

KATA PENGANTAR

Pertama-tama penulis ingin mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang sudah memberikan nikmat serta kesehatan dalam menuntaskan tugas akhir persyaratan akademik guna mengejar gelar studi yakni Strata Satu Sarjana Manajemen di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya ini.

Penulis meyakini bahwa pengungkapan, penyajian, ataupun penggunaan kata-kata serta bahasa pada penelitian ini dirasa masih sangat jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu dengan seluruh kerendahan hati, penulis mengharapkan kritik serta juga saran dan seluruh bentuk pengarahannya dari seluruh pihak guna perbaikan penelitian tugas akhir ini.

Pada kesempatan ini penulis juga ingin mengucapkan terima kasih yang begitu besar kepada pihak-pihak yang sudah membantu dan mendukung atas terselesaikannya penelitian ini sampai akhir. Ucapan terima kasih ini khususnya ditujukan kepada:

1. Bapak Dr. Ronald S.T., M.M., CSMA., CDM., PMA selaku executive director yang membantu banyak hal dalam kehidupan perkuliahan yang saya lalui selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya.
2. Ibu Dr. Amelia S.E., RFP-I., M.M., CSMA., CDM selaku Ketua Program Studi Manajemen serta pembimbing akademik yang sudah membantu dan membimbing saya selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya.
3. Ibu Dr. Amelia S.E., RFP-I., M.M., CSMA., CDM selaku dosen pembimbing yang telah membantu, membimbing, memberi waktu, tenaga, serta perhatiannya kepada saya dari awal perkuliahan dan selama proses pengerjaan penelitian ini dari awal sampai selesai.
4. Bapak Dr. Ronald S.T., M.M., CSMA., CDM., PMA selaku dosen pembimbing kedua yang telah membantu, membimbing, dan memberikan masukan-masukan serta perhatian sehingga saya dapat menyelesaikan perkuliahan dan penelitian ini dari awal hingga selesai.
5. Ibu Dr. Oliandes Sondakh, S.E., M.M. selaku dosen penguji pertama yang turut memberikan masukan dan arahan kepada penulis untuk penyelesaian penelitian ini.
6. Isbandi Setiabudi selaku papa saya dan Alimah selaku mama saya yang senantiasa mendukung, mendoakan, memberikan semangat, dukungan, memberi bantuan finansial, dan yang menjadi alasan saya untuk terus berjuang, hingga saya dapat menyelesaikan penelitian ini.
7. Teman-teman seperjuangan saya seperti Angela Lorens, Christino Basso, Ricardo Wong, dan teman-teman lainnya yang sudah saling menopang dan menolong satu sama lain selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya.
8. Serta teman-teman saya seperti Aji, Setya, Edo, Yovan yang terus memberi dukungan dan semangat kepada saya untuk dapat menyelesaikan perkuliahan.
9. Kepada semua pihak-pihak lainnya yang tidak dapat disebut satu persatu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini. Hanya doa yang bisa penulis sampaikan, semoga Tuhan membalas semua kebaikan Bapak, Ibu Saudara/I sekalian.

Akhir kata, semoga penelitian ini bermanfaat bagi pribadi penulis serta pihak-pihak lainnya yang berkepentingan dengan topik yang sama. Segala kritik dan saran dari pembaca atas penelitian ini tentunya akan sangat bermanfaat bagi penyempurnaan selanjutnya.

Surabaya 16 Desember 2022



(Januar Setiawan Pradana)



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
----------------------------	----------

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI	
KATA PENGANTAR.....	
ABSTRAK	
ABSTRACT.....	
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR.....	
DAFTAR TABEL	
DAFTAR LAMPIRAN	
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Batasan Masalah.....	10
1.3 Rumusan Masalah	10
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Manfaat Penelitian	11
1.6 Sistematika Penulisan	12
BAB II LANDASAN TEORI.....	13
2.1 Landasan Teori	13
2.1.1 Behavior Intention	13
2.1.2 Customer Satisfaction.....	13
2.1.3 Promotion Menu	14
2.1.4 Basic Information	15
2.1.5 Customer Service.....	16
2.1.6 Human Sale	17
2.2 Penelitian Terdahulu	17
2.3 Pengembangan Hipotesis	18

2.3.1 Pengaruh <i>promotion menu</i> terhadap <i>customer satisfaction</i>	18
2.3.2 Pengaruh <i>basic information</i> terhadap <i>customer satisfaction</i>	19
2.3.3 Pengaruh <i>customer service</i> terhadap <i>customer satisfaction</i>	19
2.3.4 Pengaruh <i>human sale</i> terhadap <i>customer satisfaction</i>	20
2.3.5 Pengaruh <i>customer satisfaction</i> terhadap <i>behavior intention</i>	20
2.4 Model Penelitian	20
2.5 Bagan Alur Berpikir.....	21
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	23
3.1 Jenis Penelitian dan Jenis Data.....	23
3.1.1 Jenis Penelitian.....	23
3.1.2 Jenis dan Sumber Data.....	23
3.2 Populasi dan Sampel	24
3.2.1 Populasi	24
3.2.2 Sampel	24
3.3 Metode Pengumpulan Data	25
3.4 Definisi Operasional Variabel	28
3.5 Metode Analisis Data.....	29
3.5.1. Pengolahan Data	29
3.5.2. Pengujian Hipotesis.....	30
3.5.2.1. Uji Validitas	30
3.5.2.2. Uji Realibilitas	30
3.5.2.3. Uji Asumsi Klasik	31
3.5.2.4. Analisis Linear Regresi Sederhana.....	32
3.5.2.5. Analisis Linear Regresi Berganda	32
3.5.2.6. Koefisien Korelasi (R)	34

