

**PENGARUH KELENGKAPAN PRODUK DAN LOKASI TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PADA AROMA PRIMA SUPERMARKET DI
KOTA MEDAN**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana (S1)
Fakultas Ekonomi

Universitas Islam Sumatera Utara

OLEH:

NAMA MAHASISWA : YULI
NPM : 71170312004
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN
KONSENTRASI : PEMASARAN



FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM SUMATERA UTARA
MEDAN
2021

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji dan syukur atas ke hadirat Allah Swt yang telah memberikan rahmat, taufiq dan hidayah nya yang mana telah memberikan kesehatan dan anugerah-nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang dimana merupakan syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi pada program studi Manajemen khususnya di Universitas Islam Sumatera Utara.

Dalam kesempatan ini penulis memilih judul “*Pengaruh Kelengkapan Produk Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Aroma Prima Supermarket Di Kota Medan*”.

Penulis telah berusaha keras untuk menghasilkan karya tulis yang baik, namun penulis menyadari bahwa karya tulis ini masih jauh dari sempurna, baik dari segi ilmiahnya maupun segi penulisan tata bahasanya. Hal ini disebabkan kurangnya pengetahuan dan kemampuan yang ada pada penulis, untuk itu kritik dan saran sangat diharapkan dan akan menjadi masukan bagi penulis.

Dalam upaya pengerjaan skripsi ini penulis menyadari bahwa sangat banyak pihak yang turut membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Dalam kesempatan ini penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Safrida, SE.,M..Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sumatera Utara.
2. Bapak Supriadi., SE.,MM.,MSi selaku ketua jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sumatera Utara.
3. Ibu Dr. Nilawati, SE.,M.M., selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan hingga selesainya skripsi ini.
4. Bapak Syafrizal, SE.,M.M., selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan petunjuk dan bimbingan hingga selesainya skripsi ini.

5. Seluruh Dosen pengajar dan staf yang ada di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sumatera Utara, khususnya jurusan Manajemen yang telah mendidik dan membimbing penulis.
6. Ayahanda Muhammad Zeni dan Ibunda tersayang Murningsih yang selalu memberikan dukungan, doa dan kasih sayangnya yang tulus dan tak terhingga kepada penulis.
7. Kakak saya Liani yang telah memberikan semangat dan doa untuk kelancaran skripsi saya.
8. Fajar Maulana yang telah sabar dalam menemani dan membantu penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir hingga saat ini.
9. Teman-teman yang telah membantu dan memberikan semangat, motivasi dan perhatiannya selama pengerjaan skripsi ini.
10. Semua pihak yang terlibat baik langsung maupun tidak langsung dalam pengerjaan skripsi ini yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu diucapkan terima kasih.

Medan,

Penulis

Yuli

Npm :
71170312004

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL....	ix
BAB I : PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	4
1.3 Batasan Masalah dan Rumusan Masalah.....	4
1.3.1 Batasan Masalah..	4
1.3.2 Rumusan Masalah.....	4
1.4 Tujuan Penelitian... ..	5
1.5 Manfaat Penelitian... ..	5
BAB II : LANDASAN TEORI	
2.1 Uraian Teoritis	6
2.1.1 Pemasaran... ..	6
a. Pengertian Pemasaran.....	6
b. Peranan Pemasaran..	7
c. Konsep Bauran Pemasaran..	8
d. Unsur-Unsur Bauran Pemasaran.....	8

2.1.2	Kelengkapan Produk.....	9
	a. Pengertian Produk.....	9
	b. Klasifikasi Produk.....	10
	c. Jenis-Jenis Produk.....	11
	d. Tingkatan Produk.....	11
	e. Indikator Kelengkapan Produk..	12
2.1.3	Lokasi.....	13
	a. Pengertian Lokasi.....	13
	b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Lokasi..	14
	c. Jenis-Jenis Lokasi..	15
	d. Indikator Lokasi.....	16
2.1.4	Kepuasan Pelanggan... ..	16
	a. Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	16
	b. Faktor-Faktor Yang Mendorong Kepuasan Pelanggan.....	18
	c. Indikator Kepuasan Pelanggan..	19
2.2	Penelitian Terdahulu.. ..	20
2.3	Kerangka Konseptual.....	22
2.4	Hipotesis.. ..	23

BAB III : METODE PENELITIAN

3.1	Lokasi Objek dan Waktu Penelitian	25
	3.1.1 Lokasi Penelitian.....	25
	3.1.2 Objek Penelitian.....	25

3.1.3	Waktu Penelitian.....	25
3.2	Populasi & Sampel.....	26
3.2.1	Populasi Penelitian.....	26
3.2.2	Sampel Penelitian.....	26
3.2.3	Sumber Data.....	27
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.4	Definisi Operasional Variabel.....	29
3.5	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	30
3.5.1	Uji Validitas.....	30
3.5.2	Uji Reliabilitas.....	31
3.6	Uji Asumsi Klasik.....	32
3.6.1	Uji Normalitas.....	32
3.6.2	Uji Multikolinearitas.....	32
3.6.3	Uji Heteroskedasitas.....	35
3.7	Teknik Analisis Data.....	33
3.7.1	Teknik Analisis Deskriptif.....	33
3.7.2	Analisis Regresi Linear Berganda.....	33
3.8	Uji Hipotesis.....	34
3.8.1	Uji t (Uji Parsial).....	34
3.8.2	Uji F (Uji Simultan).....	34
3.8.3	Koefisien Determinasi.....	35

BAB IV GAMBARAN UMUM TEMPAT PENELITIAN

4.1 Sejarah Singkat Tempat Penelitian.....	36
4.2 Struktur Organisasi.....	37
4.3 Uraian Tugas.....	38
4.4 Visi Dan Misi Aroma Prima Supermarket.....	41
4.4.1 Visi.....	41
4.4.2 Misi.....	41

