer satisfaction, while price has negative and significant effect on customer satisfaction. The determination coefficient ( $R^2$ ) test result yields the Adjusted R Square of 0.250 or 25%. Therefore, the variations of customer satisfaction can be explained by service quality, price, promotion and location, while the remaining 75% can be explained by other variables outside the research variables.*

***Keywords: service quality, price, promotion, location, and customer satisfaction***

## KATA PENGANTAR

Pertama-tama Penulis ingin mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang tiada hentinya memberikan rahmat, anugerah, berkat, serta hidayah-Nya kepada Penulis, sehingga Penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul “ Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada *SIAM THAI SPA* Pangkalpinang “ untuk memperoleh gelar sarjana di Universitas Bangka Belitung.

Dalam penyelesaian penelitian ini, tidak bisa lepas dari bantuan-bantuan dari orang-orang di sekitar Penulis yang terus memberikan dukungan dan dorongan kepada Penulis.

Maka dari itu, Penulis ingin mengucapkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Muhammad Yusuf, M.Si. selaku Rektor Universitas Bangka Belitung.
2. Ibu Dr. Reniati, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung.
3. Ibu Hidayati, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing utama yang telah memberikan banyak masukan dalam penulisan skripsi ini.
4. Bapak Dony Yanuar, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing pendamping yang telah bersedia meluangkan waktu untuk membimbing Penulis.
5. Bapak Erwin, S.E., M.M., Ph.D selaku dosen pembimbing pendamping yang telah bersedia meluangkan waktu untuk membimbing Penulis.



6. Semua dosen dan staf pengajar Fakultas Ekonomi jurusan manajemen yang telah membimbing perkuliahan dari awal hingga akhir semester.
7. Teman-teman angkatan 2012 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung.
8. Keluarga yang selalu memberikan dorongan dan terus memberikan semangatnya agar Penulis cepat menyelesaikan skripsi ini.
9. Serta semua pihak yang telah membantu Penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis berharap skripsi ini bisa bermanfaat bagi pengetahuan dan menambah wawasan. Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna karena banyaknya keterbatasan yang dimiliki oleh Penulis sebagai manusia. Maka dari itu, Penulis sangat mengharapkan kritik dan saran dari teman-teman pembaca untuk membangun ilmu pengetahuan yang lebih baik lagi. Penulis juga mohon maaf apabila ada kata-kata dalam penelitian ini yang kurang berkenan di hati pembaca. Demikian kata pengantar ini dibuat oleh Penulis.

Balunujuk, 22 Juli 2016

Penulis



Tomy

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xviii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	7
1.3. Batasan Masalah .....	8
1.4. Tujuan Penelitian .....	8
1.5. Manfaat Penelitian .....	9
1.6. Sistematika Penulisan .....	9
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>11</b>
2.1. Tinjauan Pustaka .....	11
2.1.1. Pemasaran.....	11

2.1.1.1. Pengertian Pemasaran .....	11
2.1.1.2. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	12
2.1.1.3. Konsep Strategi Pemasaran.....	12
2.1.2. Kualitas Pelayanan .....	14
2.1.2.1. Pengertian Kualitas .....	14
2.1.2.2. Dimensi Kualitas Pelayanan.....	17
2.1.3. Harga .....	20
2.1.3.1. Pengertian Harga .....	20
2.1.3.2. Strategi Penentuan Harga.....	22
2.1.3.3. Tujuan Penetapan Harga.....	25
2.1.3.4. Penetapan Harga Jasa .....	26
2.1.4. Promosi.....	27
2.1.4.1. Pengertian Promosi .....	27
2.1.4.2. Bauran Promosi .....	28
2.1.4.3. Promosi Jasa .....	29
2.1.4.4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Bauran Promosi .....	31
2.1.5. Lokasi .....	32
2.1.5.1. Pengertian Lokasi .....	32
2.1.5.2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Pada Wilayah Atau Area Perdagangan.....	33
2.1.5.3. Tipe Lokasi .....	34
2.1.5.4. Pemilihan Lokasi .....	35
2.1.6. Kepuasan Pelanggan .....	36
2.1.6.1. Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	36

