



**PENGARUH LOKASI, KUALITAS LAYANAN, DAN HARGA
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
(Studi Pada Pelanggan Battlenet Sumbersari Jember)**

*INFLUENCE OF LOCATION, QUALITY SERVICE, AND PRICE TO
SATISFACTION CUSTOMER
(Study at Customer Of Battlenet Sumbersari Jember)*

SKRIPSI

Oleh :

Catur Widya Wicaksona

NIM. 110810201190

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER**

2016



**PENGARUH LOKASI, KUALITAS LAYANAN, DAN HARGA
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
(Studi Pada Pelanggan Battlenet Sumpalsari Jember)**

*INFLUENCE OF LOCATION, QUALITY SERVICE, AND PRICE TO
SATISFACTION CUSTOMER
(Study at Customer Of Battlenet Sumpalsari Jember)*

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1)
dan mencapai gelar Sarjana Ekonomi

Oleh :

Catur Widya Wicaksona

NIM. 110810201190

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER**

2016

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS JEMBER – FAKULTAS EKONOMI

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini ;

Nama : Catur Widya Wicaksona

NIM : 110810201190

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi : Pengaruh Lokasi, Kualitas Layanan, dan Harga
terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan
Battlenet Sumbersari Jember)

Menyatakan bahwa skripsi yang telah saya buat merupakan hasil karya sendiri. Apabila ternyata dikemudian hari skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan dan sekaligus menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini, Saya buat dengan sebenarnya.

Jember, Agustus 2016

Yang menyatakan,

Catur Widya Wicaksona
NIM 110810201190

PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul skripsi : Pengaruh Lokasi, Kualitas Layanan, dan Harga terhadap
Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Battlenet
Sumbersari Jember)

Nama Mahasiswa : Catur Widya Wicaksona

NIM : 110810201190

Jurusan : S-1 Manajemen/ Regular

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Tanggal Persetujuan :

Pembimbing I

Pembimbing II

Prof. Dr. H. R. Andi Sularso, MSM
NIP 196004131986031002

Drs. Ketut Indraningrat, M.Si
NIP 195505161987031001

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen

Dr. Ika Barokah S., SE, MM.
NIP. 1978052522003122002

JUDUL SKRIPSI

PENGARUH LOKASI, KUALITAS LAYANAN, DAN HARGA
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI PADA
PELANGGAN BATTLENET SUMBERSARI JEMBER)

Yang dipersiapkan dan disusun oleh ;

Nama : **Catur Widya Wicaksona**

NIM : **110810201190**

Jurusan : **Manajemen**

Telah dipertahankan didepan panitia penguji pada tanggal ;

.....

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Susunan Tim Penguji

1. Ketua : Drs. Sudaryanto MBA, Ph.D (.....)
NIP 196604081991031001
2. Sekretaris : Dr. Elok Sri Utami M.Si. (.....)
NIP 196412281990022001
3. Anggota : Dewi Prihatini SE, MM, Ph.D (.....)
NIP 196903291993032001

FOTO

4 x 6
cm

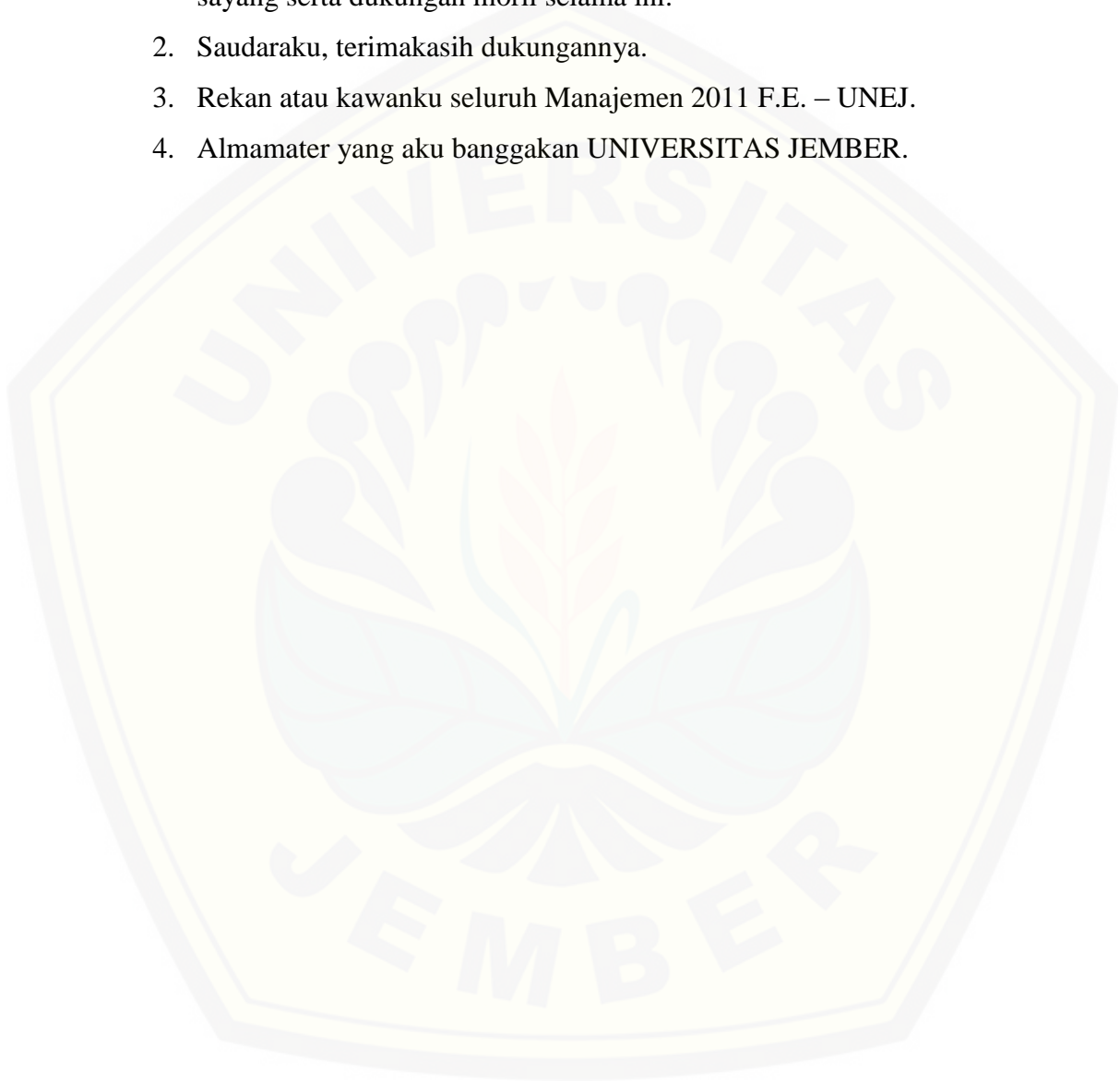
Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Jember

Dr. Moehammad Fathorrazi, M.Si.
NIP. 19630614 199002 1 001

PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan kepada ;

1. Kedua orang tuaku tercinta, yang telah mendoakan dan memberi kasih sayang serta dukungan moril selama ini.
2. Saudaraku, terimakasih dukungannya.
3. Rekan atau kawanku seluruh Manajemen 2011 F.E. – UNEJ.
4. Almamater yang aku banggakan UNIVERSITAS JEMBER.



MOTTO

The True Sign of Intelligence is Not Knowledge, but Imagination.

(Albert Einstein)

“Plan Your Work And Work Your Plan. Bekerjalah dengan rencana, kemudian kerjakan rencanamu” ; (Salma Shuha)

“Suatu usaha yang telah kamu mulai, janganlah kamu hentikan sebelum kamu rasakan hasilnya” ; (Shakespeare)



**PENGARUH LOKASI, KUALITAS LAYANAN, DAN HARGA
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
(Studi pada Pelanggan Battlenet Sumbersari Jember)**

***INFLUENCE OF LOCATION, QUALITY SERVICE, AND PRICE TO
SATISFACTION CUSTOMER
(Study at Customer Of Battlenet Sumbersari Jember)***

SKRIPSI

Oleh

Catur Widya Wicaksona

NIM 110810201190

Pembimbing :

Dosen Pembimbing I : Prof. Dr. H. R. Andi Sularso, MSM

Dosen Pembimbing II : Drs. Ketut Indraningrat, M.Si

RINGKASAN

Pengaruh Lokasi, Kualitas Layanan, dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Battlenet Sumpalsari Jember) ; Catur Widya Wicaksona; 110810201190; 2016; 56 Halaman; Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Jember.

Perkembangan dunia digital yang semakin pesat membuat bisnis secara *online* bukan hal baru lagi. Kegiatan jual beli yang pada awalnya harus bertatap muka dan jarak jangkauan relatif dekat, kini transaksi jual beli dapat dilakukan antar wilayah maupun antar negara dengan memanfaatkan jaringan internet. pemanfaatan jaringan internet yang digunakan sebagai penghilang kepenatan bagi sebagian orang yaitu situs *game online* yang merupakan kebutuhan primer bagi para *gamer*.

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Lokasi, Kualitas Layanan, dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Battlenet Sumpalsari Jember)”. Battlenet adalah salah satu warung penyedia jaringan internet yang dapat digunakan untuk mengakses aplikasi *game online*. Lokasi Battlenet berada di Jalan Jawa Square No.19 Jember. Tujuan dari Penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh lokasi, kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan Battlenet Jember.

Jenis penelitian dalam penelitian ini yaitu *eksplanatory research* atau penelitian penjelasan dengan tujuan untuk meneliti ada tidaknya hubungan antara dua variabel atau lebih. Populasi dalam penelitian yaitu keseluruhan pengguna jasa Battlenet saat diadakannya penelitian, dengan pengambilan sampel menggunakan teknik *Accidental Sampling*, yaitu 65 pelanggan sebagai responden. Variabel yang digunakan yaitu sebanyak 4 variabel yaitu Lokasi (X1), Kualitas Layanan(X2), Harga(X3), dan Kepuasan Pelanggan(Y). Metode analisis yang digunakan adalah analisis kualitatif yang merupakan interpretasi dari data data yang diperoleh dalam penelitian serta hasil pengolahan data yang sudah dilaksanakan dengan memberi keterangan dan penjelasan. Selain itu juga digunakan analisis kuantitatif dengan metode analisis regresi, adapun tahap pengujiannya adalah validitas, reliabilitas, normalitas data, asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, pengujian hipotesis dan koefisien determinasi.

Data-data yang telah memenuhi uji validitas, uji reliabilitas, normalitas data, dan uji asumsi klasik diolah sehingga menghasilkan persamaan regresi sebagai berikut, $Y = 1,444 + 0,250X_1 + 0,382X_2 + 0,283X_3$. Dari hasil persamaan tersebut menunjukkan nilai koefisien seluruhnya positif maka hal ini berarti ketiga variabel tersebut mempunyai hubungan yang positif sejalan terhadap variabel dependen. Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa ketiga variabel independen yang diteliti terbukti secara parsial mempengaruhi variabel dependen kepuasan pelanggan. Kemudian melalui uji F dapat diketahui bahwa variabel lokasi, kualitas layanan, dan harga berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen kepuasan pelanggan. Angka Adjusted R Square sebesar 0,743 atau 74,3% dan sisanya 25,7% dipengaruhi atau dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

SUMMARY

Influence of Location, Quality Service, and Price to Satisfaction Customer (Study at Customer Of Battlenet Sumbersari Jember) : Catur Widya Wicaksona; 110810201190 ; 2016: 56 Pages ; Department of Management, Faculty of Economics, University of Jember.

The development world of the digital is growing rapidly create an online business is not new anymore. Trading activities which should initially be face to face and relatively close range, are now buying and selling transactions can take place between regions and between countries by utilizing the Internet. Internet is used as relieving fatigue for some people an online gaming site that is a primary need for gamers.

This study entitled "Influence of Location, Quality Service, and Price to Satisfaction Customer (Study at Customer Of Battlenet Sumbersari Jember)". Battlenet is one of the internet cafes network providers that can be used to access online gaming applications. Battlenet located in Jalan Jawa Square 19 Jember. The purpose of this study was to determine the influence of location, quality of service and price to satisfaction customer Battlenet Jember.