3.5.2.7. Koefisien Determinasi (R^2)	34
3.5.2.8. Uji F.....	35
3.5.2.9. Uji T	35
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	41
4.1 Gambaran Umum Hasjrat Toyota	41
4.2 Analisis Data	42
4.2.1 Statistik Deskriptif	42
4.2.1.1 Karakteristik Responden	42
4.2.1.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
4.2.1.3 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia	43
4.2.1.4 Tanggapan Responden	44
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel	50
4.2.2.1 Penjelasan Responden Terhadap <i>Promotion Menu</i>	50
4.2.2.2 Penjelasan Responden Terhadap <i>Basic Information</i>	52
4.2.2.3 Penjelasan Responden Terhadap <i>Customer Service</i>	53
4.2.2.4 Penjelasan Responden Terhadap <i>Human Sale</i>	55
4.2.2.5 Penjelasan Responden Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	56
4.2.2.6 Penjelasan Responden Terhadap <i>Behavior Intention</i>	58
4.2.3 Uji Validitas	59
4.2.4 Uji Realibilitas	60
4.2.5 Pengujian Asumsi Klasik Regresi	61
4.2.5.1 Uji Normalitas.....	61
4.2.5.2 Uji Heterokedastisitas.....	63

4.2.5.3 Uji Multikolinearitas	65
4.2.5.4 Uji Linearitas	66
4.3 Metode Analisis Statistika	67
4.3.1 Analisis Regresi	67
4.3.1.1 Analisis Regresi Sederhana.....	67
4.3.1.2 Analisis Regresi Berganda	68
4.3.2 Analisis Koefisien Regresi Sederhana	69
4.3.3 Analisis Koefisien Regresi Berganda.....	70
4.3.4 Analisis Koefisien Determinasi (R ²).....	70
4.4 Metode Pengujian Hipotesis.....	71
4.4.1 Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	71
4.4.2 Uji Signifikansi Parsial (Uji T).....	72
4.5 Pembahasan	74
BAB V	
KONKLUSI, IMPLIKASI, dan REKOMENDASI	93
5.1 Simpulan	93
5.1.1 Simpulan Atas Hipotesistatis	93
5.1.2 Simpulan Atas Masalah Penelitian	97
5.2 Implikasi	99
5.2.1 Implikasi Teoritis.....	99
5.2.2 Implikasi Manajerial.....	100
5.3 Rekomendasi	105
DAFTAR PUSTAKA	107
LAMPIRAN A: KUESIONER	
LAMPIRAN B: TABULASI DATA KUESIONER	

LAMPIRAN C: HASIL PENGOLAHAN DATA



DAFTAR TABEL

Gambar 1.1 Logo Coffee Scaena	3
Gambar 1.2 Lingkungan keadaan Coffee Scaena	3
Gambar 1.3 Tampilan Stock barang	5
Gambar 1.4 Ulasan Customer di Coffee Scaena	7
Gambar 1.5 Rating Coffee Scaena	8
Gambar 2.1 Model Penelitian Terdahulu	21
Gambar 2.2 Model Penelitian	24
Gambar 2.3 Bagan Alur Berpikir	25
Gambar 4.1 Usia Responden	41
Tabel 1.1 Harga minuman	6
Tabel 3.1 <i>Design</i> inti kuesioner	30
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel	33
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia	42
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia	43
Tabel 4.3 Derajat Penilaian Setiap Variabel	45
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap <i>Product quality</i>	45
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Price	46
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Service quality	47
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Customer satisfaction	48
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap <i>Customer loyalty</i>	49
Tabel 4.10 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Product quality</i>	50
Tabel 4.11 Distribusi Jawaban Responden terhadap	