BAB V ANALISIS DAN EVALUASI

5.1 Metode Analisis Deskriptif.....	42
5.1.1 Analisa Statistik Deskriptif Karakteristik Responden.....	42
5.2 Deskriptif Data Responden.....	44
5.2.1 Deskriptif Variabel Kelengkapan Produk (X1).....	44
5.2.2 Deskriptif Variabel Lokasi (X2).....	51
5.2.3 Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan (Y).....	55
5.3 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	62
5.3.1 Uji Validitas.....	62
5.3.2 Uji Reliabilitas.....	64
5.4 Uji Asumsi Klasik.....	65
5.4.1 Uji Normalitas.....	65
5.4.2 Uji Multikolinearitas.....	69
5.4.3 Uji Heteroskedasitas.....	69
5.5 Analisis Regresi Linear Berganda.....	70

5.6 Uji Hipotesis.....	72
5.6.1 Uji Parsial (Uji t).....	72
5.6.2 Uji Simultan (Uji F).....	73
5.6.3 Koefisien Determinasi (R^2).....	74
5.7 Pembahasan.....	74
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1 Kesimpulan.....	76
6.2 Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA.....	78
LAMPIRAN.....	80

DAFTAR TABEL

2.1 Penelitian Terdahulu	20
3.1 Waktu Penelitian.....	26
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	29
5.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..	43
5.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	43
5.3 Distribusi Jawaban Responden Untuk Kuesioner 1 Variabel Kelengkapan Produk.....	44
5.4 Distribusi Jawaban Responden Untuk Kuesioner 2 Variabel Kelengkapan Produk.....	45
5.5 Distribusi Jawaban Responden Untuk Kuesioner 3 Variabel Kelengkapan Produk.....	46
5.6 Distribusi Jawaban Responden Untuk Kuesioner 4 Variabel Kelengkapan Produk.....	46
5.7 Distribusi Jawaban Responden Untuk Kuesioner 5 Variabel Kelengkapan Produk.....	47
5.8 Distribusi Jawaban Responden Untuk Kuesioner 6 Variabel Kelengkapan Produk.....	48
5.9 Distribusi Jawaban Responden Untuk Kuesioner 7 Variabel Kelengkapan Produk.....	48
5.10 Distribusi Jawaban Responden Untuk Kuesioner 8 Variabel Kelengkapan Produk.....	49

5.11 Distribusi Jawaban Responden Untuk Kuesioner 9 Variabel Kelengkapan Produk.....	50
5.12 Distribusi Jawaban Responden Untuk Kuesioner 10 Variabel Kelengkapan Produk.....	50
5.13 Distribusi Jawaban Responden Untuk Kuesioner 1 Variabel Lokasi.....	51
5.14 Distribusi Jawaban Responden Untuk Kuesioner 2 Variabel Lokasi.....	52
5.15 Distribusi Jawaban Responden Untuk Kuesioner 3 Variabel Lokasi.....	52
5.16 Distribusi Jawaban Responden Untuk Kuesioner 4 Variabel Lokasi.....	53
5.17 Distribusi Jawaban Responden Untuk Kuesioner 5 Variabel Lokasi.....	53
5.18 Distribusi Jawaban Responden Untuk Kuesioner 6 Variabel Lokasi.....	54
5.19 Distribusi Jawaban Responden Untuk Kuesioner 7 Variabel Lokasi.....	55
5.20 Distribusi Jawaban Responden Untuk Kuesioner 1 Variabel Kepuasan Pelanggan.....	55
5.21 Distribusi Jawaban Responden Untuk Kuesioner 2 Variabel Kepuasan Pelanggan.....	56
5.22 Distribusi Jawaban Responden Untuk Kuesioner 3 Variabel Kepuasan Pelanggan.....	57
5.23 Distribusi Jawaban Responden Untuk Kuesioner 4 Variabel Kepuasan Pelanggan.....	58
5.24 Distribusi Jawaban Responden Untuk Kuesioner 5 Variabel Kepuasan Pelanggan.....	58

5.25 Distribusi Jawaban Responden Untuk Kuesioner 6 Variabel Kepuasan Pelanggan.....	59
5.26 Distribusi Jawaban Responden Untuk Kuesioner 7 Variabel Kepuasan Pelanggan.....	60
5.27 Distribusi Jawaban Responden Untuk Kuesioner 8 Variabel Kepuasan Pelanggan.....	60
5.28 Distribusi Jawaban Responden Untuk Kuesioner 9 Variabel Kepuasan Pelanggan.....	61
5.29 Distribusi Jawaban Responden Untuk Kuesioner 10 Variabel Kepuasan Pelanggan.....	62
5.30 Uji Validitas Kelengkapan Produk.....	62
5.31 Uji Validitas Lokasi.....	63
5.32 Uji Validitas Kepuasan Pelanggan.....	64
5.33 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	65
5.34 Uji Kolmogorov-Smirnov Test.....	68
5.35 Hasil Uji Multikolinearitas.....	69
5.36 Hasil Pengujian Regresi Linear Berganda.....	71
5.37 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	72
5.38 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	73
5.39 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi.....	74

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	80
Lampiran 2 Identifikasi dan Tabel Tabulasi Responden..	84
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas..	95
Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas...	100
Lampiran 5 Analisis Regresi Linear Berganda..	101
Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik..	101
Lampiran 7 Pengujian Hipotesis.....	104

DAFTAR GAMBAR

2.1 Kerangka Konseptual Penelitian.....	23
4.1 Struktur Organisasi.....	38
5.1 Histogram Uji Normalitas.....	66
5.2 Plot Uji Normalitas.....	67
5.3 Hasil Grafik Scatterplot.....	70