Type of this research is explanatory research or research explanation for the purpose of examining whether there is a relationship between two or more variables. The population in the study of service users Battlenet whole time of holding the study, the sampling using Accidental Sampling, 65 customers as respondents. Variables used as many as four variables: location (X1), Quality of Service (X2), Price (X3), and Customer Satisfaction (Y). The analytical method used is a qualitative analysis is the interpretation of the data obtained in the study and the results of data processing that has been carried out by giving a description and explanation. It is also used quantitative analysis with regression analysis method, while the testing stage of the validity, reliability, data normality, classical assumptions, multiple linear regression analysis, hypothesis testing and coefficient of determination.

The data that have met the test of validity, reliability test, the normality of the data, and classical assumption is processed to produce the following regression equation, $Y = 1,444 + 0,250X1 + 0,382X2 + 0,283X3$. From the results of the equation shows the entirely positive coefficient value then this means that these three variables has a positive relationship analogous to the dependent variable. Hypothesis testing using t test showed that three independent variables studied proved to partially affect the dependent variable customer satisfaction. Then through the F test can be seen that the variable location, quality of service, and prices have a significant effect on the dependent variable customer satisfaction. Figures Adjusted R Square of 0,743 or 74,3% and the remaining 25,7% influenced or explained by other factors that are not included in this research model.

PRAKATA

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT atas berkat dan rahmatNya, karena tanpaNya tidak ada suatu hajatpun yang dapat terlaksana. Skripsi yang penulis ajukan merupakan salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Penulis menyampaikan rasa terima kasih yang amat besar kepada ;

1. Bapak Dr. H Moehammad Fathorrazi, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
2. Ibu Dr. Hj. Ika Barokah S., SE, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
3. Bapak Dr. Handriyono, M,Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
4. Prof. Dr. H. R. Andi Sularso, MSM selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberi masukan.
5. Bapak Drs. Ketut Indraningrat, M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang selalu meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, motivasi, nasehat, maupun informasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi Universitas Jember
7. Teristimewa untuk orang tuaku, Bapak Hery Susanto dan Ibu Suhartiningsih atas dukungan moril dan materiil, serta semangat, doa, nasehat, kasih sayang, dan juga perhatian.
8. Keluarga Besarku Mas Tio, Mas Ricky, Mbak Silvi, Mbak Dini, Mbak Emil, Tita, Nisa, Afdan, Aflah.
9. Untuk kekasihku Andita Wahyu Utami yang selama ini telah menemani, menjadi penyemangat dan motivasi. Terimakasih atas doa, waktu yang diberikan sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
10. Seluruh Anggota Mahapena, khususnya M.35 : Hedy, Rendy, Teguh, Ilham, Yuli, Ave, Andi, Priyo, Modj.

11. Kawan Battlenet Bang Dicky, Mas Kukuh, Mas Candra, Mas Aryo, Mas Putu, Kobar, Fajar, Devin, Davin, yovie, Rama, Iman, Dimas, Ateng, Kiki, Okky, Daris, Dendik, Desta, Doni.
12. Keluarga besar “ Nias 24sks” jln. Nias Raya No.18 Sumbersari.
13. Seluruh rekan manajemen 2011 F.E. – UNEJ, terimakasih untuk doa dan bantuannya.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, baik karena keterbatasan ilmu yang dimiliki maupun kesalahan dari pihak pribadi. Demikian, semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi almamater tercinta, serta bagi setiap pembaca pada umumnya.

Jember, Juli 2016

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN SAMPUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PEMBIMBING	viii
RINGKASAN	ix
SUMMARY	x
PRAKATA	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Landasan Teori	5
2.1.1 Lokasi	6
2.1.2 Kualitas Layanan	6
2.1.3 Harga	8

2.1.4 Kepuasan Pelanggan	10
2.1.5 Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan	12
2.1.6 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan .	13
2.1.7 Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan	13
2.2 Penelitian Terdahulu	13
2.3 Kerangka Konseptual	16
2.4 Hipotesis	17
BAB 3. METODE PENELITIAN	18
3.1 Rancangan Penelitian	18
3.2 Populasi dan sampel	18
3.3..Jenis Data dan Sumber Data	19
3.3.1 Jenis Data	19
3.3.2 Sumber Data	19
3.4 Metode Pengumpulan Data	20
3.5 Identifikasi Variabel	20
3.6 Definisi Operasional Variabel	20
3.7 Skala Pengukuran	22
3.8 Metode Analisa Data	23
3.8.1 Uji Validitas	23
3.8.2 Uji Reabilitas	23
3.8.2 Uji Normalitas Data	24
3.9 Analisis Data	24
3.9.1 Uji Asumsi Klasik	24
a. Uji Normalitas Model	24
b. Uji Multikolinearitas.....	25
c. Uji Heteroskedastisitas	25

3.9.2 Analisis Regresi Linear Berganda	26
3.9.3 Uji Hipotesis	26
a. Uji t	26
b. Uji F	27
3.10 Kerangka Pemecahan Masalah	29
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	31
4.1 Hasil Penelitian	31
4.1.1 Gambaran Umum Battlenet Summersari Jember	31
4.1.2 Karakteristik Responden	33
4.1.3 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden	35
4.1.4 Uji Instrument	40
4.1.4.1 Uji Validitas	40
4.1.4.2 Uji Reliabilitas	41
4.1.4.2 Uji Normalitas	41
4.1.5 Analisis Data	42
4.1.5.1 Uji Asumsi Klasik	46
4.1.5.2 Analisis Regresi Berganda	45
4.1.5.3 Uji Hipotesis	46
4.2 Pembahasan	47
4.3 Keterbatasan Penelitian	49
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	50
5.1 Kesimpulan	50
5.2 Saran	50
DAFTAR PUSTAKA	51

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian terdahulu	15
Tabel 4.1 Tarif Harga Battlenet	33
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	34
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis kelamin	34
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	35
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Variabel Lokasi (X_1).....	35
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Layanan(X_2)	36
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Variabel Harga (X_3).....	38
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)	38
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas	40
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas	41
Tabel 4.11 Uji Normalitas data	42
Tabel 4.12 Uji Multikolinearitas	43
Tabel 4.12 Hasil Regresi Linear Berganda	45

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 : Konsep Kepuasan Pelanggan	11
Gambar 2.2 : Kerangka Konseptual Penelitian	16
Gambar 3.1 : Kerangka Pemecahan Masalah	29
Gambar 4.1 : Struktur Organisasi Battlenet Jember	31
Gambar 4.2 : Hasil Uji Normalitas Model	43
Gambar 4.3 : Hasil Uji Heteroskedastisitas persamaan 1	44

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
LAMPIRAN 1. KUESIONER PENELITIAN	53
LAMPIRAN 2. REKAPITULASI JAWABAN RESPONDEN	56
LAMPIRAN 3. HASIL DISTRIBUSI FREKUENSI	61
LAMPIRAN 4. HASIL UJI VALIDITAS	64
LAMPIRAN 5. HASIL UJI RELIABILITAS	66
LAMPIRAN 6. HASIL UJI NORMALITAS DATA	68
LAMPIRAN 7. HASIL ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA	69
LAMPIRAN 8. Tabel t	73
LAMPIRAN 9. Tabel F	74

BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan dunia digital yang semakin pesat membuat bisnis secara *online* bukan hal baru lagi. Kegiatan jual beli yang pada awalnya harus bertatap muka dan jarak jangkau relatif dekat, kini transaksi jual beli dapat dilakukan antar wilayah maupun antar negara dengan memanfaatkan jaringan internet. Internet adalah jejaring dari komputer yang terletak di tempat terpisah. Jejaring tersebut memungkinkan komunikasi global dengan harga murah (Sumarwan,dkk 2011:285). Adapula pemanfaatan jaringan internet yang digunakan sebagai penghilang kepenatan bagi sebagian orang yaitu situs *game online* yang merupakan kebutuhan primer bagi para *gamer*.

Gamer adalah istilah untuk orang yang bermain game pada permainan elektronik seperti video game, pc game, wireless game, handler game, dan lain-lain. *Gamer* bukan berarti istilah untuk orang yang bisa ataupun pernah bermain game pada perangkat tersebut, tetapi untuk orang yang memang hobi atau ahli dalam bermain game (www.pengertianpengertian.com).

Kata “*game*” berasal dari Bahasa Inggris yang artinya adalah “permainan”. Secara garis besar *game* yang dapat dijalankan melalui perangkat komputer terbagi dalam dua jenis, yaitu *game offline* dan *game online*. *Game offline* adalah *game* yang bisa digunakan pada komputer tanpa harus terhubung ke internet. Sedangkan *game online* merupakan salah satu program dalam perangkat komputer yang sifatnya terpusat pada satu server, sehingga menjalankannya dibutuhkan akses ke server melalui jaringan internet (game-savero.blogspot.co.id).

Banyaknya *gamers* yang membutuhkan jasa penyedia *game online* menuntut banyak orang yang membuka bisnis retail internet memberikan strategi khusus agar memiliki nilai unggul dari para pesaing. Setiap perusahaan jasa internet atau warnet harus memperhitungkan kepuasan pelanggan karena merupakan faktor penting agar para pelanggan tidak berpindah ke penyedia jasa *game online* lain. Seperti yang diungkapkan oleh Tjiptono (2011:432), kepuasan

pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam teori dan praktik pemasaran, serta merupakan salah satu tujuan esensial bagi aktifitas bisnis. Pendapat lain dari Tjiptono (2007:349), kepuasan pelanggan sebagai tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa. Kepuasan pelanggan pada dasarnya dapat terbentuk apabila pihak perusahaan memberikan apa yang dibutuhkan oleh para konsumen, misalnya lokasi usaha yang strategis.

Lokasi merupakan tempat dimana perusahaan harus bemarkas dalam melakukan operasi (Lupiyoadi, 2001:61). Menentukan lokasi sebagai tempat usaha merupakan hal yang penting untuk dipertimbangkan oleh para pengusaha. Dibutuhkan suatu lokasi strategis yang mudah diakses oleh para konsumen untuk berkunjung dan membeli produk barang maupun jasa dari perusahaan. Apabila terjadi kesalahan dalam penentuan lokasi usaha, maka dapat mengakibatkan terhambatnya usaha tersebut. Pemilihan lokasi usaha disekitar kampus merupakan faktor yang dapat menunjang ketertarikan minat para *gamers* yang notabene adalah mahasiswa.

Selain faktor lokasi, kualitas layanan yang diberikan perusahaan barang maupun jasa juga termasuk unsur yang menentukan tinggi rendahnya kepuasan pelanggan. Pelayanan yang berkualitas yaitu, dimana perusahaan yang mampu memberikan atau memenuhi harapan pelanggan, seperti yang di ungkapkan oleh Tjiptono, 2005 (dalam Nur,2013:4), kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Menciptakan kepuasan pelanggan selain dari faktor lokasi dan kualitas layanan adapula faktor harga. Menurut Kotler dan Amstrong (2001:439) harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari seluruh nilai yang ditukar oleh konsumen atau manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Pemberian harga pada suatu produk atau jasa oleh perusahaan akan mencerminkan bahwa jika harga tinggi maka kualitas dari produk barang atau jasa akan tinggi pula. Namun ada sebagian orang yang cenderung lebih puas apabila harga barang maupun jasa yang memiliki harga murah dan mampu untuk mereka peroleh.

Kabupaten Jember merupakan sebuah kota yang memiliki penduduk yang cukup padat. Salah satu daerah di Jember yang memiliki banyak jumlah penduduknya yaitu Kecamatan Sumbersari yang terdiri dari penduduk asli setempat maupun pendatang karena merupakan kawasan kampus dengan mahasiswa yang mayoritas berasal dari luar kota. Di Kecamatan Sumbersari, terdapat banyak warung penyedia internet atau bisa disebut dengan warnet. Khusus untuk warnet yang hanya menyediakan jaringan untuk mengakses atau menjalankan aplikasi *game online* hanya sebagian kecil dari banyaknya warnet yang digunakan untuk *browsing*, *chatting*, maupun *searching*.