DAFTAR TABEL

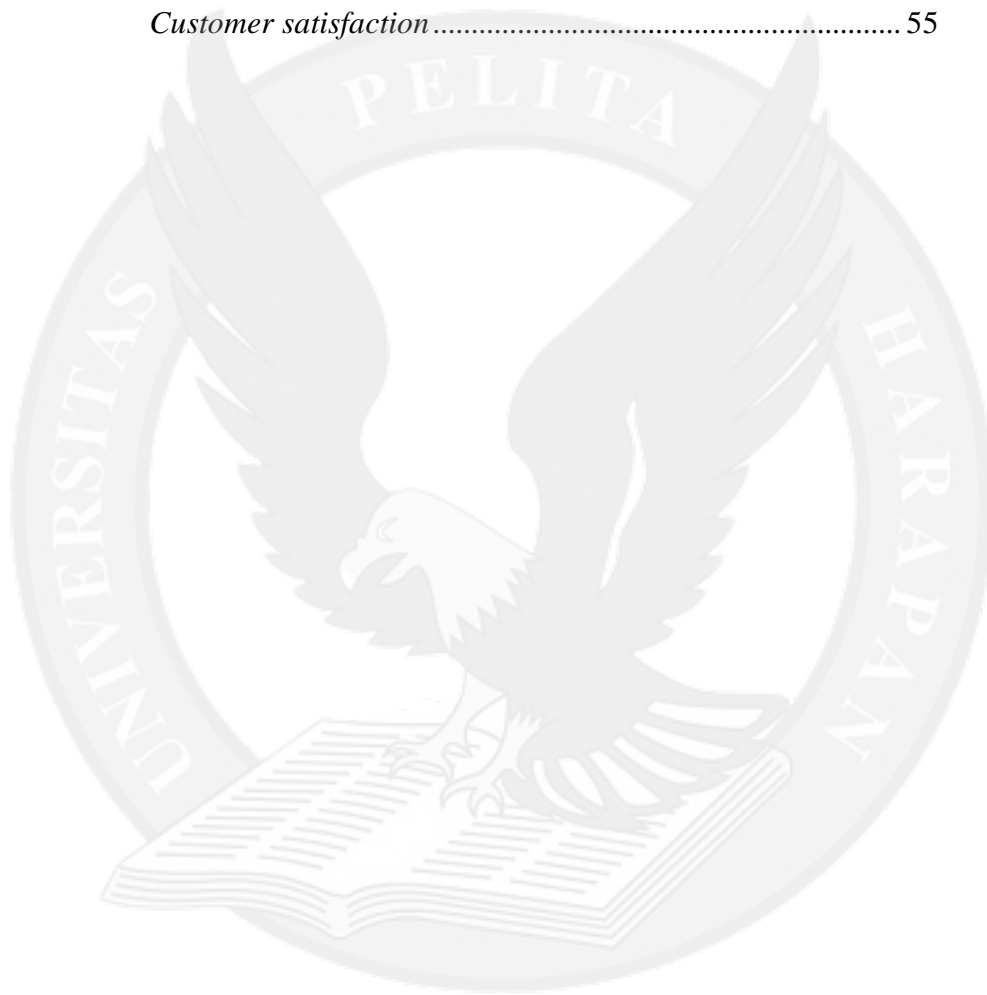
<i>Price</i>	52
--------------------	----

Tabel 4.12 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel

<i>Service quality</i>	51
------------------------------	----

Tabel 4.13 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel

<i>Customer satisfaction</i>	55
------------------------------------	----



Tabel 4.14 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel	
<i>Customer loyalty</i>	57
Tabel 4.16 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Product quality</i>	59
Tabel 4.17 Uji Validitas Variabel Price	59
Tabel 4.18 Uji Validitas Variabel Service quality.....	59
Tabel 4.19 Uji Validitas Variabel Customer satisfaction.....	60
Tabel 4.20 Uji Validitas Variabel <i>Customer loyalty</i>	60
Tabel 4.22 Hasil Uji Realibilitas <i>Product quality</i>	60
Tabel 4.23 Hasil Uji Realibilitas Price.....	60
Tabel 4.24 Hasil Uji Realibilitas Service quality	60
Tabel 4.25 Hasil Uji Realibilitas Customer satisfaction.....	61
Tabel 4.26 Hasil Uji Realibilitas <i>Customer loyalty</i>	61
Tabel 4.28 Uji Kolmogorov Smirnov (K-S).....	62
Tabel 4.29 Uji Spearman's PM, BI, CS, HS.....	65
Tabel 4.30 Uji Spearman's BI*CSa	65
Tabel 4.31 Nilai Tolerance dan VIF.....	65
Tabel 4.32 Hasil Uji Linearitas.....	66
Tabel 4.33 Hasil Uji Regresi Sederhana (CSa*BI)	67

Tabel 4.34 Hasil Uji Regresi Berganda	68
Tabel 4.35 Hasil Analisis Koefisien Determinasi 1 (R ²)	70
Tabel 4.36 Hasil Analisis Koefisien Determinasi 2 (R ²)	71
Tabel 4.37 Hasil Uji F	71
Tabel 4.38 Hasil Uji T	72
Tabel 4.39 Indikator Variabel <i>Product quality</i>	82
Tabel 4.40 Indikator Variabel Price.....	84
Tabel 4.41 Indikator Variabel <i>Service quality</i>	85
Tabel 4.42 Indikator Variabel Customer satisfaction.....	87
Tabel 4.43 Indikator Variabel <i>Customer loyalty</i>	89
Tabel 5.1 Implikasi Teoritis.....	99
Tabel 5.2 Implikasi Manajerial	103

Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	d. Deviation
	100	3.0	5.0	4.550	.5573
	100	1.0	5.0	4.460	.6423
	100	2.0	5.0	4.570	.5551
	100	0000000000000000	0000000000000000	266666666666667	54877544232416
	100	2.0	5.0	4.560	.6563
	100	3.0	5.0	4.590	.5143
	100	2.0	5.0	4.510	.5595
	100	333333333333335	000000000000000	533333333333332	42470363354077
	100	3.0	5.0	4.610	.5486
	100	2.0	5.0	4.560	.6563
	100	2.0	5.0	4.470	.6269
	100	333333333333335	000000000000000	466666666666664	04791852960024
	100	1.0	5.0	4.460	.7166
	100	2.0	5.0	4.530	.5938
	100	1.0	5.0	4.450	.6416
	100	333333333333333	000000000000000	800000000000002	78942105776241
	100	2.0	5.0	4.500	.5946
	100	1.0	5.0	4.460	.7024
	100	1.0	5.0	4.620	.6321
	100	333333333333333	000000000000000	266666666666669	60943569346349
(listwise)	100				