2.1.6.2. Elemen Program Kepuasan Pelanggan.....	36
2.1.6.3. Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	38
2.1.6.4. Faktor-Faktor Penunjang Kepuasan Pelanggan .....	39
2.2. Penelitian Terdahulu .....	40
2.3. Kerangka Pemikiran.....	42
2.4. Hipotesis.....	42
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>44</b>
3.1. Pendekatan Penelitian .....	44
3.2. Tempat dan Waktu Penelitian .....	44
3.3. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....	45
3.3.1. Populasi .....	45
3.3.2. Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	45
3.4. Teknik Pengumpulan Data .....	47
3.5. Jenis dan Sumber Data .....	47
3.6. Variabel Penelitian .....	48
3.7. Definisi Operasional .....	49
3.8. Pengukuran Variabel .....	50
3.9. Analisis Data .....	51
3.9.1. Analisis Data Deskriptif .....	51
3.9.2. Uji Validitas .....	52
3.9.3. Uji Reliabilitas.....	52
3.9.4. Uji Asumsi Klasik.....	52
3.9.5. Analisis Regresi Berganda .....	54
3.9.6. Uji T-test .....	55

3.9.7. Uji F.....	55
3.9.8. Uji Determinasi ( $R^2$ ).....	56
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>57</b>
4.1. Hasil Penelitian .....	57
4.1.1. Deskripsi Obyek Penelitian .....	57
4.1.2. Karakteristik Responden Penelitian.....	58
4.1.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	58
4.1.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	59
4.1.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir..	60
4.1.3. Deskripsi Variabel Penelitian .....	62
4.1.3.1. Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Pelayanan.....	62
4.1.3.2. Tanggapan Responden Mengenai Harga.....	67
4.1.3.3. Tanggapan Responden Mengenai Promosi .....	70
4.1.3.4. Tanggapan Responden Mengenai Lokasi .....	73
4.1.3.5. Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Pelanggan .....	75
4.1.3.6. Rekapitulasi Deskriptif .....	78
4.1.4. Hasil Analisis Data .....	80
4.1.4.1. Uji Validitas .....	80
4.1.4.2. Uji Reliabilitas.....	82
4.1.5. Uji Asumsi Klasik .....	82
4.1.5.1. Uji Normalitas .....	82
4.1.5.2. Uji Multikolinearitas .....	83
4.1.5.3. Uji Heteroskedastisitas .....	84
4.1.6. Hasil Analisi Regresi .....	86

4.1.7. Pengujian Hipotesis .....	89
4.1.7.1. Uji t .....	89
4.1.7.2. Uji F.....	91
4.1.7.3. Analisis Koefisiensi Determinasi ( $R^2$ ) .....	91
4.2. Pembahasan.....	92
4.2.1. Gambaran kualitas pelayanan, harga, promosi dan lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada <i>SIAM THAI SPA</i> Pangkalpinang.....	92
4.2.2. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada <i>SIAM THAI SPA</i> Pangkalpinang.....	93
4.2.3. Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada <i>SIAM THAI</i> <i>SPA</i> Pangkalpinang.....	93
4.2.4. Promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada <i>SIAM THAI</i> <i>SPA</i> Pangkalpinang.....	94
4.2.5. Lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada <i>SIAM THAI</i> <i>SPA</i> Pangkalpinang.....	94
4.2.6. Pengaruh kualitas pelayanan, harga, promosi dan lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada <i>SIAM THAI SPA</i> Pangkalpinang.....	95
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>96</b>
5.1. Kesimpulan .....	96
5.2. Saran .....	97
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>100</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>102</b>