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Hasan. (2008). Marketing. Media Utama. Yogyakarta
- Alma, Buchari. (2013). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Cetakan Sepuluh. Bandung: Alfabeta
- Hendri, Ma'aruf. (2006). Pemasaran Ritel. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- H. Fuad. (2010). Pengantar Bisnis. Jakarta: PT. Grandmedia Pustaka Utama
- Kotler, Philip. (2001). Manajemen Pemasaran Di Indonesia: Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian. Jakarta: Salemba Empat
- (2005). Manajemen Pemasaran , Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia
- dan Armstrong, N. (2008). Prinsip-prinsip Pemasaran. Jilid 1. Alih Bahasa: Bob 224-228, Sabran. Jakarta: Penerbit Erlangga
- (2008). Manajemen Pemasaran edisi 12 jilid I. Kembang-Jakarta Barat: PT. INDEKS
- (2008). Manajemen Pemasaran, Jilid 1. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia
- dan Armstrong, N. (2012). Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan, Kemasan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Konsumen. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen 6(1): 1-2
- Lamb, Chales W, Hair, Joseph F, and McDaniel, Carl. (2001). Pemasaran. Alih bahasa David Octavaria. Jakarta: Salemba Empat
- Lupiyoadi, Rambat & A. Hamdani. (2009). Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi kedua. Jakarta: Salemba Empat

- Nana, Herdiana. (2015). Manajemen Strategi Pemasaran. Bandung: CV. Pustaka Setia
- Rharjani, J. (2005). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Pasar Swalayan Sebagai Tempat Berbelanja (Studi Pada Pasar Swalayan di Kawasan Seputar Simpang Lima Semarang). Jurnal studi Manajemen & Organisasi, 2 (1):1-5
- Swastha, Basu, (2002). Azas-Azas Pemasaran. Yogyakarta, Liberty
- Setiadi, Nugroho J. (2003). Perilaku Konsumen. Kencana. Jakarta
- Utami. (2010). Pengaruh Kelengkapan Produk , Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Eramart Sentosa Samarinda. Administrasi Bisnis

LAMPIRAN 1

KUESIONER

Dengan hormat,

Perkenalkan nama saya Yuli mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sumatera Utara, saat ini sedang menyelesaikan tugas akhir tentang **“PENGARUH KELENGKAPAN PRODUK DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA AROMA PRIMA SUPERMARKET DI KOTA MEDAN”**.

PETUNJUK PENGISIAN

1. Pertanyaan dibawah ini hanya semata-mata untuk data penelitian dalam rangka menyusun TAS (Tugas Akhir Skripsi)
2. Pilihlah salah satu jawaban yang memenuhi persepsi saudara dengan member tanda centang (✓)
3. Isilah data responden berikut berdasarkan kriteria yang saudara miliki

DATA RESPONDEN

Nama :

Jenis Kelamin :
1. Laki-laki
2. Perempuan

Usia :
1. 18 Tahun
2. 19 Tahun
3. 20 Tahun

4. 21 Tahun

5. 22 Tahun

KETERANGAN:

Keterangan	Arti	Skor Penilaian
SS	Sangat Setuju	4
S	Setuju	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

BUTIR PERTANYAAN

KELENGKAPAN PRODUK (XI)

No.	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1.	Aroma Prima Supermarket menyediakan banyak stock produk Misalnya: ➤ Sabun Detergen : Daia, Rinso, Attack Softener, Easy, dll. ➤ Pasta Gigi & Sabun Mandi ➤ Minuman & Makanan Ringan ➤ Kosmetik ➤ Obat-Obatan ➤ Alat-Alat Rumah Tangga ➤ Dll.				
2.	Produk yang dijual sangat bervariasi				
3.	Ada berbagai macam pilihan merk produk yang tersedia di Aroma Prima Supermarket				

4.	Produk yang dijual sangat lengkap				
5.	Terdapat variasi ukuran produk yang dijual Misalnya: ➤ Sabun Detergen : Rinso 1 kg, Daia 1.8 kg, Easy 1.2 kg, Persil 5 kg, dll.				
6.	Terdapat variasi kualitas produk yang dijual				
7.	Produk yang dijual selalu tersedia				
8.	Terdapat variasi merk produk yang dijual				
9.	Ketersediaan stock produk yang sejenis di Aroma Prima Supermarket Misalnya: ➤ Sabun Detergen ➤ Pasta Gigi & Sabun Mandi ➤ Minuman & Makanan Ringan ➤ Kosmetik ➤ Obat-Obatan ➤ Alat-Alat Rumah Tangga ➤ Dll.				
10.	Produk yang dijual semua berkualitas baik				

LOKASI (X2)

No.	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1.	Lokasi Aroma Prima Supermarket sangat mudah dijangkau				
2.	Tersedianya angkutan umum ke Aroma Prima Supermarket				
3.	Keleluasan bergerak di dalam Aroma Prima Supermarket				
4.	Aroma Prima Supermarket dapat dilihat dengan jelas dari kejauhan				

5.	Aroma Prima Supermarket menyediakan lahan parkir yang cukup luas dan aman				
6.	Lingkungan disekitar sangat aman				
7.	Aroma Prima Supermarket berada di dekat pusat keramaian				

KEPUASAN PELANGGAN (Y)

No.	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1.	Saya merasakan kenyamanan saat berbelanja di Aroma Prima Supermarket				
2.	Saya merasa nyaman dengan fasilitas yang tersedia				
3.	Saya dilayani dengan respon yang positif				
4.	Karyawan Aroma Prima Supermarket memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti				
5.	Saya mendapatkan pelayanan yang segera saat saya membutuhkan				
6.	Sikap ramah dan kepedulian karyawan dalam memberikan pelayanan				
7.	Saya merasa puas terhadap jawaban yang diberikan karyawan				
8.	Saya sangat puas dengan kinerja karyawan di Aroma Prima Supermarket				
9.	Saya merasa puas karena kebersihan di Aroma Prima Supermarket sangat terjaga dengan baik				
10.	Saya merasa puas karena semua pelanggan dilayani dengan sangat baik				

LAMPIRAN 2

IDENTITAS DAN TABULASI DATA RESPONDEN

1. JENIS KELAMIN

RESPONDEN	JENIS KELAMIN	
	LAKI-LAKI	PEREMPUAN
1	1	
2		1
3	1	
4		1
5		1
6		1
7		1
8		1
9		1
10		1
11		1
12	1	
13		1
14	1	
15		1
16		1
17	1	
18	1	
19		1
20		1
21		1
22	1	
23	1	
24		1
25	1	
26		1
27	1	
28	1	
29		1
30		1
31	1	