Frekuensi

JK

	Frequency	Percent	Cumulative Percent	Relative Percent
Jan	30	30.0	30.0	30.0
	70	70.0	70.0	100.0
	100	100.0	100.0	

Umur

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
--	-----------	---------	---------------	--------------------

ahun	98	98.0	98.0	98.0
ahun	2	2.0	2.0	100.0
	100	100.0	100.0	

PQ1

	Frequency	Percent	Cumulative Percent	Relative Percent
	3	3.0	3.0	3.0
	39	39.0	39.0	42.0
	58	58.0	58.0	100.0
	100	100.0	100.0	

PQ2

	Frequency	Percent	Cumulative Percent	Relative Percent
	1	1.0	1.0	1.0
	2	2.0	2.0	3.0
	46	46.0	46.0	49.0
	51	51.0	51.0	100.0
	100	100.0	100.0	

PQ3

	Frequency	Percent	Cumulative Percent	Relative Percent
	1	1.0	1.0	1.0
	40	40.0	40.0	41.0
	59	59.0	59.0	100.0
	100	100.0	100.0	

PQ

	Frequency	Percent	Cumulative Percent	Relative Percent
00000000000	1	1.0	1.0	1.0
33333333335	2	2.0	2.0	3.0
00000000000	12	12.0	12.0	15.0
33333333330	30	30.0	30.0	45.0
66666666670	27	27.0	27.0	72.0

00000000000	28	28.0	28.0	100.0
	100	100.0	100.0	

PR1

	Frequency	Percent	Cumulative Percent	Relative Percent
	3	3.0	3.0	3.0
	35	35.0	35.0	38.0
	62	62.0	62.0	100.0
	100	100.0	100.0	

PR2

	Frequency	Percent	Cumulative Percent	Relative Percent
	1	1.0	1.0	1.0
	39	39.0	39.0	40.0
	60	60.0	60.0	100.0
	100	100.0	100.0	

PR3

	Frequency	Percent	Cumulative Percent	Relative Percent
	1	1.0	1.0	1.0
	46	46.0	46.0	47.0
	53	53.0	53.0	100.0
	100	100.0	100.0	

PR

	Frequency	Percent	Cumulative Percent	Relative Percent
33333333335	1	1.0	1.0	1.0
33333333335	2	2.0	2.0	3.0
00000000000	12	12.0	12.0	15.0
33333333330	26	26.0	26.0	41.0
66666666670	28	28.0	28.0	69.0
00000000000	31	31.0	31.0	100.0
	100	100.0	100.0	

SQ1

	Frequency	Percent	Cumulative Percent	Relative Percent
	3	3.0	3.0	3.0
	33	33.0	33.0	36.0
	64	64.0	64.0	100.0
	100	100.0	100.0	

SQ2

	Frequency	Percent	Cumulative Percent	Relative Percent
	3	3.0	3.0	3.0
	35	35.0	35.0	38.0
	62	62.0	62.0	100.0
	100	100.0	100.0	

SQ3

	Frequency	Percent	Cumulative Percent	Relative Percent
	2	2.0	2.0	2.0
	1	1.0	1.0	3.0
	45	45.0	45.0	48.0
	52	52.0	52.0	100.0
	100	100.0	100.0	

SQ

	Frequency	Percent	Cumulative Percent	Relative Percent
3333333335	2	2.0	2.0	2.0
6666666665	1	1.0	1.0	3.0
0000000000	13	13.0	13.0	16.0
3333333330	22	22.0	22.0	38.0
6666666670	30	30.0	30.0	68.0
0000000000	32	32.0	32.0	100.0
	100	100.0	100.0	

CS1

	Frequency	Percent	Cumulative Percent	Relative Percent
	1	1.0	1.0	1.0
	2	2.0	2.0	3.0
	1	1.0	1.0	4.0
	42	42.0	42.0	46.0
	54	54.0	54.0	100.0
	100	100.0	100.0	

CS2

	Frequency	Percent	Cumulative Percent	Relative Percent
	1	1.0	1.0	1.0
	2	2.0	2.0	3.0
	40	40.0	40.0	43.0
	57	57.0	57.0	100.0
	100	100.0	100.0	

CS3

	Frequency	Percent	Cumulative Percent	Relative Percent
	1	1.0	1.0	1.0
	2	2.0	2.0	3.0
	47	47.0	47.0	50.0
	50	50.0	50.0	100.0
	100	100.0	100.0	

CS

	Frequency	Percent	Cumulative Percent	Relative Percent
3333333333	1	1.0	1.0	1.0
6666666665	2	2.0	2.0	3.0
6666666665	1	1.0	1.0	4.0
0000000000	25	25.0	25.0	29.0
3333333330	15	15.0	15.0	44.0
6666666670	22	22.0	22.0	66.0

000000000000	34	34.0	34.0	100.0
	100	100.0	100.0	

CL1

	Frequency	Percent	Cumulative Percent	Relative Percent
	1	1.0	1.0	1.0
	2	2.0	2.0	3.0
	43	43.0	43.0	46.0
	54	54.0	54.0	100.0
	100	100.0	100.0	

CL2

	Frequency	Percent	Cumulative Percent	Relative Percent
	1	1.0	1.0	1.0
	2	2.0	2.0	3.0
	44	44.0	44.0	47.0
	53	53.0	53.0	100.0
	100	100.0	100.0	