Battlenet adalah salah satu warung penyedia jaringan internet yang dapat digunakan untuk mengakses aplikasi *game online*. Lokasi Battlenet berada di Jalan Jawa Square No.19 Jember. Berdiri pada November 2012, Battlenet sampai saat ini tidak memiliki cabang usaha. Di Battlenet terdapat 20 komputer yang digunakan untuk menjalankan *game online*. Battlenet membuka usahanya setiap hari, kecuali pada hari-hari besar keagamaan. Ada beberapa pesaing Battlenet yang juga menyediakan jaringan internet untuk menjalankan aplikasi game online, yaitu Galaxy, VIP, Nest, Play, yang lokasinya di sekitar lokasi Battlenet.

Dari penjelasan dan situasi yang terjadi di Battlenet, dimana kepuasan pelanggan bisa dibentuk oleh beberapa faktor yaitu berdasarkan lokasi, kualitas layanan, dan harga dari barang atau jasa yang dibelinya. Oleh karena itu peneliti memilih judul penelitian “**Pengaruh Lokasi, Kualitas Layanan, dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Battlenet Sumbersari Jember)**”.

1.2 Rumusan masalah

- a. Apakah lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan gamers di Battlenet Jember?
- b. Apakah kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan gamers di Battlenet Jember?
- c. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan gamers di Battlenet Jember?

- d. Apakah lokasi, kualitas layanan, dan harga secara simultan berpengaruh signifikan pada kepuasan pelanggan di Battlenet Jember ?

1.3 Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh lokasi terhadap kepuasan gamers di Battlenet Jember ?
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan gamers di Battlenet Jember ?
- c. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan gamers di Battlenet Jember ?
- d. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh lokasi, kualitas layanan, dan harga terhadap kepuasan gamers di Battlenet Jember ?

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini diharapkan memberikan manfaat kepada beberapa pihak, yaitu :

- a. Perusahaan

Penelitian ini dapat digunakan sebagai informasi maupun masukan bagi Battlenet Jember dalam mengambil suatu keputusan yang berkaitan dengan lokasi, kualitas layanan, dan harga yang berdampak pada kepuasan pelanggan.

- b. Akademis

Dapat digunakan sebagai informasi untuk penelitian selanjutnya yang memiliki kaitan dalam bidang yang sama dengan penelitian ini.

- c. Peneliti

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengalaman dan pengetahuan peneliti yang berkaitan dengan pemilihan lokasi, kualitas layanan, dan harga yang pengaruhnya pada kepuasan para pelanggan.

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Teori

2.1.1 Lokasi

a. Pengertian Lokasi

Penentuan lokasi usaha merupakan faktor penting yang harus dipertimbangkan bagi para pengusaha. Lokasi sangat berpengaruh pada berhasilnya suatu usaha, apabila suatu usaha di tempatkan pada lokasi yang salah, atau bisa dikatakan tidak strategis, maka kemungkinan usaha dalam bentuk barang maupun jasa tidak akan bertahan lama. Tjiptono (2011:190) mengemukakan bahwa lokasi fasilitas jasa merupakan salah satu faktor krusial yang berpengaruh terhadap kesuksesan suatu jasa, karena lokasi erat kaitannya dengan pasar potensial penyedia jasa. Sedangkan menurut Basu Swastha dan Irawan (2003:339) lokasi adalah letak atau toko pengecer pada daerah yang strategis sehingga dapat memaksimalkan laba.

b. Jenis Interaksi yang Mempengaruhi Lokasi (Lupiyoadi, 2001) yaitu :

1. Konsumen mendatangi pemberi jasa (perusahaan)

Apabila keadaannya seperti ini maka lokasi menjadi sangat penting. Perusahaan sebaiknya memilih tempat dekat dengan konsumen sehingga mudah dijangkau, dengan kata lain harus strategis.

2. Pemberi jasa (perusahaan) mendatangi konsumen

Dalam hal ini lokasi tidak terlalu penting, tetapi yang harus diperhatikan adalah penyampaian jasa harus tetap berkualitas.

3. Perusahaan dan konsumen tidak bertemu langsung

Berarti pemberi jasa dan konsumen berinteraksi melalui sarana tertentu seperti telepon, komputer, atau surat. Dalam hal ini, lokasi menjadi sangat tidak penting selama komunikasi antara kedua belah pihak dapat terlaksana.

c. Faktor-faktor yang dipertimbangkan dalam pemilihan lokasi

Dalam menentukan lokasi usaha ada beberapa hal yang perlu dipertimbangkan menurut Tjiptono(2007:147) :

1. Akses, yaitu lokasi yang dilalui mudah dijangkau sarana transportasi umum.

2. Visibilitas, yaitu lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal.
3. Lalu lintas, menyangkut dua pertimbangan utama, yaitu banyak orang yang berlalu lalang bisa memberikan peluang besar terjadinya impulse buying, yaitu keputusan pembelian yang sering terjadi spontan atau tanpa perencanaan dan kepadatan dan kemacetan lalu lintas bisa juga menjadi hambatan.
4. Tempat parkir yang luas, nyaman dan aman.
5. Ekspansi, yaitu tersedia tempat yang cukup luas untuk perluasan usaha di kemudian hari. Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan.
6. Kompetisi, yaitu lokasi pesaing. Dalam menentukan lokasi sebuah usaha, perlu dipertimbangkan apakah di jalan atau daerah tersebut telah terdapat banyak usaha yang sejenis atau tidak.
7. Peraturan Pemerintah yang berisi ketentuan untuk mengatur lokasi dari sebuah usaha-usaha tertentu, misalnya bengkel kendaraan bermotor dilarang berlokasi yang terlalu berdekatan dengan tempat ibadah.

Dari penjelasan diatas maka dapat dikatakan bahwa yang dimaksud dengan lokasi usaha strategis yaitu terletak di dekat maupun dipusat kota, terdapat banyak populasi dan cara menjangkau tempat usaha atau akses lalu lintas mudah ditemukan konsumen.

2.1.2 Kualitas Layanan

a. Pengertian Kualitas Layanan

Kualitas layanan suatu perusahaan mengacu pada penilaian konsumen atas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan melalui pegawainya. Sedangkan menurut Kotler (dalam Rizwar:79) kualitas layanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang dipersepsikan (*Perceived service*) dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (*expected value*). Adapula pendapat dari Tjiptono (2005) yang mengatakan bahwa kualitas pelayanan

merupakan tingkat kesempurnaan yang diharapkan dan pengendalian atas kesempurnaan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

b. Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2004:88) terdapat 8 langkah strategi untuk meningkatkan kualitas jasa atau pelayanan, yaitu :

1. Mengidentifikasi determinasi utama jasa
2. Mengelola harapan konsumen
3. Mengelola bukti (*evidence*) kualitas jasa
4. Membidik konsumen tentang jasa
5. Mengembangkan budaya kualitas
6. Menciptakan *automating quality*
7. Menindaklanjuti jasa
8. Mengembangkan sistem informasi kualitas jasa

c. Dimensi Kualitas Layanan

Menurut Parasuraman (dalam Nur, 2013:19) ada lima dimensi yang dapat digunakan untuk mengukur kualitas layanan, yaitu :

1. Bukti Fisik (*Tangibles*)

Berfokus pada elemen-elemen yang merepresentasikan pelayanan secara fisik yang meliputi fasilitas fisik (gedung, warna, dekorasi, dan lain sebagainya), lokasi (jarak yang sulit dijangkau atau tidak), perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.

2. Keandalan (*Reliability*)

Kemampuan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang telah dijanjikan dengan tepat yang meliputi kesesuaian kinerja dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan, sikap simpatik dan akurasi yang tinggi.

3. Ketanggapan (*Responsiveness*)

Kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan dengan informasi yang jelas. Dimensi ini menekankan pada perilaku personel yang memberi pelayanan untuk memperhatikan permintaan, pertanyaan, dan keamatan dari para pelanggan

4. Jaminan (*Assurance*)

Kemampuan untuk melahirkan kepercayaan dan keyakinan pada diri pelanggan yang meliputi pengetahuan, kesopansantunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.

5. Empati (*Empathy*)

Menekankan pada perlakuan konsumen sebagai individu yang meliputi syarat untuk peduli, memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

2.1.3 Harga

a. Pengertian Harga

Menurut Tjiptono (2007:178) dalam konteks pemasaran jasa, harga dapat diartikan bahwa “jumlah uang (satuan moneter) dan atau aspek lain (nonmoneter) yang mengandung utilitas / kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu jasa. Perusahaan harus menentukan harga produknya dengan tepat agar perusahaan dapat memperoleh laba dari usahanya. Sedangkan Swastha (2003:241) mendefinisikan harga sebagai sejumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya.

b. Faktor-faktor yang Dipertimbangkan dalam Menetapkan Harga

Menurut Kotler dan Amstrong (1994) dalam Wibowo (2011:17) ada dua faktor yang utama yang perlu dipertimbangkan dalam menetapkan harga, yaitu :

1. Faktor internal perusahaan

a. Tujuan Pemasaran Perusahaan

Faktor utama yang menentukan dalam penetapan harga adalah tujuan pemasaran perusahaan. Tujuan tersebut bisa berupa memaksimalkan laba, mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, meraih pangsa pasar yang besar, menciptakan kepemimpinan dalam hal kualitas, mengatasi persaingan, melaksanakan tanggung jawab sosial, dan lain-lain.

b. Strategi Bauran Pemasaran

Harga hanyalah salah satu komponen dari bauran pemasaran. Oleh karena itu, harga perlu dikoordinasikan dan saling mendukung dengan bauran pemasaran lainnya, yaitu produk, distribusi dan promosi.

c. Biaya

Biaya merupakan faktor yang menentukan harga minimal yang harus ditetapkan agar perusahaan tidak mengalami kerugian.

2. Faktor Eksternal Perusahaan

a. Sifat pasar dan permintaan

Setiap perusahaan perlu memahami sifat pasar dan permintaan yang dihadapinya, apakah termasuk pasar persaingan sempurna, persaingan monopolistik, oligopoli atau monopoli. Faktor lain yang tidak kalah pentingnya adalah elastisitas permintaan.

b. Persaingan

Menurut Porter (1985), ada 5 kekuatan pokok yang berpengaruh dalam persaingan industri, yaitu persaingan dalam industri yang bersangkutan, produk substitusi, pemasok, pelanggan dan ancaman pendatang baru.

c. Strategi Penetapan Harga

Kotler dan Amstrong (1998:97) berpendapat bahwa ada empat pendekatan dalam penetapan harga yaitu:

1. Strategi harga premium, menghasilkan produk bermutu tinggi dan memasang harga paling tinggi.
2. Strategi ekonomi, menghasilkan produk bermutu rendah dan memasang harga paling rendah.
3. Strategi nilai baik, menghasilkan suatu produk tinggi tetapi dengan harga yang lebih rendah
4. Strategi penetapan harga tinggi, menetapkan harga produk tinggi sehubungan dengan produk tinggi, namun untuk jangka panjang produk tersebut ditinggalkan oleh konsumen karena keluhan terhadap produk tersebut.

d. Tujuan Penetapan harga

Dalam strategi penetapan harga, manajer harus menetapkan dulu tujuan penetapannya. Berikut tujuan penetapan harga menurut Swasta (2003: 241):

1. Meningkatkan penjualan
2. Mempertahankan dan memperbaiki market share
3. Stabilitas harga
4. Mencapai target pengembalian investasi
5. Mencapai laba maksimum

e. Indikator Harga

Menurut Kotler dan Amstrong (2008:278) ada empat indikator harga, yaitu :