32		1
33	1	
34		1
35		1
36		1
37		1
38		1
39		1
40		1
41		1
42	1	
43		1
44		1
45	1	
46	1	
47		1
48	1	
49		1
50	1	1
51		1
52	1	
53		1
54		1
55	1	
56	1	
57		1
58		1
59		1
60		1
61		1
62	1	
63		1
64	1	
65		1
66		1
67		1
68		1
69	1	

70	1	
71		1
72		1
73	1	
74		1
75	1	
76		1
77		1
78		1
79		1
80		1
81		
82		1
TOTAL	27	55

2. USIA

RESPONDEN	USIA				
	18 Tahun	19 Tahun	20 Tahun	21 Tahun	22 Tahun
1	1				
2	1				
3	1				
4	1				
5	1				
6		1			
7	1				
8	1				
9		1			
10	1				
11	1				
12		1			
13		1			
14	1				
15	1				
16	1				
17	1				
18	1				

19	1				
20	1				
21		1			
22		1			
23		1			
24		1			
25		1			
26		1			
27		1			
28	1				
29	1				
30	1				
31	1				
32			1		
33		1			
34		1			
35		1			
36	1				
37			1		
38			1		
39			1		
40			1		
41			1		
42			1		
43			1		
44			1		
45		1			
46		1			
47			1		
48			1		
49			1		
50			1		
51			1		
52			1		
53	1			1	
54	1			1	
55				1	
56				1	

57				1	
58				1	
59				1	
60		1			
61					1
62					1
63					
64	1			1	
65	1			1	
66					
67					1
68					1
69				1	
70					
71				1	
72			1		
73			1		
74			1		
75			1		
76			1		
77					1
78					1
79				1	
80				1	
81				1	
82					
TOTAL	25	17	20	14	6

3. TABULASI VARIABEL KELENGKAPAN PRODUK (X1)

Responden	Kelengkapan Produk										
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	TOTAL
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
2	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	35
3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
4	3	4	3	3	3	4	4	4	2	4	34
5	4	3	3	3	3	4	2	4	3	4	33
6	4	4	1	4	3	4	2	4	4	4	34
7	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	36
8	3	1	3	3	3	3	4	4	3	2	29
9	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	36
10	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	38
11	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	35
12	4	3	1	2	4	4	3	3	3	4	31
13	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	29
14	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	38
15	3	3	1	3	4	4	2	3	3	4	30
16	4	3	3	2	3	3	2	3	3	2	28
17	3	4	3	4	3	4	4	3	4	2	34
18	4	2	4	4	4	1	4	3	3	3	32
19	3	3	1	4	4	4	2	3	3	3	30
20	4	3	3	3	4	4	2	3	4	2	32
21	4	2	3	3	3	3	4	3	3	3	31
22	4	4	4	3	4	4	3	3	3	2	34
23	3	3	1	4	3	4	4	3	4	3	32
24	3	1	3	3	3	3	1	3	4	4	28
25	4	4	1	3	4	4	4	3	4	4	35
26	4	3	3	2	3	4	1	3	3	3	29
27	3	2	4	4	3	3	4	3	3	1	30
28	3	4	4	1	4	4	3	3	3	2	31
29	4	4	1	1	4	4	4	3	3	3	31
30	3	2	2	3	3	3	1	2	3	3	25
31	4	4	4	3	4	4	3	2	3	3	34
32	3	4	2	4	3	4	3	2	3	3	31
33	4	2	3	3	4	4	4	2	3	2	31
34	3	3	2	1	4	4	1	2	4	3	27

35	4	4	4	4	1	4	3	2	4	2	32
36	3	4	4	3	4	4	3	2	4	3	34
37	4	4	3	4	1	3	2	2	3	3	29
38	3	1	2	3	4	3	3	2	3	3	27
39	4	3	4	2	4	3	2	2	3	1	28
40	3	4	3	3	1	3	3	2	3	4	29
41	3	2	2	4	4	3	3	2	4	3	30
42	3	3	4	3	4	3	2	2	3	4	31
43	3	4	3	3	1	3	3	2	4	2	28
44	1	4	3	3	1	3	2	2	3	3	25
45	3	3	1	3	1	3	3	2	3	3	25
46	3	1	2	3	4	3	2	2	3	2	25
47	1	4	2	3	4	3	3	2	3	3	28
48	1	4	3	3	1	3	2	2	4	2	25
49	3	3	3	3	4	3	2	2	3	3	29
50	3	2	3	3	2	3	2	2	4	3	27
51	3	3	3	3	4	3	2	2	4	3	30
52	3	4	2	3	2	3	2	2	2	2	25
53	3	4	3	3	3	3	2	2	3	4	30
54	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	27
55	3	2	2	1	2	3	1	2	4	2	22
56	3	4	3	1	3	3	1	2	2	2	24
57	3	3	3	1	2	3	2	2	3	2	24
58	3	3	1	3	2	3	2	2	3	2	24
59	3	4	3	1	3	3	2	2	3	1	25
60	3	4	3	1	3	3	2	2	3	2	26
61	3	2	2	3	2	3	2	2	3	2	24
62	3	3	3	3	2	3	2	2	3	1	25
63	3	3	3	3	3	3	2	2	4	2	28
64	3	3	3	3	3	3	2	2	2	4	28
65	3	3	2	3	2	3	1	2	3	2	24
66	3	3	3	3	3	3	1	2	4	2	27
67	3	3	2	2	2	3	2	2	3	1	23
68	3	3	3	3	2	3	2	2	3	2	26
69	3	3	2	3	3	3	2	2	3	4	28
70	3	3	3	3	3	3	2	1	2	1	24
71	3	3	1	3	2	2	2	1	4	1	22
72	3	3	3	3	2	2	2	1	3	1	23