CL3

	Frequency	Percent	Cumulative Percent	Relative Percent
	1	1.0	1.0	1.0
	2	2.0	2.0	3.0
	30	30.0	30.0	33.0
	67	67.0	67.0	100.0
	100	100.0	100.0	

CL

	Frequency	Percent	Cumulative Percent	Relative Percent
33333333333	1	1.0	1.0	1.0
66666666665	2	2.0	2.0	3.0
00000000000	19	19.0	19.0	22.0
33333333330	16	16.0	16.0	38.0

6666666670	28	28.0	28.0	66.0
00000000000	34	34.0	34.0	100.0
	100	100.0	100.0	

Uji Validitas, n=100 (>0.169) dan Uji Reliabilitas (>0.6)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	Number of Items
.669	.671	3

Item-Total Statistics

	Mean if Item Deleted	Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
	9.030	1.039	.451	.203	.613
	9.120	.854	.502	.255	.551
	9.010	1.000	.499	.250	.554

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	Number of Items
.642	.646	3

Item-Total Statistics

	Mean if Item Deleted	Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
	9.100	.798	.455	.223	.552
	9.070	1.076	.395	.166	.617
	9.150	.896	.522	.272	.449

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	Number of Items
.764	.766	3

Item-Total Statistics

	Mean if Item Deleted	Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
	9.030	1.262	.593	.414	.694
	9.080	.963	.698	.504	.559
	9.170	1.193	.516	.288	.774

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	Number of Items
.865	.868	3

Item-Total Statistics

	Mean if Item Deleted	Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
	8.980	1.293	.743	.555	.817
	8.910	1.578	.728	.535	.827
	8.990	1.424	.771	.595	.784

Reliability Statistics

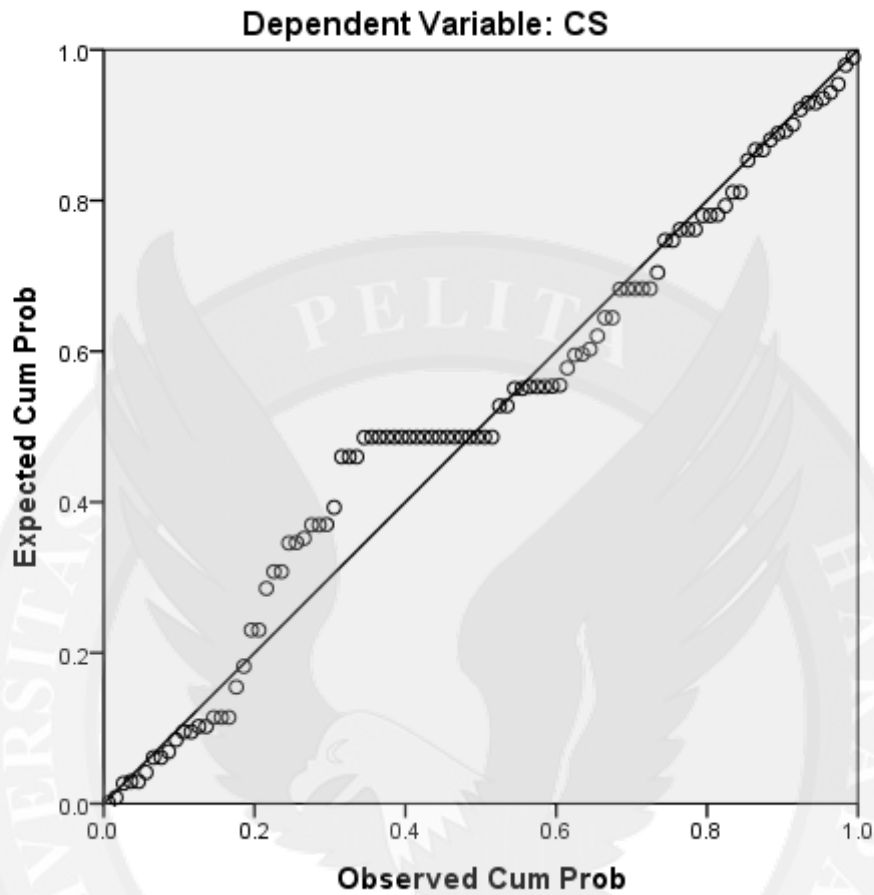
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	Number of Items
.840	.842	3

Item-Total Statistics

	Mean if Item Deleted	Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
	9.080	1.509	.664	.467	.816
	9.120	1.258	.686	.496	.803
	8.960	1.312	.774	.599	.709

Uji Asumsi Klasik
 CS= PQ, PR, SQ
 Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Transform
Parameters ^{a,b}		48
		.4533
	iation	.18823
treme Differences	›	.089
		.089
	›	-.068
tistic		.089
Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