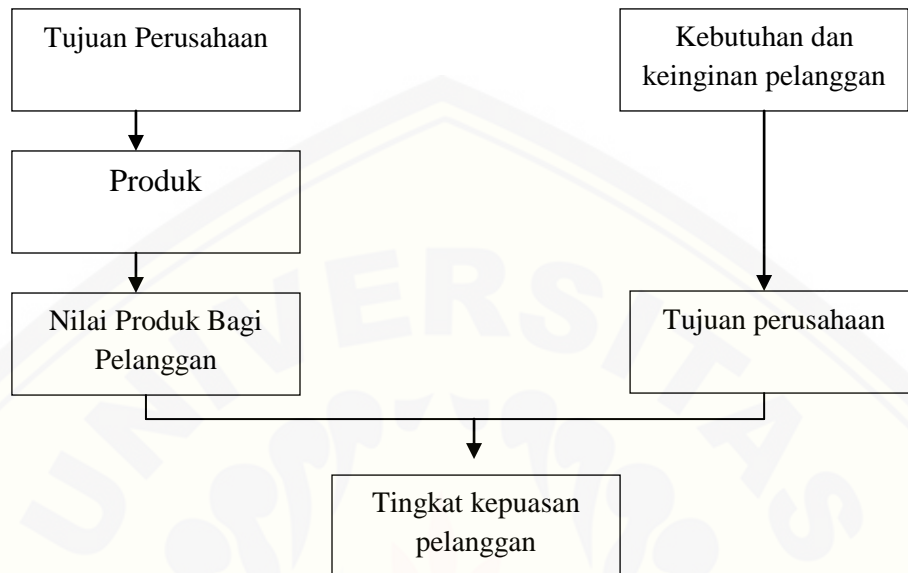
1. Keterjangkauan harga
2. Kesesuaian harga dan kualitas produk
3. Daya saing harga
4. Keseuaian harga dan manfaat

2.1.4 Kepuasan Pelanggan

a. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Pengertian dari kata ‘kepuasan atau *satisfaction*’ berasal dari bahasa Latin “*Satis*” (artinya cukup baik, memadai) dan “*facio*” (melakukan atau membuat). Secara sederhana kepuasan dapat diartikan sebagai ‘upaya pemenuhan sesuatu’ atau ‘membuat sesuatu memadai’. Namun, ditinjau dari perspektif perilaku konsumen, istilah ‘kepuasan pelanggan’ lantas menjadi sesuatu yang kompleks. Bahkan, hingga saat ini belum dicapai kesepakatan atau konsensus mengenai konsep kepuasan pelanggan: ‘apakah kepuasan merupakan respon emosional ataukah evaluasi kognitif’ (Edwardson, 1998; Giese & Cote, 2000; Peterson & Wilson, 1992; Yi, 1990) (dalam Tjiptono,2011:433). Kepuasan pelanggan merupakan tujuan umum yang diharapkan oleh setiap perusahaan agar para konsumen melakukan pembelian ulang yang dapat menguntungkan pihak perusahaan. Sedangkan Kottler dan Susanto (2000:52) menyatakan bahwa kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau

hasil) yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Konsep kepuasan pelanggan menurut Tjiptono (2007:25) yaitu:



Gambar 2.1 Konsep kepuasan pelanggan

b. Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Kotler dan Susanto (2000:54) mengidentifikasi empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan :

1. Sistem keluhan dan saran

Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan (*customer-oriented*) perlu menyediakan kesempatan dan akses yang mudah dan nyaman bagi para pelanggannya guna menyampaikan saran, kritik, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang digunakan bisa berupa kotak saran yang ditempatkan di lokasi-lokasi strategis (yang mudah dijangkau atau sering dilewati pelanggan), kartu komentar (yang bisa diisi langsung maupun yang dikirim via pos kepada perusahaan), saluran telepon khusus bebas pulsa, websites, dan lain-lain.

2. Ghost shopping (*mystery shopping*)

Salah satu cara memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan memperkerjakan beberapa orang ghost shoppers untuk berperan atau berpura-pura sebagai pelanggan potensial produk perusahaan dan pesaing. Mereka

diminta berinteraksi dengan staf penyedia jasa dan menggunakan produk atau/jasa perusahaan. Biasanya para ghost shopper diminta mengamati secara seksama dan menilai cara perusahaan dan pesaingnya melayani permintaan spesifik pelanggan, menjawab pertanyaan pelanggan dan menangani setiap keluhan.

3. Analisis pelanggan yang hilang (*Lost customer analysis*)

Sedapat mungkin perusahaan seyogyanya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan/penyempurnaan selanjutnya. Bukan hanya *exit interview* saja yang diperlukan, tetapi pemantauan *customer loss rate* juga penting, di mana peningkatan *customer loss rate* menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggannya.

4. Survei kepuasan pelanggan

Pada umumnya penelitian mengenai kepuasan pelanggan dilakukan dengan mengadakan survei melalui telepon, pos, maupun dengan wawancara secara langsung. Dengan dilakukannya survey kepada pelanggan oleh pihak perusahaan, maka perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik (feedback) secara langsung dari pelanggan dan juga akan memberikan kesan bahwa perusahaan memberikan perhatian yang besar terhadap para pelanggannya.

2.1.5 Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan

Pemilihan lokasi usaha yang tepat berpengaruh pada kepuasan pelanggan. Apabila perusahaan tidak tepat dalam memilih lokasi usaha, maka perusahaan akan mengalami kerugian akibat kurangnya konsumen yang berminat mengunjungi dan membeli produk perusahaan. Sesuai dengan pendapat dari Peter (2000) (dalam Youngki, 2011:27) yang mengatakan bahwa lokasi yang baik menjamin tersedianya akses yang cepat, dapat menarik sejumlah besar konsumen dan cukup kuat untuk mengubah pola berbelanja dan pembelian konsumen. Oleh karena itu faktor lokasi berpengaruh pada kepuasan konsumen maupun pelanggan.

2.1.6 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Keberhasilan pemasaran produk sangat ditentukan pula oleh baik tidak tidaknya pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan dalam memasarkan produknya (Assauri,2007:213). Suatu penilaian yang mengatakan layanan berkualitas, apabila pelayanan yang dirasakan pelanggan sesuai dengan harapan pelanggan. Pernyataan tersebut didukung oleh teori dari Bitner(dalam Nur, 2013:21)yang mengatakan bahwa kualitas pelayanan yang baik dapat menimbulkan kepuasan dan kepuasan pelanggan meningkatkan evaluasi terhadap kualitas pelayanan kembali. Oleh sebab itu kepuasan pelanggan dapat dibentuk oleh layanan yang berkualitas dari perusahaan.

2.1.7 Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Harga merupakan salah satu unsur bauran pemasaran yang memiliki dampak besar terhadap pendapatan perusahaan. Apabila perusahaan menetapkan harga yang cenderung mahal dan tidak sesuai dengan harapan konsumen, maka produk perusahaan tidak akan memberikan rasa puas pada pelanggan. Begitupun sebaliknya, para pelanggan pada umumnya menginginkan harga suatu produk yang terjangkau yang berdampak pada kepuasan pelanggan. Seperti yang diungkapkan oleh Kertajaya (2002) mengungkapkan bahwa indikator penilaian harga dapat di lihat dari kesesuaian antara suatu pengorbanan dari konsumen terhadap nilai yang diterimanya setelah melakukan pembelian, dan dari situlah konsumen akan mempersepsi dari produk atau jasa tersebut. Oleh karena itu penetapan harga produk akan berpengaruh pada kepuasan pelanggan.

2.2 Penelitian Terdahulu

Nur Wulandari (2013) melakukan penelitian dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas produk, Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Konsumen Kopikita Semarang)”. Dengan menggunakan alat analisis regresi berganda dan variabel yang digunakan yaitu, kualitas produk (X1), kualitas pelayanan (X2), dan lokasi (X3) kepuasan konsumen (Y). Hasil penelitiannya menunjukkan variabel kualitas produk memiliki pengaruh yang paling besar terhadap kepuasan konsumen.

Youngki Tri Wibowo (2011) melakukan penelitian dengan judul “Analisis Pengaruh Keramahan Karyawan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Toko Aluminium Dwi Karya Semarang)”. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu, Keramahan karyawan (X1), Harga (X2), Lokasi (X3) dan Kepuasan Pelanggan (Y). Menggunakan alat analisis regresi linier berganda dan hasil penelitiannya menunjukkan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang paling besar dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Ari Prasetyo (2012) melakukan penelitian di PT TIKI Cabang Semarang dengan judul “ Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan”. Sehingga variabel yang digunakan yaitu Kualitas Pelayanan (X1), Variabel Harga (X2) dan variabel Kepuasan Pelanggan (Y). Alata analisis dalam penelitiannya menggunakan Analisis Regresi Linear Berganda dan hasilnya menunjukkan bahwa Kualitas layanan dan harga berpengaruh secara simultan maupun parsial terhadap kepuasan pelanggan PT TIKI Cabang Semarang.

Aprillia Nia Fardiani (2013) dengan penelitiannya yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan Dyriana Bakery & Cafe Pandanaran Semarang. Menggunakan alat analisis regresi berganda dan variabel yang digunakan yaitu, kualitas pelayanan (X_1), harga (X_2) promosi (X_3) dan kepuasan Pelanggan (Y). Dari hasil penelitian yang dilakukan diketahui bahwa indikator-indikator pada penelitiannya bersifat valid dan variabelnya valid dan faktor yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan adalah variabel kualitas pelayanan.

Partua Pramana Hamonangan Sinaga (2013) memilih judul penelitian “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Warnet Chamber Semarang)”. Dengan menggunakan alat analisis regresi berganda dan variabel yang digunakan Kualitas Pelayanan (X1), Kepuasan Pelanggan (X2), dan Lokasi (X3) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y). Dari penelitiannya diketahui bahwa variabel independen yang diteliti terbukti secara signifikan mempengaruhi variabel dependen Loyalitas Pelanggan.

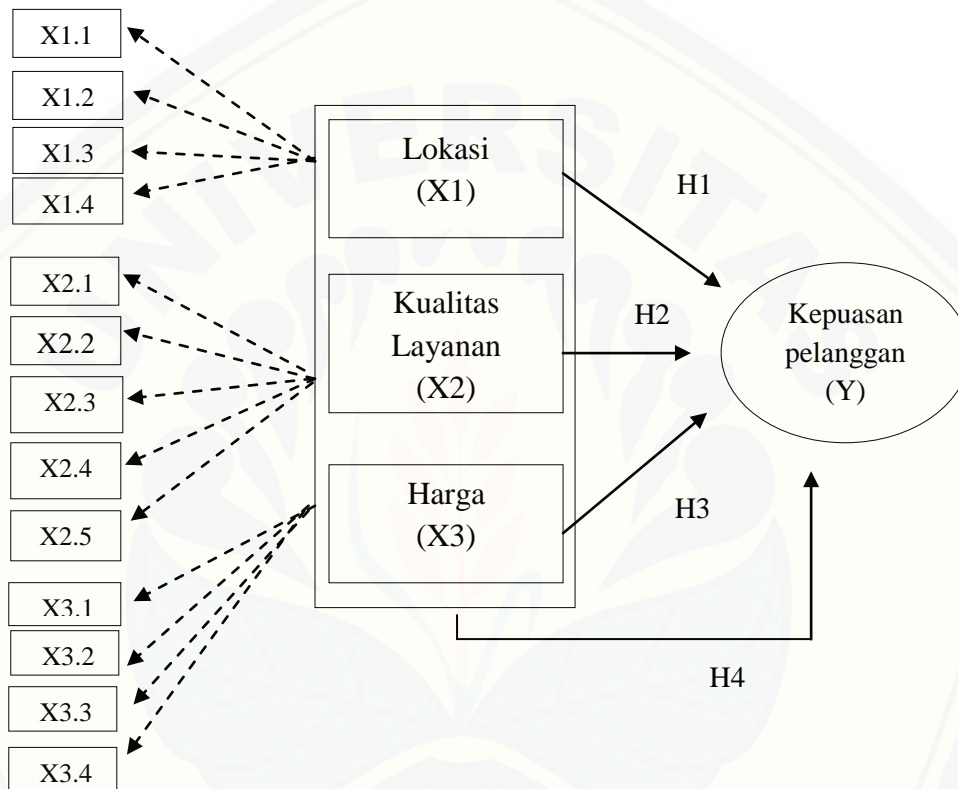
Tabel 2.1 Penelitian terdahulu

Nama peneliti (Tahun)	Variabel -variabel yang digunakan	Alat analisis	Kesimpulan (hasil)
Youngki Tri Wibowo (2011)	Keramahan karyawan (X1), Harga (X2), Lokasi (X3) dan Kepuasan Pelanggan (Y)	Analisis Regresi Linear Berganda	kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang paling besar dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan.
Ari Prasetyo (2012)	Kualitas Pelayanan(X1), Harga (X2), Kepuasan Pelanggan (Y)	Analisis Regresi Linear Berganda	Kualitas pelayanan dan harga secara simultan dan parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. TIKI Cabang Semarang.
Nur Wulandari (2013)	kualitas produk (X1), kualitas pelayanan (X2), lokasi (X3), serta kepuasan konsumen (Y)	Analisis Regresi Linear Berganda	variabel kualitas produk memiliki pengaruh yang paling besar terhadap kepuasan konsumen
Aprillia Nia Fardiani (2013)	kualitas pelayanan (X1), harga (X2) promosi (X3) dan kepuasan Pelanggan (Y)	Analisis Regresi Linear Berganda	indikator-indikator pada penelitian ini bersifat valid dan variabelnya valid serta faktor yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan adalah variabel kualitas pelayanan.
Partua Pramana Hamonangan Sinaga (2013)	Kualitas Pelayanan (X1), Kepuasan Pelanggan (X2), dan Lokasi (X3) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)	Analisis Regresi Linear Berganda	variabel independen yang diteliti terbukti secara signifikan mempengaruhi variabel dependen loyalitas pelanggan.