73	3	3	3	3	3	2	2	1	2	1	23
74	3	3	2	3	3	2	2	1	3	1	23
75	3	3	3	3	3	2	2	1	2	1	23
76	2	3	2	3	2	2	2	1	3	1	21
77	2	3	3	3	2	2	2	1	3	1	22
78	2	3	3	3	2	2	2	1	1	1	20
79	2	3	3	3	3	2	2	1	3	1	23
80	2	3	2	2	2	2	2	1	1	1	18
81	1	3	3	2	3	2	2	1	3	1	21
82	1	3	3	2	2	2	2	1	3	1	20

4. TABULASI VARIABEL LOKASI (X2)

Responden	Lokasi							TOTAL
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	
1	4	4	4	4	4	4	4	28
2	3	3	3	3	4	4	3	23
3	3	4	3	4	4	4	3	25
4	4	4	4	3	4	4	4	27
5	3	3	2	3	4	4	4	23
6	4	4	3	3	4	4	4	26
7	4	4	4	4	4	3	4	27
8	4	4	3	4	4	4	4	27
9	3	3	3	3	3	4	4	23
10	3	4	3	4	4	3	4	25
11	4	4	3	4	3	4	4	26
12	3	4	3	2	4	3	3	22
13	4	3	4	4	4	3	3	25
14	3	3	3	3	3	3	4	22
15	2	4	4	4	3	3	4	24
16	4	4	3	3	3	4	4	25
17	3	3	3	3	3	3	3	21
18	4	3	2	3	4	3	3	22
19	2	3	4	4	3	3	4	23
20	4	4	3	1	4	3	3	22
21	4	4	2	4	4	3	4	25
22	2	4	3	1	4	3	4	21

23	3	3	2	4	4	3	1	20
24	4	4	4	1	4	3	1	21
25	4	4	2	4	4	3	4	25
26	3	4	2	4	4	3	4	24
27	4	4	4	4	3	3	4	26
28	3	4	3	4	3	3	3	23
29	3	3	2	4	3	3	3	21
30	3	3	2	4	4	3	4	23
31	3	3	2	3	4	3	2	20
32	3	3	2	4	4	3	3	22
33	4	3	2	4	1	3	4	21
34	4	3	3	3	3	3	2	21
35	3	3	2	3	3	3	4	21
36	4	3	3	3	3	3	2	21
37	4	1	3	3	3	3	4	21
38	4	1	3	3	3	3	4	21
39	4	1	2	3	3	3	2	18
40	4	3	2	3	3	3	2	20
41	4	3	2	3	3	2	3	20
42	3	3	3	3	3	2	3	20
43	3	3	3	3	3	2	2	19
44	3	3	2	3	3	2	3	19
45	3	3	2	3	3	2	3	19
46	3	3	2	3	3	2	2	18
47	3	3	3	3	3	2	3	20
48	4	3	3	1	3	2	3	19
49	4	3	2	1	3	2	3	18
50	4	1	3	1	3	2	3	17
51	3	3	2	3	1	2	2	16
52	3	3	2	3	3	2	3	19
53	3	3	3	3	3	2	3	20
54	4	3	3	3	3	2	2	20
55	4	3	3	3	3	2	3	21
56	2	3	2	3	3	2	3	18
57	2	3	2	3	3	2	2	17
58	3	3	2	3	1	2	2	16
59	3	2	3	2	3	2	3	18
60	4	3	2	1	3	2	3	18

61	2	3	3	1	3	2	3	17
62	4	3	2	3	3	2	2	19
63	4	3	2	3	3	2	3	20
64	3	2	2	3	3	2	3	18
65	3	3	3	3	3	2	3	20
66	3	3	2	3	3	2	3	19
67	3	3	2	3	2	2	3	18
68	2	3	3	2	2	2	3	17
69	3	3	2	2	2	2	3	17
70	3	3	4	2	2	2	3	19
71	4	3	2	2	2	2	3	18
72	4	2	2	2	2	2	3	17
73	3	2	3	2	2	2	3	17
74	2	2	3	2	2	2	2	15
75	2	2	2	2	2	2	3	15
76	3	2	2	2	2	1	2	14
77	4	2	3	2	2	1	2	16
78	4	2	2	2	1	2	1	14
79	2	3	2	2	1	1	2	13
80	2	2	3	1	1	2	2	13
81	3	3	2	1	1	2	2	14
82	2	2	2	3	2	1	1	13

5. TABULASI VARIABEL KEPUASAN PELANGGAN (Y)

Responden	Kepuasan Pelanggan										
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	TOTAL
1	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	36
2	4	3	3	3	2	4	3	4	1	2	29
3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	4	31
4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	36
5	4	4	3	3	3	3	4	3	2	3	32
6	4	3	2	3	2	4	3	4	3	2	30
7	4	4	4	2	3	3	2	3	4	1	30
8	4	3	4	2	4	4	3	4	2	3	33
9	2	3	3	2	4	4	3	4	2	3	30
10	3	4	3	2	4	3	4	4	4	3	34