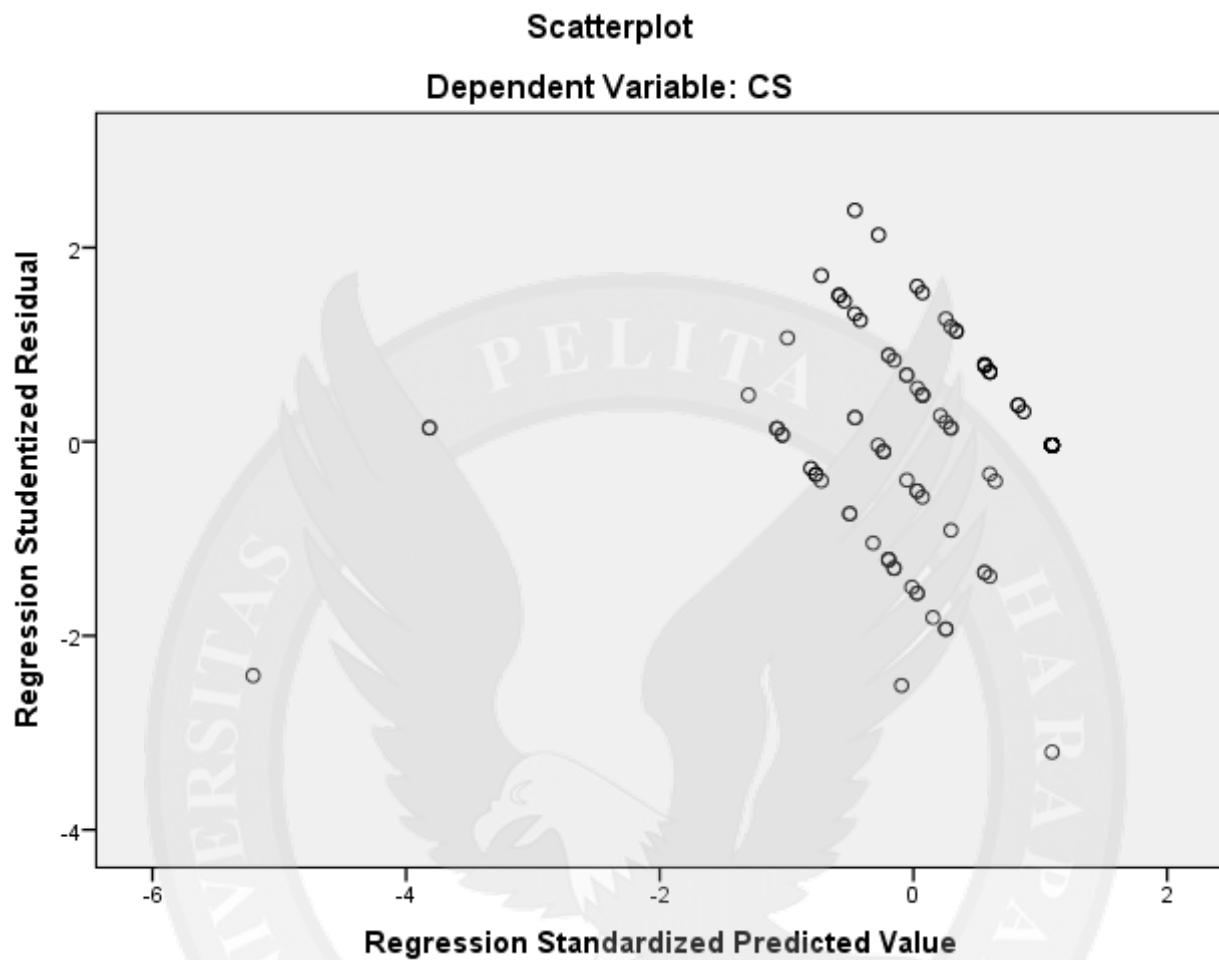
istribution is Normal.

lated from data.

›rs Significance Correction.

s a lower bound of the true significance.

Uji Heterokedastisitas



Correlations		Standardized Residual	PQ	PR	SQ
Pearson's rho	Standardized Residual	1.000	-.102	-.071	-.067
	ion Coefficient				
	ailed)		.315	.481	.509
		100	100	100	100
	ion Coefficient	-.102	1.000	.493**	.578**
	ailed)	.315		.000	.000
		100	100	100	100
	ion Coefficient	-.071	.493**	1.000	.495**
	ailed)	.481	.000		.000
		100	100	100	100
	ion Coefficient	-.067	.578**	.495**	1.000
	ailed)	.509	.000	.000	

		100	100	100	100
--	--	-----	-----	-----	-----

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

Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
Constant	-1.803	.359			-2.238	.028		
	.327	.108	.257		3.038	.003	.431	2.312
	.389	.106	.297		3.655	.000	.467	2.139
	.447	.096	.390		4.676	.000	.443	2.256

Dependent Variable: CS

Uji Linearitas

ANOVA Table					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	20.794	5	4.159	31.555	.000
Within Groups	17.722	1	17.722	134.469	.000
Total	38.516	6			
Adjusted R Squared	3.071	4	.768	5.826	.000
Groups	12.389	94	.132		
Total	33.182	99			