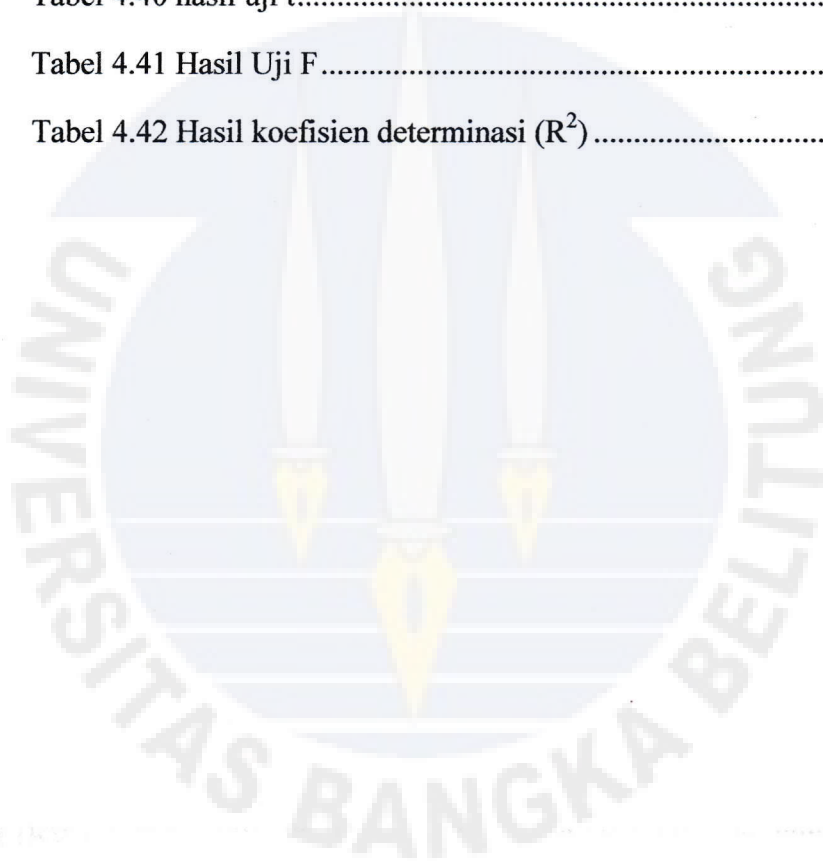
## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data jumlah pengunjung di <i>Siam Thai Spa</i> .....	3
Tabel 1.2 Data pra survey pengunjung <i>Siam Thai Spa</i> .....	5
Tabel 1.3 Daftar harga di <i>Siam Thai Spa</i> .....	6
Tabel 2.1 Penelitian terdahulu.....	40
Tabel 3.1 Data jumlah pengunjung di <i>Siam Thai Spa</i> .....	45
Tabel 3.2 Tebel definisi operasional variabel penelitian .....	49
Tabel 4.1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	58
Tabel 4.2 Karakteristik responden berdasarkan usia.....	59
Tabel 4.3 Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir.....	61
Tabel 4.4 Keapian dan kebersihan ruangan terjamin .....	62
Tabel 4.5 teknologi yang digunakan sangat modern.....	63
Tabel 4.6 Tempat parkir yang sangat luas .....	63
Tabel 4.7 kecepatan dalam pelayanan sangat memuaskan .....	64
Tabel 4.8 Komunikasi dengan karyawan sangat lancar .....	64
Tabel 4.9 Pelayanan sangat sopan.....	65
Tabel 4.10 Privasi sangat dijaga.....	65
Tabel 4.11 Mengutamakan kepentingan pelanggan.....	66
Tabel 4.12 karyawan sangat ramah.....	66
Tabel 4.13 Pelayanan sangat baik .....	67
Tabel 4.14 Pengurangan harga untuk memberikan penghargaan kepada konsumen.....	67
Tabel 4.15 <i>Siam Thai Spa</i> memberikan diskon jika melakukan banyak pembelian .....	68
Tabel 4.16 <i>Siam Thai Spa</i> memberikan diskon pada saat-saat tertentu ..	68