11	3	4	4	3	4	3	3	3	3	2	32
12	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	31
13	4	3	3	3	4	3	3	4	4	2	33
14	4	3	4	3	3	3	3	3	3	2	31
15	3	3	3	2	4	2	3	4	3	2	29
16	4	4	3	3	4	3	4	3	4	2	34
17	3	1	1	3	3	3	3	4	3	2	26
18	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	30
19	2	4	3	2	3	2	3	4	3	2	28
20	3	3	4	3	4	3	3	4	3	2	32
21	4	3	4	2	4	3	4	4	3	2	33
22	4	4	3	3	3	3	3	4	4	2	33
23	4	3	4	3	3	2	4	3	3	1	30
24	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	33
25	4	4	3	2	3	2	3	4	3	2	30
26	3	3	4	2	4	2	3	4	3	2	30
27	4	3	4	3	3	3	3	3	3	2	31
28	3	4	3	3	4	3	4	4	3	2	33
29	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	35
30	3	3	4	2	3	2	4	3	3	1	28
31	3	4	3	3	3	2	3	4	3	2	30
32	4	4	4	3	3	3	3	3	3	2	32
33	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	30
34	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	28
35	3	4	4	2	4	3	3	3	4	2	32
36	2	4	2	4	2	3	3	4	3	3	30
37	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	28
38	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	30
39	3	4	4	4	3	3	3	2	2	2	30
40	2	3	3	2	4	2	3	2	3	2	26
41	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	30
42	3	4	3	3	3	3	3	2	4	1	29
43	3	3	1	3	3	3	3	3	3	2	27
44	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	24
45	3	4	3	2	3	3	2	2	4	2	28
46	3	3	3	3	2	3	2	3	4	2	28
47	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	27
48	3	4	3	3	3	3	3	2	2	1	27

49	3	3	3	2	3	3	3	2	4	1	27
50	3	4	3	2	3	2	3	2	4	2	28
51	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	27
52	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	26
53	3	4	3	3	3	3	2	2	4	2	29
54	2	3	3	2	2	3	3	3	3	1	25
55	3	3	3	2	2	3	3	3	2	1	25
56	3	3	2	3	3	2	2	2	4	2	26
57	3	4	3	3	3	3	3	2	3	2	29
58	3	2	3	2	3	3	2	3	2	2	25
59	3	3	3	3	3	3	2	2	4	2	28
60	3	2	3	2	2	2	3	2	3	1	23
61	3	3	3	1	3	2	3	3	2	2	25
62	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	26
63	2	3	3	1	3	3	3	2	4	1	25
64	2	3	3	2	2	2	2	2	3	2	23
65	3	3	3	1	3	2	2	3	2	2	24
66	2	2	3	2	3	3	3	2	2	2	24
67	2	3	3	2	3	2	3	3	3	1	25
68	3	1	1	2	2	2	2	3	1	3	20
69	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	24
70	3	3	3	1	1	2	3	3	3	2	24
71	2	3	3	1	2	3	3	2	3	2	24
72	3	3	2	1	3	1	3	2	3	1	22
73	3	3	2	3	3	2	1	3	2	2	24
74	2	2	3	1	2	1	3	2	2	1	19
75	2	3	2	1	2	1	3	2	2	2	20
76	2	3	3	2	3	1	3	2	1	2	22
77	2	3	3	1	2	1	2	2	2	3	21
78	2	2	3	2	2	1	2	1	3	2	20
79	2	2	3	2	3	3	2	2	2	1	22
80	3	2	2	3	1	1	3	2	3	2	22
81	2	3	2	3	1	1	1	2	1	1	17
82	2	3	2	2	3	3	3	2	1	2	23

LAMPIRAN 3

HASIL UJI VALIDITAS

1. UJI VALIDITAS VARIABEL KELENGKAPAN PRODUK (X1)

		Correlations										
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	TOTAL
P1	Pearson Correlation	1	-.011	.100	.148	.375**	.478**	.281*	.514**	.227*	.334**	.592**
	Sig. (2-tailed)		.919	.372	.185	.001	.000	.010	.000	.041	.002	.000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82
P2	Pearson Correlation	-.011	1	.146	-.023	-.091	.321**	.144	.072	.036	.137	.292**
	Sig. (2-tailed)	.919		.191	.839	.416	.003	.196	.520	.749	.220	.008
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82
P3	Pearson Correlation	.100	.146	1	.102	.117	.004	.207	.140	.031	-.052	.323**
	Sig. (2-tailed)	.372	.191		.363	.296	.969	.062	.208	.785	.643	.003
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82
P4	Pearson Correlation	.148	-.023	.102	1	.057	.105	.425**	.287**	.265*	.312**	.477**
	Sig. (2-tailed)	.185	.839	.363		.608	.346	.000	.009	.016	.004	.000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82
P5	Pearson Correlation	.375**	-.091	.117	.057	1	.364**	.299**	.403**	.168	.344**	.552**
	Sig. (2-tailed)	.001	.416	.296	.608		.001	.006	.000	.132	.002	.000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82
P6	Pearson Correlation	.478**	.321**	.004	.105	.364**	1	.365**	.675**	.366**	.557**	.730**
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.969	.346	.001		.001	.000	.001	.000	.000

	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82
	Pearson Correlation	.281*	.144	.207	.425**	.299**	.365**	1	.550**	.172	.314**	.675**
P7	Sig. (2-tailed)	.010	.196	.062	.000	.006	.001		.000	.122	.004	.000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82
	Pearson Correlation	.514**	.072	.140	.287**	.403**	.675**	.550**	1	.348**	.664**	.827**
P8	Sig. (2-tailed)	.000	.520	.208	.009	.000	.000	.000		.001	.000	.000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82
	Pearson Correlation	.227*	.036	.031	.265*	.168	.366**	.172	.348**	1	.299**	.481**
P9	Sig. (2-tailed)	.041	.749	.785	.016	.132	.001	.122	.001		.006	.000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82
	Pearson Correlation	.334**	.137	-.052	.312**	.344**	.557**	.314**	.664**	.299**	1	.711**
P10	Sig. (2-tailed)	.002	.220	.643	.004	.002	.000	.004	.000	.006		.000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82
	Pearson Correlation	.592**	.292**	.323**	.477**	.552**	.730**	.675**	.827**	.481**	.711**	1
TOTAL	Sig. (2-tailed)	.000	.008	.003	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82