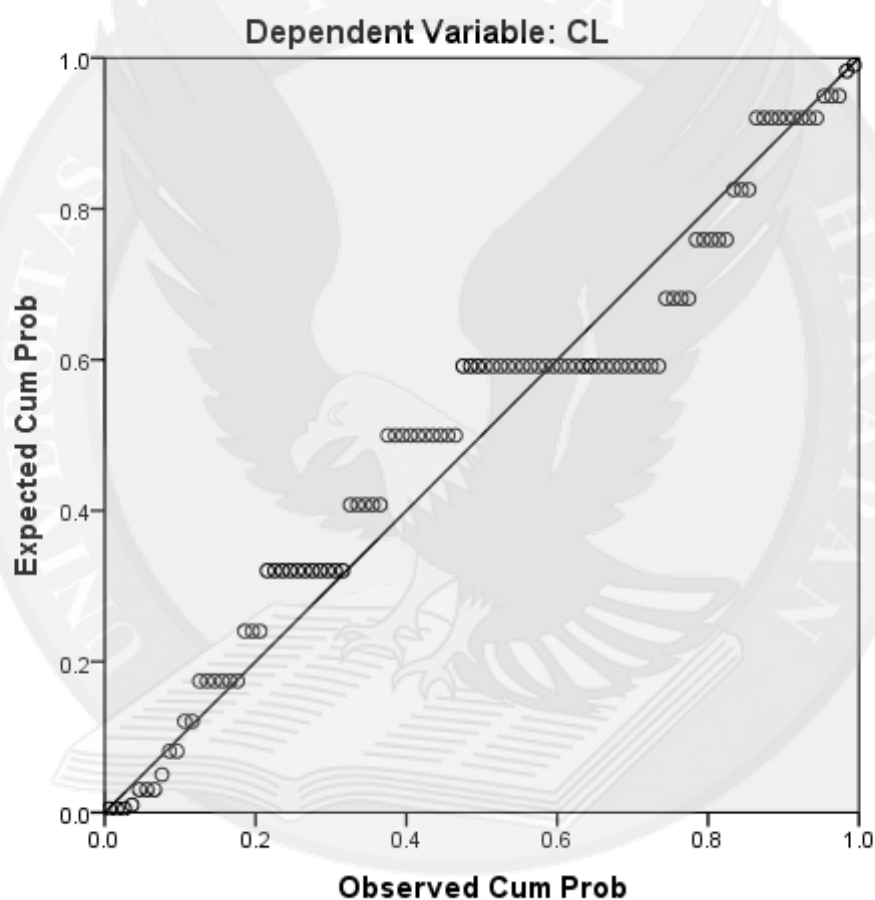
ANOVA Table					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	21.569	5	4.314	34.916	.000
Within Groups	17.756	1	17.756	143.717	.000
Total	39.325	6			
Adjusted R Squared	3.813	4	.953	7.716	.000
Groups	11.613	94	.124		
Total	33.182	99			

ANOVA Table

			Sum of Squares		Mean Square	F	Sig.
	Between Groups	Sum of Squared Deviations	22.391	5	4.478	39.009	
	Within Groups	Sum of Squared Residuals	19.544	1	19.544	170.247	
	Total	Sum of Squared Total	2.847	4	.712	6.199	
			10.791	94	.115		
			33.182	99			

CL= CS
Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Transform
Parameters ^{a,b}	Sample Size	100
	Test Statistic	1.2213
	Significance Level	.32259

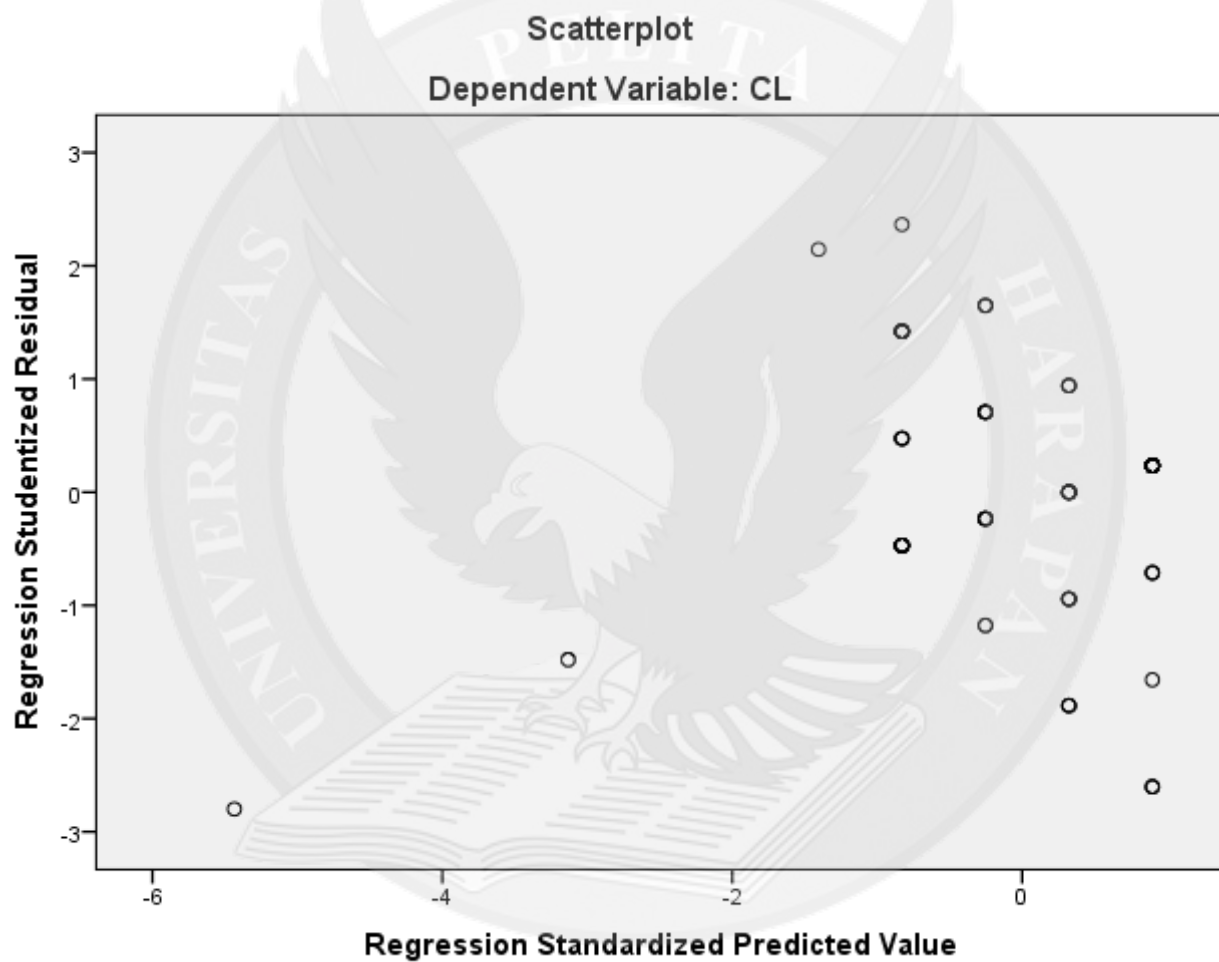
Extreme Differences	›	.243
		.233
	›	-.086
tistic		.213
Sig. (2-tailed)		.055 ^c