Tabel 4.17 <i>Siam Thai Spa</i> menyesuaikan harga pada setiap produk-produknya.....	69
Tabel 4.18 <i>Siam Thai Spa</i> sering memberikan promosi dengan harga yang menarik .....	69
Tabel 4.19 Perbandingan iklan <i>Siam Thai Spa</i> dengan kompetitornya ..	70
Tabel 4.20 Bahasa iklan yang sesuai dengan kenyataannya.....	71
Tabel 4.21 <i>Siam Thai Spa</i> melakukan penawaran langsung kepada konsumen.....	71
Tabel 4.22 <i>Siam Thai Spa</i> memberikan potongan harga kepada konsumen .....	72
Tabel 4.23 <i>Siam Thai Spa</i> sering melakukan promosi untuk menarik minat konsumen .....	72
Tabel 4.24 <i>Siam Thai Spa</i> memiliki lokasi yang mudah dijangkau transportasi umum .....	73
Tabel 4.25 Kedekatan lokasi <i>Siam Thai Spa</i> dengan sarana/ prasarana umum.....	74
Tabel 4.26 <i>Siam Thai Spa</i> memiliki tempat parkir yang luas untuk pelanggannya.....	74
Tabel 4.27 <i>Siam Thai Spa</i> memiliki tempat parkir yang nyaman.....	75
Tabel 4.28 <i>Siam Thai Spa</i> berdekatan dengan lokasi pesaingnya.....	75
Tabel 4.29 <i>Siam Thai Spa</i> selalu menerima keluhan pelanggan.....	76
Tabel 4.30 Pegawai <i>Siam Thai Spa</i> tanggap atas keluhan pelanggan.....	76
Tabel 4.31 Pegawai <i>Siam Thai Spa</i> selalu memberikan informasi dengan baik terhadap sesuatu yang dibutuhkan pelanggan .....	77
Tabel 4.32 Saya akan selalu menggunakan jasa terapi di <i>Siam Thai Spa</i> .....	77
Tabel 4.33 Saya akan merekomendasikan <i>Siam Thai Spa</i> kepada keluarga dan teman .....	78



Tabel 4.34 Kategori skala .....	79
Tabel 4.35 Rekapitulasi nilai rata-rata .....	79
Tabel 4.36 Hasil uji validitas .....	81
Tabel 4.37 Hasil uji reliabilitas .....	82
Tabel 4.38 Hasil uji multikolinearitas.....	84
Tabel 4.39 Hasil analisis regresi linear berganda.....	86
Tabel 4.40 hasil uji t.....	89
Tabel 4.41 Hasil Uji F .....	91
Tabel 4.42 Hasil koefisien determinasi ( $R^2$ ) .....	92



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian.....	42
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	59
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	60
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir ...	61
Gambar 4.4 Hasil Uji Normalitas .....	81
Gambar 4.5 Uji Heteroskedastisitas .....	85



## DAFTAR LAMPIRAN

1. Uji Validitas .....	102
1.1. Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ).....	103
1.2. Harga ( $X_2$ ).....	105
1.3. Promosi ( $X_3$ ) .....	106
1.4. Lokasi ( $X_4$ ).....	107
1.5. Kepuasan Pelanggan (Y).....	108
2. Uji Reliabilitas .....	109
2.1. Kualitas Pelayanan.....	109
2.2. Harga.....	110
2.3. Promosi .....	111
2.4. Lokasi.....	112
2.5. Kepuasan Pelanggan .....	113
3. Analisis Regresi Linear Berganda .....	114
4. Kuisisioner.....	118
5. Tabulasi Data .....	123
6. Daftar Riwayat Hidup.....	145
7. Surat Keterangan.....	146
8. Dokumentasi.....	147