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

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

2. UJI VALIDITAS VARIABEL LOKASI (X2)

		Correlations							
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	TOTAL
P1	Pearson Correlation	1	.070	.079	.095	.243 [*]	.288 ^{**}	.122	.400 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.533	.480	.398	.028	.009	.277	.000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82
P2	Pearson Correlation	.070	1	.267 [*]	.334 ^{**}	.469 ^{**}	.488 ^{**}	.352 ^{**}	.662 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.533		.015	.002	.000	.000	.001	.000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82
P3	Pearson Correlation	.079	.267 [*]	1	.049	.262 [*]	.351 ^{**}	.281 [*]	.478 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.480	.015		.660	.017	.001	.011	.000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82
P4	Pearson Correlation	.095	.334 ^{**}	.049	1	.368 ^{**}	.471 ^{**}	.355 ^{**}	.631 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.398	.002	.660		.001	.000	.001	.000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82
P5	Pearson Correlation	.243 [*]	.469 ^{**}	.262 [*]	.368 ^{**}	1	.627 ^{**}	.402 ^{**}	.763 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.028	.000	.017	.001		.000	.000	.000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82
P6	Pearson Correlation	.288 ^{**}	.488 ^{**}	.351 ^{**}	.471 ^{**}	.627 ^{**}	1	.548 ^{**}	.843 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.009	.000	.001	.000	.000		.000	.000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82
P7	Pearson Correlation	.122	.352 ^{**}	.281 [*]	.355 ^{**}	.402 ^{**}	.548 ^{**}	1	.692 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.277	.001	.011	.001	.000	.000		.000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82
TOTAL	Pearson Correlation	.400 ^{**}	.662 ^{**}	.478 ^{**}	.631 ^{**}	.763 ^{**}	.843 ^{**}	.692 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	82	82	82	82	82	82	82	82

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

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

3. UJI VALIDITAS VARIABEL KEPUASAN PELANGGAN (Y)

Correlations

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	TOTAL
Pearson Correlation	1	.276*	.361**	.348**	.275*	.370**	.311*	.423**	.278*	.200	.661**
Sig. (2-tailed)		.012	.001	.001	.012	.001	.004	.000	.011	.072	.000
N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82
Pearson Correlation	.276*	1	.377**	.210	.293**	.219*	.221*	.187	.338**	.077	.549**
Sig. (2-tailed)	.012		.000	.058	.007	.048	.046	.093	.002	.489	.000
N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82
Pearson Correlation	.361**	.377**	1	.058	.414**	.253*	.332*	.198	.256*	.026	.561**
Sig. (2-tailed)	.001	.000		.604	.000	.022	.002	.075	.020	.816	.000
N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82
Pearson Correlation	.348**	.210	.058	1	.154	.435**	.161	.255*	.179	.279*	.541**
Sig. (2-tailed)	.001	.058	.604		.166	.000	.148	.021	.108	.011	.000
N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82
Pearson Correlation	.275*	.293**	.414**	.154	1	.389**	.368*	.367**	.273*	.217	.648**
Sig. (2-tailed)	.012	.007	.000	.166		.000	.001	.001	.013	.050	.000
N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82
Pearson Correlation	.370**	.219*	.253*	.435**	.389**	1	.281*	.380**	.210	.287**	.672**
Sig. (2-tailed)	.001	.048	.022	.000	.000		.010	.000	.059	.009	.000
N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82
Pearson Correlation	.311**	.221*	.332**	.161	.368**	.281*	1	.388**	.211	.186	.583**
Sig. (2-tailed)	.004	.046	.002	.148	.001	.010		.000	.057	.094	.000
N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82

Pearson Correlation	.423**	.187	.198	.255*	.367**	.380**	.388*	1	.132	.292**	.634**
Sig. (2-tailed)	.000	.093	.075	.021	.001	.000	.000		.235	.008	.000
N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82
Pearson Correlation	.278*	.338**	.256*	.179	.273*	.210	.211	.132	1	-.062	.506**
Sig. (2-tailed)	.011	.002	.020	.108	.013	.059	.057	.235		.579	.000
N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82
Pearson Correlation	.200	.077	.026	.279*	.217	.287**	.186	.292**	-.062	1	.417**
Sig. (2-tailed)	.072	.489	.816	.011	.050	.009	.094	.008	.579		.000
N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82
Pearson Correlation	.661**	.549**	.561**	.541**	.648**	.672**	.583*	.634**	.506**	.417**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82

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

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

LAMPIRAN 4
HASIL UJI RELIABILITAS

1. UJI RELIABILITAS VARIABEL KELENGKAPAN PRODUK

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.764	10

2. UJI RELIABILITAS VARIABEL LOKASI

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.764	7

3. UJI RELIABILITAS VARIABEL KEPUASAN PELANGGAN

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.777	10

LAMPIRAN 5
ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA

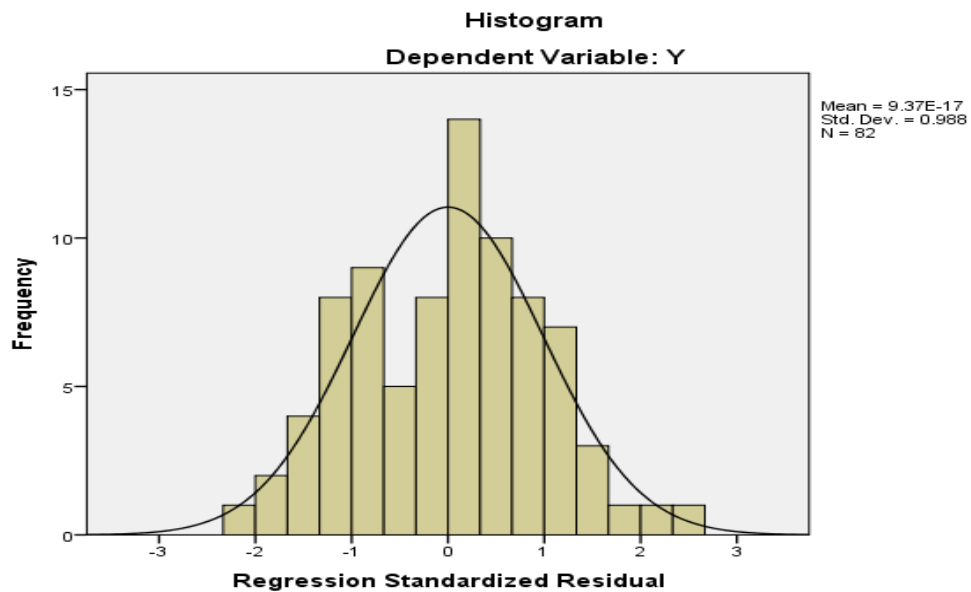
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6.558	1.591		4.122	.000
X1	.281	.085	.324	3.309	.001
X2	.653	.114	.560	5.718	.000