Sumber : Berbagai literatur (2016)

2.3 Kerangka konseptual

Berdasarkan tinjauan teori dan penelitian terdahulu yang menjelaskan bahwa Variabel lokasi (X1) kualitas layanan (X2), dan harga (X3) berpengaruh pada kepuasan pelanggan (Y), maka pengaruh antar variabel tersebut dituangkan dalam kerangka konseptual berikut ini:



Gambar 2.2 : Kerangka konseptual penelitian

Keterangan :

-----> : indikator

————> : pengaruh

X1.1 : Akses

X1.2 : Visibilitas

X1.3 : Tempat Parkir

X1.4 : Kompetisi

X2.1 : Bukti fisik

X2.2 : Keandalan

X2.3 : Ketanggapan

X2.4 : Jaminan

X2.5 : Empati

X3.1 : Keterjangkauan harga

X3.2 : kesesuaian harga dengan kualitas produk

X3.3 : Daya saing harga

X3.4 : kesesuaian harga dengan manfaat

2.4 Hipotesis penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara yang kebenarannya masih perlu untuk di uji kembali. Berdasarkan rumusan masalah yang ada, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

H1 : lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Battlenet Jember.

H2 : kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Battlenet Jember.

H3 : harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Battlenet Jember.

H4 : lokasi, kualitas layanan, harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Battlenet Jember.

BAB III. METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *eksplanatory research* atau penelitian penjelasan dengan tujuan untuk meneliti ada tidaknya hubungan antara dua variabel atau lebih. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan analisis Regresi Linier Berganda. Penelitian ini bertujuan untuk mencari pengaruh lokasi, kualitas layanan, dan harga terhadap kepuasan pelanggan Battlenet Sumbersari Jember.

3.2 Populasi dan Sampel

a. Populasi

Menurut Simamora (2004:158) yang dimaksud populasi adalah kumpulan dari seluruh elemen (unit atau individu) sejenis yang dapat dibedakan menjadi objek penyelidikan penelitian. Populasi dalam penelitian ini yaitu keseluruhan pengguna jasa Battlenet yang menggunakan fasilitas *game online*.

b. Sampel

Sampel adalah subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi. Subset ini diambil karena dalam banyak kasus tidak mungkin kita meneliti seluruh anggota populasi oleh karena itu kita membentuk sebuah perwakilan populasi yang disebut sampel (Ferdinand, 2006). Menurut Ferdinand (2002:51) ukuran sampel tergantung pada jumlah indikator yang digunakan dalam seluruh variabel laten. Jumlah sampel adalah sama dengan jumlah indikator yang dikalikan 5 sampai dengan 10. Sesuai pendapat tersebut, maka jumlah sampel dalam penelitian ini ditetapkan sebesar 65 responden yang diperoleh dari jumlah seluruh indikator variabel yaitu $13 \times 5 = 65$ responden.

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan sampel tanpa peluang (*non probability sampling*) dimana setiap anggota populasi tidak diketahui kemungkinan terpilih sebagai sampel. Penyebaran kuesioner dilakukan dengan menggunakan metode *accidental sampling*. Adapun syarat yang ditentukan sebagai responden adalah pengunjung yang terlihat secara langsung

sedang menggunakan jasa game online di Battlenet Summersari Jember pada saat peneliti berada di lokasi penelitian.

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

Ada dua jenis data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, yaitu :

b. Data Kualitatif

Data berupa pendapat atau judgment sehingga tidak berupa angka tapi berupa kata atau kalimat (Siswanto, 2012:57). Contoh data kualitatif dalam penelitian ini yaitu, deskripsi hasil wawancara dengan pemilik Battlenet mengenai struktur organisasi perusahaan.

c. Data Kuantitatif

Data yang berupa angka atau bilangan (Siswanto, 2012:57). Contoh data kuantitatif dalam penelitian ini yaitu, daftar tarif harga penggunaan jasa game online.

3.2.1 Sumber Data

Pada penelitian ini terdapat dua jenis dan sumber data yang digunakan, yaitu:

a. Data Primer

Menurut Istijanto (dalam Siswanto, 2012:56), data primer merupakan data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti dan langsung dari sumbernya. Data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung dari hasil wawancara dan penyebaran daftar pertanyaan kepada pelanggan Battlenet Summersari Jember.

b. Data sekunder

Menurut Istijanto (dalam Siswanto, 2012:56) adalah data yang diterbitkan atau dibuat oleh organisasi yang bukan pengolahnya. Data sekunder diperoleh dari berbagai bahan pustaka, baik berupa buku, jurnal-jurnal dan dokumen lainnya yang ada hubungannya dengan materi kajian yaitu kualitas pelayanan, harga, lokasi dan kepuasan pelanggan.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Wawancara

Wawancara adalah cara pengumpulan data dengan jalan tanya jawab sepihak yang dikerjakan secara sistematis dan berlandaskan tujuan penelitian (Marzuki, 2005). Informasi yang didapat dalam penelitian ini diperoleh langsung dari pemilik perusahaan dengan cara tatap muka dan memberikan pertanyaan mengenai lokasi, kualitas layanan, dan harga di Battlenet Jember.

b. Penyebaran Kuisisioner

Penyebaran Kuisisioner adalah teknik pengumpulan data dengan cara menyebarkan lembar pernyataan secara tertulis kepada responden. Pernyataan yang terdapat pada kuisisioner dalam penelitian ini yaitu mengenai lokasi, kualitas layanan dan harga di Battlenet Jember.

c. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan cara dalam mengumpulkan data menggunakan buku, artikel, jurnal, maupun internet yang terkait dengan variabel dalam penelitian ini.

3.5 Identifikasi Variabel

Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini antara lain :

- a. *Independent variable* atau variabel bebas (X), yaitu variabel yang tidak tergantung pada variabel yang lain. Dalam penelitian ini yang termasuk variabel bebas yaitu, variabel lokasi (X1), variabel kualitas layanan (X2), dan harga (X3).
- b. *Dependent Variable* atau variabel terikat (Y) yaitu variabel yang terikat dengan variabel lainnya. Variabel dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan (Y).

3.6 Definisi Operasional

Definisi operasional variabel merupakan faktor-faktor yang digunakan dalam penelitian. Adapun definisi operasional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Lokasi (X1)

Indikator-indikator lokasi dalam penelitian ini menurut Tjiptono (2002:41) adalah :

1. Akses : lokasi yang dilalui mudah dijangkau sarana transportasi umum.
2. Visibilitas : Lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal.
3. Tempat parkir yang luas, aman dan nyaman
4. Kompetisi: adanya pesaing di sekitar tempat usaha

b. Kualitas Layanan (X2)

Adapun indikator-indikator kualitas layanan menurut Parasuraman (dalam Nur, 2013:19) adalah :

1. Bukti Fisik : Semua Komputer yang tersedia di Battlnet Summersari Jember dalam keadaan baik.
2. Keandalan : Pelayanan sesuai janji yang di berikan karyawan Battlnet.
3. Ketanggapan : karyawan Battlnet sangat tanggap terhadap konsumen.
4. Jaminan : kerusakan pada saat pelanggan menggunakan jasa game online merupakan tanggung jawab karyawan.
5. Empati : karyawan memiliki kepedulian terhadap keluhan konsumen.

c. Harga (X3)

Indikator harga menurut Kotler dan Armstrong (2008:278) ada empat indikator harga, yaitu :

1. Keterjangkauan harga
2. Kesesuaian harga dan kualitas produk
3. Daya saing harga
4. Kesesuaian harga dan manfaat

d. Kepuasan Pelanggan (Y)

Berikut Indikator kepuasan pelanggan sesuai pendapat (Kotler dan Susanto, 2000:54) :

1. Tidak ada komplain atau keluhan dari pelanggan
2. Kenyamanan yang dirasakan pelanggan
3. Terpenuhi keinginan dan harapan pelanggan

4. Pelanggan loyal

3.7 Skala Pengukuran Variabel

Pengukuran variabel Lokasi (X1), Kualitas Layanan (X2), variabel harga (X3), dan variabel Kepuasan Pelanggan (Y) menggunakan skala Likert yang terdiri dari 5 kategori jawaban. Menurut Sugiyono (2011: 93), skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Hasil dari jawaban responden akan diberi skor sebagai berikut :

- a. Skor 5 : Sangat Setuju (SS)
- b. Skor 4 : Setuju (S)
- c. Skor 3 : Netral (N)
- d. Skor 2 : Tidak Setuju (TS)
- e. Skor 1 : Sangat Tidak Setuju (STS)

Alasan poin tengah (N) digunakan dalam skala Likert menurut Sanusi (2014:60) yaitu :

1. Memasukkan poin netral merupakan satu cara agar responden benar-benar dapat memilih sesuai dengan sikap atau persepinya ketika mereka memang bersikap netral dengan apa yang mereka rasakan atau pikirkan. Menghilangkan poin netral akan menambah kesalahan karena memaksa responden yang sebenarnya mempunyai penilaian netral untuk memilih yang tidak mencerminkan perasaan atau pikiran mereka.
2. Para responden dapat merasa frustrasi ketika terpaksa harus menentukan pilihan yang sebenarnya tidak cocok dengan perasaan atau pikiran mereka. Hal ini dapat mendorong mereka menjawab asal-asalan, tidak mengembalikan kuesioner atau memberikan jawaban yang tidak benar.
3. Ketika melakukan perhitungan rata-rata untuk item kuesioner, variabel atau dimensi. Beberapa nilai rata-rata akan selalu mempunyai nilai tengah pada skala. Jadi sangatlah tidak masuk akal jika mendiskusikan hasil yang mempunyai nilai tengah, tetapi item-item pada kuesioner tidak mempunyai pilihan nilai tengah.

3.8 Metode Analisa Data

3.8.1 Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana validitas data yang diperoleh dari penyebaran kuisioner. Uji validitas sebagai alat ukur dalam penelitian ini, yaitu menggunakan korelasi *product moment pearson's*, yaitu dengan cara mengkorelasikan tiap pertanyaan dengan skor total, kemudian hasil korelasi tersebut dibandingkan dengan angka kritis taraf signifikan 5%, dengan menggunakan rumus (Prayitno, 2010:90) ;

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{(n\sum x^2 - (\sum x)^2)(n\sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan ;

r = Koefisien korelasi

X = Skor pertanyaan

Y = Skor total

n = Jumlah sampel

Pengukuran validitas dilakukan dengan menguji taraf signifikansi *product moment pearson's*. Suatu variabel dikatakan valid, apabila variabel tersebut memberikan nilai signifikansi < 5%.