istribution is Normal.

lated from data.

ors Significance Correction.

Uji Heterokedastisitas



Correlations

			Standardized Residual	CS
an's rho	Standardized Residual	ion Coefficient	1.000	-.101
		ailed)	.	.318
			100	100
		ion Coefficient	-.101	1.000
		ailed)	.318	.
			100	100

Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

	Standardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
ant)	1.159	.279		4.155	.000		
	.752	.062	.776	12.171	.000	1.000	1

Ident Variable: CL

Uji Linearitas

ANOVA Table

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Groups	21.912	6	3.652	36.760	
	18.748	1	18.748	188.716	
in from Linearity	3.163	5	.633	6.368	
Groups	9.239	93	.099		
	31.151	99			

Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi

Model Summary^b

	R	Square	Adjusted R Square	Standard Error of the Estimate
	.839 ^a	.704	.695	19721545523286

ctors: (Constant), SQ, PR, PQ

Ident Variable: CS

Model Summary^b

	R	Square	Adjusted R Square	Standard Error of the Estimate
1	.776 ^a	.602	.598	55749923107548

Dependent Variable: CS

Independent Variable: CL

Regresi Sederhana dan Regresi Berganda

Coefficients^a

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-803	.359		-2.238	.028		
CL	.327	.108	.257	3.038	.003	.431	2.302
CS	.389	.106	.297	3.655	.000	.467	2.142
PR	.447	.096	.390	4.676	.000	.443	2.255

Dependent Variable: CS

Coefficients^a

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	1.159	.279		4.155	.000		
CL	.752	.062	.776	12.171	.000	1.000	1.000

Dependent Variable: CL

Uji F

ANOVA^a

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	23.369	3	7.790	76.203	.000 ^b
Residual	9.813	96	.102		
Total	33.182	99			

Dependent Variable: CS

Predictors: (Constant), SQ, PR, PQ

ANOVA^a

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	18.748	1	18.748	148.141	.000 ^b
Residual	12.403	98	.127		
Total	31.151	99			

Dependent Variable: CL

Predictors: (Constant), CS

Uji t

Dependent Variable: CL

Coefficients^a

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
(Constant)	1.159	.279			4.155	.000		
CS	.752	.062	.776		12.171	.000	1.000	1.000

NO	Pertanyaan	Pilihan Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
PRODUK						
1	Produk yang tersedia pada Coffee Scaena memiliki kualitas yang bagus					
2	Produk minuman yang tersedia pada Coffee Scaena cukup bervariasi					
3	Produk yang tersedia pada Coffee Scaena memiliki kualitas tinggi					
4	Kualitas tempat produk kemasan di Coffee Scaena sangat menarik					
HARGA						
5	Harga produk yang dijual di Coffee Scaena lebih terjangkau dibandingkan dengan pesaing					

1.

- A. Iya
- B. Tidak (berhenti disini, terima kasih)
3. Berapa Usia:
 - A. < 18 tahun
 - B. 18-35 tahun
 - C. 36-50 tahun
 - D. > 60 tahun
4. Apakah anda pernah datang ke Coffee Scaena?
5. [B]
 - A. Tidak Pernah (berhenti disini, terima kasih)
 - B. Pernah

Keterangan Penilaian:

Berilah skor tanda silang (X) pada kolom yang tersedia yang sesuai tanggapan anda.

5. STS = Sangat Tidak Setuju
6. TS = Tidak Setuju
7. N = Netral
8. S = Setuju
9. SS = Sangat Setuju

6	Adanya Potongan harga (discount) menarik jika melakukan pembelian dalam jumlah tertentu di Coffee Scaena					
PELAYANAN						
7	Pelayanan karyawan Coffee Scaena dalam memberikan informasi yang dibutuhkan oleh konsumen cukup baik					
8	Karyawan Coffee Scaena cukup ramah terhadap konsumen yang sedang berkunjung					
9	Karyawan Coffee Scaena dalam membantu mengambilkan barang yang kita butuhkan selalu sepenuh hati					
10	Penampilan karyawan Coffee Scaena rapi					
KEPUTUSAN PEMBELI KONSUMEN						
11	Saya akan membeli kembali produk dari Coffee Scaena					

12	Saya akan merekomendasikan Coffee Scaena kepada orang lain					
13	Saya akan menjadi Coffee Scaena sebagai pilihan utama					