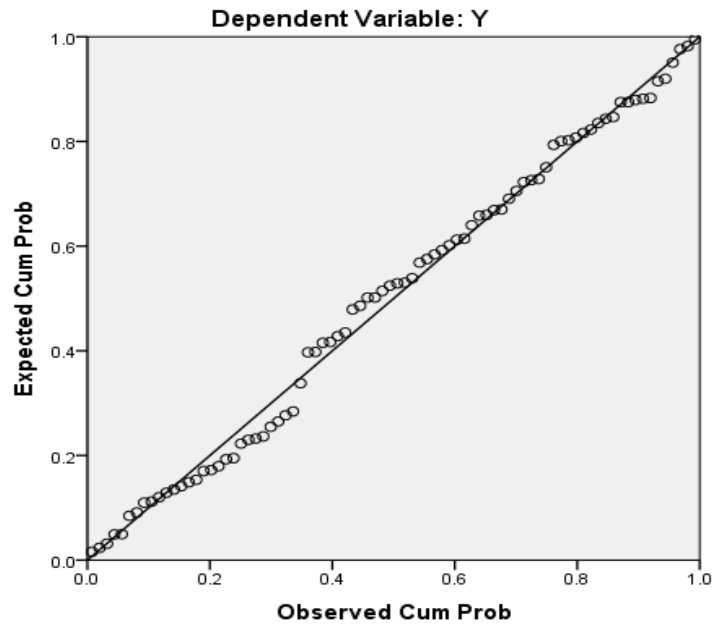
a. Dependent Variable: Y

LAMPIRAN 6
UJI ASUMSI KLASIK

1. UJI NORMALITAS



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		82
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	2.28521214
	Absolute	.060
Most Extreme Differences	Positive	.060
	Negative	-.052
Kolmogorov-Smirnov Z		.540
Asymp. Sig. (2-tailed)		.932

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

2. UJI MULTIKOLINEARITAS

Coefficients^a

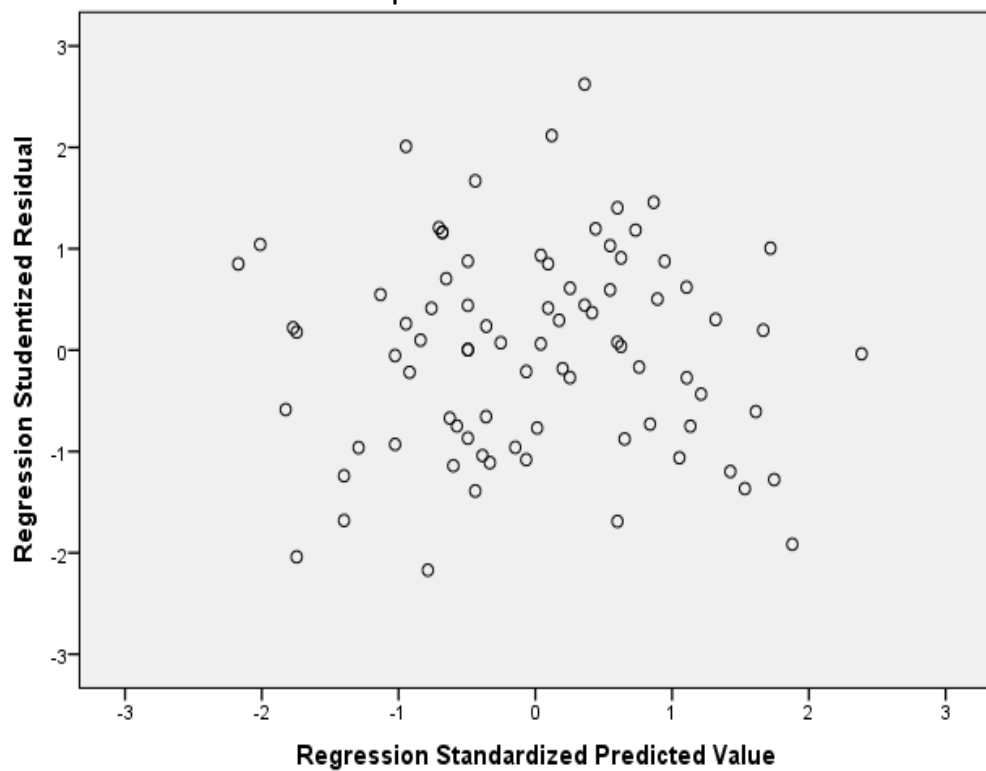
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	6.558	1.591		4.122	.000		
1 Kelengkapan Produk	.281	.085	.324	3.309	.001	.393	2.543
Lokasi	.653	.114	.560	5.718	.000	.393	2.543

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

3. UJI HETEROSKEDASITAS

Scatterplot

Dependent Variable: Y



LAMPIRAN 7
PENGUJIAN HIPOTESIS

1. UJI t

Coefficients^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
	(Constant)	6.558	1.591			
1	X1	.281	.085	.324	3.309	.001
	X2	.653	.114	.560	5.718	.000

a. Dependent Variable: Y

2. UJI F

ANOVA^a						
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
	Regression	995.551	2	497.776	92.966	.000 ^b
1	Residual	422.998	79	5.354		
	Total	1418.549	81			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), Lokasi (X_2), Kelengkapan Produk (X_1)

3. UJI R² atau KOEFISIEN DETERMINASI

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.838 ^a	.702	.694	2.314

a. Predictors: (Constant), Lokasi (X2) ,Kelengkapan Produk (X1)

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)