3.8. 2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menguji kemampuan suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukurannya diulangi dua kali atau lebih (Prayitno, 2010:97). Reliabilitas berkonsentrasi pada masalah akurasi pengukuran dan hasilnya. Dengan kata lain reliabilitas menunjukkan seberapa besar pengukuran kendali terhadap subjek yang sama. Pengujian kendala alat ukur dalam alat penelitian menggunakan reliabilitas metode alpha (α) yang digunakan adalah metode *Cronbach* yakni (Prayitno, 2010:97) ;

$$\alpha = \frac{kr}{1 + (k - 1)r}$$

Keterangan;

α = koefisien reliabilitas

r = koefisien rata-rata korelasi antar variabel

k = jumlah variabel bebas dalam persamaan

Pengukuran reliabilitas dilakukan dengan menguji statistik *Cronbach Alpha*. Suatu variabel dikatakan reliabel apabila variabel tersebut memberikan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$.

3.8.3 Uji Normalitas

Uji normalitas data dilakukan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas yang dilakukan terhadap sampel dilakukan dengan menggunakan *kolmogorov-smirnov test* dengan menetapkan derajat keyakinan (α) sebesar 5%. Uji ini dilakukan pada setiap variabel dengan ketentuan bahwa jika secara individual masing-masing variabel memenuhi asumsi normalitas, maka secara simultan variabel-variabel tersebut juga bisa dinyatakan memenuhi asumsi normalitas (Prayitno, 2010:71). Kriteria pengujian dengan melihat besaran *kolmogorov-smirnov test* adalah;

- 1) Jika signifikansi $> 0,05$ maka data tersebut berdistribusi normal
- 2) Jika signifikansi $< 0,05$ maka data tersebut tidak berdistribusi normal.

3.9 Analisis Data

3.9.1 Uji Asumsi Klasik

Langkah selanjutnya yang dilakukan apakah model yang dikembangkan bersifat BLUE (*Best Linier Unbised Estimator*). Metode ini mempunyai kriteria bahwa pengamatan harus mewakili variasi minimum, konstanta, dan efisien. Asumsi BLUE yang harus dipenuhi antara lain : model berdistribusi normal tidak ada multikolinearitas, dan tidak terjadi heteroskedastisitas.

1) Uji Normalitas Model

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel independen, variabel dependen atau keduanya mempunyai distribusi normal atukah mutlak regresi yang baik adalah distribusi data

normal atau mendekati normal. Mendeteksi normalitas dengan melihat penyebaran data titik pada sumbu diagonal dari grafik (Latan, 2013:56).

Dasar pengambilan keputusan antara lain :

- 1) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas;
- 2) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas

2) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah pengujian dari asumsi untuk membuktikan bahwa variabel-variabel bebas dalam suatu model tidak saling berkorelasi satu dengan lainnya. Adanya multikolinearitas dapat menyebabkan model regresi yang diperoleh tidak valid untuk menaksir variabel independen. Gejala multikolinearitas juga dapat dideteksi dengan melihat besarnya VIF (*Variance Inflation Factor*). Latan (2013:61), menyatakan bahwa indikasi multikolinearitas pada umumnya terjadi jika VIF lebih dari 10, maka variabel tersebut mempunyai persoalan multikolinieritas dengan variabel bebas lainnya.

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Cara memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar scatterplot model tersebut (Latan, 2013:66). Dasar pengambilan keputusan antara lain :

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik (point-point) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka telah terjadi heteroskedastisitas;
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas

3.9.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linear Berganda merupakan salah satu analisis yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh suatu variabel terhadap variabel lain. Dalam analisis regresi variabel yang mempengaruhi disebut *independent variabel* (variabel bebas) dan variabel yang dipengaruhi disebut *dependent variabel* (variabel terikat). Jika dalam persamaan regresi hanya terdapat salah satu variabel bebas dan satu variabel terikat, maka disebut sebagai regresi sederhana, sedangkan jika variabelnya bebasnya lebih dari satu, maka disebut sebagai persamaan regresi berganda (Prayitno, 2010:61). Regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh lokasi, kualitas layanan, dan harga terhadap kepuasan pelanggan Battlenet Jember, digunakan analisis regresi linier berganda sebagai berikut (Prayitno, 2010:61) :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

a	= konstanta
b_1, b_2, b_3	= koefisien regresi
X_1	= variabel lokasi
X_2	= variabel kualitas layanan
X_3	= variabel harga
Y	= variabel kepuasan pelanggan
e	= error

3.9.3 Uji Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk mengetahui signifikansi dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat yang terdapat dalam model. Uji hipotesis yang dilakukan adalah :

a. Uji t

Analisis ini digunakan untuk membuktikan signifikan tidaknya antara variabel pengaruh lokasi, kualitas layanan, dan harga terhadap kepuasan pelanggan Battlenet Jember. Rumusnya adalah (Prayitno, 2010:68) ;

$$t = \frac{b_i}{Se(b_i)}$$

Keterangan :

t = test signifikan dengan angka korelasi

b_i = koefisien regresi

Se (b_i) = *standard error* dari koefisien korelasi

Formulasi hipotesis uji t ;

1) H₀ : b_i = 0, i = 1, 2, 3

H₀ diterima dan H_a ditolak, tidak ada pengaruh secara parsial (individu) antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y)

2) H_a : b_i ≠ 0, i = 1, 2, 3

H₀ ditolak dan H_a diterima, ada pengaruh secara parsial (individu) antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y)

3) *Level of significane* 5% (Uji 2 sisi, 5% : 2 = 2,5% atau 0,025)

4) Pengambilan keputusan ;

a) jika t_{hitung} > t_{tabel} : H₀ ditolak, berarti ada pengaruh secara parsial antara variabel bebas terhadap variabel terikat;

b) jika t_{hitung} < t_{tabel} : H₀ diterima, berarti tidak ada pengaruh secara parsial antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

b. Uji F

Uji F digunakan untuk melihat signifikansi pengaruh dari variabel bebas secara simultan (serentak) terhadap variabel terikat (Prayitno, 2010:67). Dalam penelitian ini uji F digunakan untuk melihat signifikansi pengaruh dari variabel X₁, X₂, X₃, secara simultan terhadap variabel Y. Rumus yang akan digunakan adalah :

$$F = \frac{R^2/(k-1)}{1-R^2/(n-k)}$$

Keterangan :

F = pengujian secara simultan

R² = koefisien determinasi

k = banyaknya variabel

n = banyaknya sampel

Formulasi hipotesis uji F ;

1) $H_0 : b_1, b_2, b_3 \neq 0$

H_0 ditolak dan H_a diterima, ada pengaruh secara simultan antara variabel bebas (X_1, X_2, X_3) terhadap variabel terikat (Y)

2) $H_a : b_1, b_2, b_3 = 0$

H_0 diterima dan H_a ditolak, tidak ada pengaruh simultan antara variabel bebas (X_1, X_2, X_3) terhadap variabel terikat (Y)

3) *Level of significane* 5%

4) Pengambilan keputusan ;

a) jika $F_{hitung} > F_{tabel}$: H_0 ditolak, berarti ada pengaruh secara simultan antara variabel bebas terhadap variabel terikat;

b) jika $F_{hitung} < F_{tabel}$: H_0 diterima, berarti tidak ada pengaruh secara simultan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

c. Uji R^2 (Koefisien Determinasi)

Koefisien determinasi adalah data untuk mengetahui seberapa besar prosentase pengaruh langsung variabel bebas yang semakin dekat hubungannya dengan variabel terikat atau dapat dikatakan bahwa penggunaan model tersebut bisa dibenarkan. Dari koefisiensi determinasi (R^2) dapat diperoleh suatu nilai untuk mengukur besarnya sumbangan dari beberapa variabel X terhadap variasi naik turunnya variabel Y (Prayitno, 2010:66).

$$R^2 = \sum Y \frac{b^1 \sum X_1 Y + b^2 \sum X_2 Y + b^3 \sum X_3 Y + b^4 \sum X_4 Y}{\sum Y^2}$$

Keterangan :

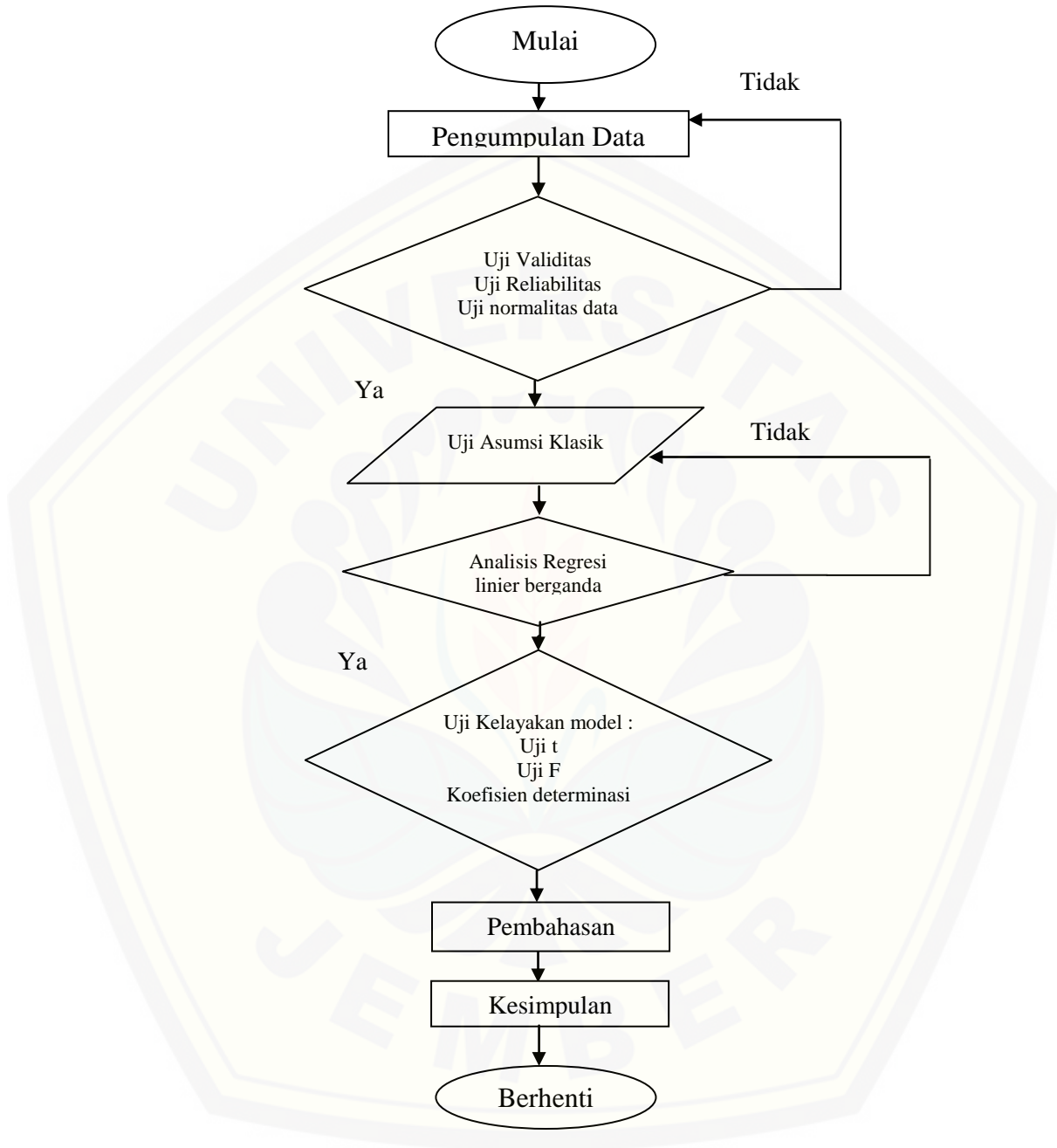
R^2 = Koefisien determinasi berganda

Y = Variabel terikat (*dependent*)

X = Variabel bebas (*Independent*)

b = Koefisien regresi linier

3.10 Kerangka Pemecahan Masalah



Gambar 3.1. Kerangka Pemecahan Masalah

Keterangan kerangka pemecahan masalah :

1. Start merupakan persiapan penelitian untuk mencari data
2. Pengumpulan data yaitu proses mengumpulkan data melalui wawancara dan penyebaran kuisioner.
3. Uji validitas, uji normalitas data, dan reliabilitas instrumen. Jika data tidak valid, tidak berdistribusi normal, dan tidak reliabel maka kembali ke langkah sebelumnya, hingga data normal, valid dan reliabel.
4. Pengolahan data berikutnya yaitu uji asumsi klasik untuk menghindari adanya penyimpangan dalam model regresi linier berganda, yaitu menggunakan uji normalitas model, uji multikolinearitas, heteroskedastisitas. Jika tidak signifikan, maka kembali ke tahap sebelumnya, kemudian dilanjutkan ke uji kelayakan model.
5. Analisis regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh antar variabel.
6. Uji kelayakan model menggunakan uji F, uji t dan koefisien determinasi untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antar variabel. Jika signifikan dilanjutkan pada pembahasan.
7. Melakukan pembahasan dari hasil pengolahan data.
8. Mengambil kesimpulan hasil penelitian.
9. Stop menunjukkan penelitian telah selesai dilakukan.

BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

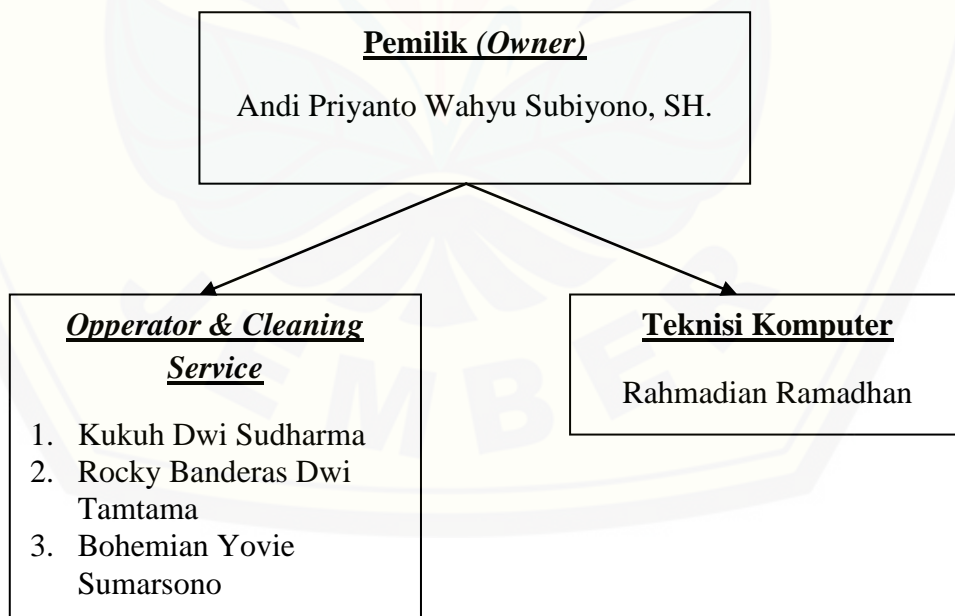
4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Battlenet Sumbersari Jember

4.1.1.1 Profil Battlenet Sumbersari Jember

Battlenet adalah salah satu warung penyedia jaringan internet yang dapat digunakan untuk mengakses aplikasi *game online*. Battlenet sendiri berlokasi di Jalan Jawa Square No.19 Jember, didirikan sejak bulan November 2012 dan sampai saat ini tidak memiliki cabang usaha. Di Battlenet terdapat 20 komputer yang dapat digunakan untuk menjalankan *game online*. Battlenet membuka usahanya setiap hari, kecuali pada hari-hari besar keagamaan. Ada beberapa pesaing Battlenet yang juga menyediakan jaringan internet untuk menjalankan aplikasi *game online*, yaitu Galaxy, VIP, Nest, Play, yang lokasinya di sekitar lokasi Battlenet.

4.1.1.3 Struktur organisasi Battlenet



Gambar 4.1 Struktur Organisasi Battlenet

Struktur organisasi di Battlenet tidak begitu rumit, karena hanya dikelola oleh seorang pemilik yang menyediakan tempat dan modal usaha, 3 orang *operator*

yang sekaligus sebagai *cleaning service* dengan cara bergantian atau sistem *shift*. Jam kerja operator Battlenet yaitu *Shift 1* mulai Pukul 12.00-20.00 WIB, kemudian *Shift 2* mulai Pukul 20.00-04.00 WIB, *Shift 3* mulai Pukul 04.00-12.00 WIB. Sebelum *operator* meninggalkan warnet, diwajibkan untuk membersihkan ruangan warnet. Seorang teknisi komputer dibutuhkan untuk melakukan perbaikan komputer di warnet, seperti proses install, upgrade PC, maupun konfigurasi.

4.1.1.2 Deskripsi Pekerjaan

1. Pemilik (*owner*)

- a. Mengatur dan mengawasi keadaan Battlenet
- b. Menganalisis laporan keuangan
- c. Membuat tata tertib pengguna internet
- d. Menerima hasil keuangan Battlenet

2. Operator dan *Cleaning service*

- a. Melayani pengguna internet/*user*
- b. Menerima pembayaran dari *user*
- c. Menyerahkan laporan keuangan kepada pemilik
- d. Membersihkan ruangan
- e. Memelihara inventaris dalam warnet

3. Teknisi

- a. Melakukan perbaikan komputer
meliputi : instalasi, konfigurasi, upgrade PC, dll.
- b. Memelihara keadaan komputer dalam warnet.

4.1.1.4 Tarif Harga

Tabel 4.1 Tarif Harga Battlenet

No.	Paket	Jam	Harga
1.	Paket 1	1 jam	Rp 2.500
2.	Paket 2	2 jam	Rp 5.000
3.	Paket 3	5 jam	Rp 10.000
4.	Paket 4	10 jam	Rp 20.000
5.	Paket 5	24 jam	Rp 50.000
6.	Happy Hour	21.00-06.00 wib	Rp 10.000

Sumber : Battlenet, Januari 2016

Ada beberapa tarif harga yang ditawarkan Battlenet, yaitu mulai dari Paket 1-5. Paket 1 selama 1 jam dengan tarif Rp 2.500, kemudian tarif 2-4 harga menyesuaikan kelipatannya, dan paket 5 selama 24 jam dengan tarif Rp. 50.000 (Bonus 4 Jam). Sedangkan pada malam hari, Battlenet menawarkan paket Happy Hour yang dimulai pukul 21.00-06.00 Wib dengan tarif Rp 10.000.

4.1.2 Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah pelanggan Battlenet yang berjumlah 65 orang, yaitu karakteristik responden berdasarkan umur, jenis kelamin, dan pendidikan.

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Umur responden terbagi dalam 4 kelompok dari 65 responden, yaitu, kurang dari 20 tahun, 20 – 25 tahun, 26 – 30 tahun dan diatas 30 tahun. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, didapati karakteristik responden berdasarkan umur dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.2. Berikut data responden berdasarkan umur :

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Umur	Jumlah	
	Jumlah	Persentase
Kurang dari 20 tahun	14	21,53%
20 – 25 tahun	27	41,58%
26 – 30 tahun	18	27,69%
Lebih dari 30 tahun	6	9,23%
Jumlah	65	100%

Sumber : Data primer, Desember 2015

Berdasarkan Tabel 4.2, dapat diketahui bahwa responden yang paling banyak atau mayoritas responden yang menjadi pelanggan Battlenet adalah responden yang berumur diantara 20 – 25 tahun, sedangkan minoritas responden yaitu yang berumur lebih dari 30 tahun.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin responden terbagi dalam 2 kelompok dari 65 responden, yaitu, laki dan perempuan. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, didapati karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.3. Berikut data responden berdasarkan jenis kelamin ;

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin	Jumlah	
	Jumlah	Persentase
Laki	63	96,92%
Perempuan	2	3,08%
Jumlah	65	100%

Sumber : Data primer, Desember 2015

Berdasarkan Tabel 4.3, dapat diketahui bahwa responden Battlenet yang paling banyak adalah berjenis kelamin laki-laki, sedangkan minoritas adalah berjenis kelamin perempuan.

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan responden terbagi dalam 2 kelompok dari 65 responden, yaitu, : SMP & SMA, dan Perguruan Tinggi. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, didapati karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.4. Berikut data responden berdasarkan pendidikan terakhir ;

Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan terakhir	Jumlah	
	Jumlah	Persentase
SMP-SMA	47	72,31%
Perguruan Tinggi	18	27,69%
Jumlah	65	100%

Sumber : Data primer, Desember 2015

Berdasarkan Tabel 4.4, dapat diketahui bahwa responden yang paling banyak atau mayoritas pelanggan Battlenet adalah pelajar SMP- SMA, sedangkan minoritas responden adalah responden telah menempuh pendidikan terakhir di Perguruan Tinggi atau Mahasiswa.

4.1.3 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden

Karakteristik didalam variabel penelitian dapat diketahui berdasarkan distribusi jawaban responden penelitian yang berguna untuk mendukung hasil analisis data. Distribusi jawaban responden, sebagai berikut ;

Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Variabel Lokasi (X_1)

Indikator	Nilai Jawaban Responden										Total
	1		2		3		4		5		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
$X_{1.1}$	-	-	-	-	1	1,5	55	84,6	9	13,8	65
$X_{1.2}$	-	-	-	-	1	1,5	60	92,3	4	6,2	65
$X_{1.3}$	-	-	-	-	2	3,1	58	89,2	5	7,7	65
$X_{1.4}$	-	-	-	-	-	-	55	84,6	10	15,4	65

Sumber : Lampiran 3

Berdasarkan Tabel 4.5, berkaitan dengan tabulasi frekuensi dengan 4 indikator dalam variabel penelitian, dapat diketahui bahwa ;

- Pada indikator $X_{1.1}$, akses, 65 responden diketahui bahwa 1,5% menjawab cukup setuju, 84,5% menjawab setuju, dan 13,8% menjawab sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa, mayoritas responden menjawab setuju dan responden memiliki persepsi yang baik terhadap akses;
- Pada indikator $X_{1.2}$, visibilitas, 65 responden diketahui bahwa 1,5% menjawab cukup setuju, 92,3% menjawab setuju, dan 6,2% menjawab sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa, mayoritas responden menjawab

setuju dan responden memiliki persepsi yang baik terhadap indikator visibilitas;

- c. Pada indikator $X_{1,3}$, tempat parkir, 65 responden diketahui bahwa 3,1% menjawab cukup setuju, 89,2% menjawab setuju, dan 7,7% menjawab sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa, mayoritas responden menjawab setuju dan responden memiliki persepsi yang baik terhadap tempat parkir;
- d. Pada indikator $X_{1,4}$, kompetisi, 65 responden diketahui bahwa 84,6% menjawab setuju, dan 15,4% menjawab sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa, mayoritas responden menjawab setuju dan responden memiliki persepsi yang baik terhadap indikator kompetisi.

Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Layanan (X_2)

Indikator	Nilai Jawaban Responden										Total
	1		2		3		4		5		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
$X_{2,1}$	-	-	-	-	-	-	56	86,2	9	13,8	65
$X_{2,2}$	-	-	-	-	1	1,5	55	84,6	9	13,8	65
$X_{2,3}$	-	-	-	-	2	3,1	51	78,5	12	18,5	65
$X_{2,4}$	-	-	-	-	-	-	50	76,9	15	23,1	65
$X_{2,5}$	-	-	-	-	1	1,5	59	90,8	5	7,7	65

Sumber : Lampiran 3

Berdasarkan Tabel 4.6, berkaitan dengan tabulasi frekuensi dengan 5 indikator dalam variabel penelitian, dapat diketahui bahwa ;

- a. Pada indikator $X_{2,1}$, bukti fisik, 65 responden diketahui bahwa 86,2% menjawab setuju, dan 13,8% menjawab sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa, mayoritas responden menjawab setuju dan responden memiliki persepsi yang baik terhadap indikator bukti fisik;
- b. Pada indikator $X_{2,2}$, kehadalan, 65 responden diketahui bahwa 1,5% menjawab cukup setuju, 84,6% menjawab setuju, dan 13,8% menjawab sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa, mayoritas responden menjawab setuju dan responden memiliki persepsi yang baik terhadap indikator kehadalan;
- c. Pada indikator $X_{2,3}$, ketanggapan, 65 responden diketahui bahwa 3,1% menjawab cukup setuju, 78,5% menjawab setuju, dan 18,5% menjawab

sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa, mayoritas responden menjawab setuju dan responden memiliki persepsi yang baik terhadap indikator ketanggapan;

- d. Pada indikator X_{2.4}, jaminan, 65 responden diketahui bahwa 76,9% menjawab setuju, dan 23,1% menjawab sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa, mayoritas responden menjawab setuju dan responden memiliki persepsi yang baik terhadap indikator jaminan;
- e. Pada indikator X_{2.5}, empati, 65 responden diketahui bahwa 1,5% menjawab cukup setuju, 90,8% menjawab setuju, dan 7,7% menjawab sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa, mayoritas responden menjawab setuju dan responden memiliki persepsi yang baik terhadap indikator empati.

Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Variabel Harga (X₃)

Indikator	Nilai Jawaban Responden										Total
	1		2		3		4		5		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X _{3.1}	-	-	-	-	3	4,6	53	81,5	9	13,8	65
X _{3.2}	-	-	-	-	-	-	55	84,6	10	15,4	65
X _{3.3}	-	-	-	-	2	3,1	53	81,5	10	15,4	65
X _{3.4}	-	-	-	-	1	1,5	51	78,5	13	20	65

Sumber : Lampiran 3

Berdasarkan Tabel 4.7, berkaitan dengan tabulasi frekuensi dengan 4 indikator dalam variabel penelitian, dapat diketahui bahwa ;

- a. Pada indikator X_{3.1}, keterjangkauan harga, 65 responden diketahui bahwa 4,6% menjawab cukup setuju, 81,5% menjawab setuju, dan 13,8% menjawab sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa, mayoritas responden menjawab setuju dan responden memiliki persepsi yang baik terhadap indikator keterjangkauan harga;
- b. Pada indikator X_{3.2}, kesesuaian harga dan kualitas produk, 65 responden diketahui bahwa 84,6% menjawab setuju, dan 15,4% menjawab sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa, mayoritas responden menjawab setuju dan responden memiliki persepsi yang baik terhadap indikator kesesuaian harga dan kualitas produk;

- c. Pada indikator $X_{3,3}$, daya saing harga, 65 responden diketahui bahwa 3,1% menjawab cukup setuju, 81,5% menjawab setuju, dan 15,4% menjawab sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa, mayoritas responden menjawab setuju dan responden memiliki persepsi yang baik terhadap indikator daya saing harga;
- d. Pada indikator $X_{3,4}$, kesesuaian harga dan manfaat, 65 responden diketahui bahwa 1,5% menjawab cukup setuju, 78,5% menjawab setuju, dan 20% menjawab sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa, mayoritas responden menjawab setuju dan responden memiliki persepsi yang baik terhadap indikator kesesuaian harga dan manfaat.

Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Indikator	Nilai Jawaban Responden										Total
	1		2		3		4		5		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
Y ₁	-	-	-	-	1	1,5	50	76,9	14	21,5	65
Y ₂	-	-	-	-	2	3,1	52	80	11	16,9	65
Y ₃	-	-	-	-	1	1,5	54	83,1	10	15,4	65
Y ₄	-	-	-	-	1	1,5	55	84,6	9	13,8	65

Sumber : Lampiran 3

Berdasarkan Tabel 4.8, berkaitan dengan tabulasi frekuensi dengan 4 indikator dalam variabel penelitian, dapat diketahui bahwa ;

- a. Pada indikator Y_1 , tidak ada komplain atau keluhan dari pelanggan, 65 responden diketahui bahwa 1,5% menjawab cukup setuju, 76,9% menjawab setuju, dan 21,5% menjawab sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa, mayoritas responden menjawab setuju dan responden memiliki persepsi yang baik terhadap indikator tidak ada komplain atau keluhan dari pelanggan;
- b. Pada indikator Y_2 , kenyamanan yang dirasakan pelanggan, 65 responden diketahui bahwa 3,1% menjawab cukup setuju, 80% menjawab setuju, dan 16,9% menjawab sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa, mayoritas responden menjawab setuju dan responden memiliki persepsi yang baik terhadap indikator kenyamanan yang dirasakan pelanggan;

- c. Pada indikator Y_3 , terpenuhi keinginan dan harapan pelanggan, 65 responden diketahui bahwa 1,5% menjawab cukup setuju, 83,1% menjawab setuju, dan 15,4% menjawab sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa, mayoritas responden menjawab setuju dan responden memiliki persepsi yang baik terhadap indikator terpenuhi keinginan dan harapan pelanggan;
- d. Pada indikator Y_4 , pelanggan loyal, 65 responden diketahui bahwa 1,5% menjawab cukup setuju, 84,6% menjawab setuju, dan 13,8% menjawab sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa, mayoritas responden menjawab setuju dan responden memiliki persepsi yang baik terhadap indikator pelanggan loyal.

4.1.4 Uji Instrument

4.1.4.1 Uji Validitas

Uji validitas dimaksudkan untuk mengetahui seberapa besar ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya, dengan cara mengkorelasikan tiap pertanyaan dengan skor total, kemudian hasil korelasi tersebut dibandingkan dengan angka kritis taraf signifikan 5% (Prayitno, 2010:90).

Berikut pada Tabel 4.9, hasil pengujian validitas ;

Tabl 4.9 Hasil Uji Validitas

Indikator	<i>Product Moment Pearson's</i>	Sig.	α	Keterangan
X _{1.1}	0,596	0,000	< 0,05	Valid
X _{1.2}	0,478	0,000	< 0,05	Valid
X _{1.3}	0,632	0,000	< 0,05	Valid
X _{1.4}	0,732	0,000	< 0,05	Valid
X _{2.1}	0,699	0,000	< 0,05	Valid
X _{2.2}	0,623	0,000	< 0,05	Valid
X _{2.3}	0,516	0,000	< 0,05	Valid
X _{2.4}	0,636	0,000	< 0,05	Valid
X _{2.5}	0,564	0,000	< 0,05	Valid
X _{3.1}	0,488	0,000	< 0,05	Valid
X _{3.2}	0,749	0,000	< 0,05	Valid
X _{3.3}	0,428	0,000	< 0,05	Valid
X _{3.4}	0,483	0,000	< 0,05	Valid
Y ₁	0,494	0,000	< 0,05	Valid
Y ₂	0,423	0,000	< 0,05	Valid
Y ₃	0,432	0,000	< 0,05	Valid
Y ₄	0,514	0,000	< 0,05	Valid

Sumber : Lampiran 4

Berdasarkan tabel 4.9, diketahui bahwa masing-masing indikator (indikator) dalam variabel yang digunakan mempunyai hasil nilai *product moment pearson's* dengan signifikasi $0,000 < 0,05$, sehingga indikator (indikator) yang digunakan dalam variabel penelitian ini dapat dinyatakan relevan dan dapat digunakan sebagai alat dalam pengumpulan data.

4.1.4.2 Uji Reliabilitas

Pengujian ini dilakukan untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten. Suatu pertanyaan atau pernyataan yang baik adalah pertanyaan atau pernyataan yang jelas mudah dipahami dan memiliki interpretasi yang sama meskipun disampaikan kepada responden yang berbeda dan waktu yang berlainan. Uji reliabilitas menggunakan *crobach's alpha*. Suatu instrument dikatakan reliabel apabila *crobach's alpha* lebih besar dari

0,60 (Prayitno, 2010:97). Berikut pada Tabel 4.9 disajikan hasil pengujian reliabilitas ;

Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Cut off</i>	<i>N of Indikator</i>	Keterangan
X ₁	0,681	> 0,6	4	Reliabel
X ₂	0,739	> 0,6	4	Reliabel
X ₃	0,652	> 0,6	5	Reliabel
Y	0,626	> 0,6	4	Reliabel

Sumber : Lampiran 5

Berdasarkan Tabel 4.10, hasil uji reliabilitas diatas menunjukkan bahwa data yang diperoleh bersifat reliabel karena nilai *Cronbach's Alpha* yakni 0,681, 0,739, 0,652, dan 0,626 > 0,60, sehingga data yang diperoleh dapat dinyatakan reliabel atau layak sebagai alat dalam pengumpulan data.

4.1.4.3 Uji Normalitas

Uji normalitas data dilakukan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas yang dilakukan terhadap sampel dilakukan dengan menggunakan *kolmogorov-smirnov test* dengan menetapkan derajat keyakinan (α) sebesar 5% (Prayitno, 2010:71). Hasil pengujian dapat disajikan sebagai berikut ;

Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas data

<i>Test of Normality</i>	<i>Kolmogorov-Smirnov</i>			Keterangan
	Sig.	<i>Cutt off</i>		
X ₁	0,264	>	0,05	Normal
X ₂	0,335	>	0,05	Normal
X ₃	0,304	>	0,05	Normal
Y	0,297	>	0,05	Normal

Sumber : Lampiran 6

Berdasarkan tabel 4.11, dapat diketahui bahwa nilai probabilitas atau signifikansi untuk masing-masing variabel, yaitu 0,264, 0,335, 0,304, dan 0,297 > 0,05, sehingga dapat dinyatakan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

4.1.5 Analisis Data

4.1.5.1 Uji Asumsi Klasik

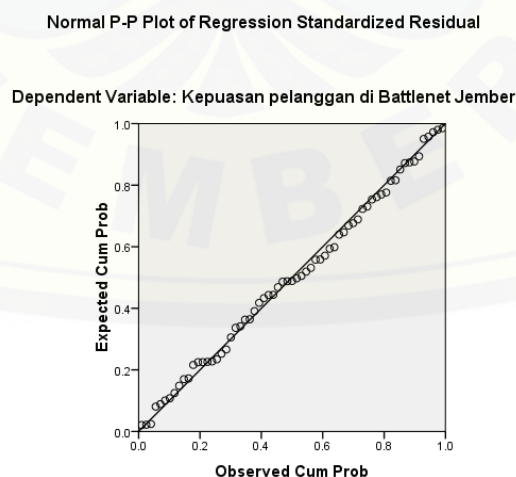
Setelah memperoleh model, maka langkah selanjutnya yang dilakukan adalah menguji apakah model yang dikembangkan bersifat BLUE (*Best Linier Unbised Estimator*). Uji Asumsi BLUE yang harus dipenuhi adalah model berdistribusi normal, tidak adanya multikolinieritas dan tidak adanya heteroskedastisitas.

a. Uji Normalitas Model

Uji normalitas model bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel independen, variabel dependen atau keduanya mempunyai distribusi normal. Mendeteksi normalitas dengan melihat penyebaran data titik pada sumbu diagonal dari grafik (Latan, 2013:42). Dasar pengambilan keputusan antara lain :

- 1) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi rmemenuhi asumsi normalitas;
- 2) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Hasil pengujian atau persamaan disajikan pada Gambar 4.2, sebagai berikut ;



Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Model

b. Uji Multikolinieritas

Asumsi multikolinieritas adalah keadaan dimana terjadi hubungan linier yang sempurna atau mendekati sempurna antar variabel independen dalam model. Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan linear dalam variabel independen dalam model. Ada atau tidaknya multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *Variance Inflation Factor*(VIF). Latan (2013:61), menyatakan bahwa indikasi multikolinieritas pada umumnya terjadi jika VIF lebih dari 10, maka variabel tersebut mempunyai persoalan multikolinieritas dengan variabel bebas lainnya. Berikut ini disajikan hasil uji multikolinieritas ;

Tabel 4.12 Uji Multikolinieritas

<i>Test of Multikolinierity</i>	VIF	<i>Cutt off</i>	Keterangan
X ₁	1,281	< 10	Tidak terjadi multikolinieritas
X ₂	1,670	< 10	Tidak terjadi multikolinieritas
X ₃	1,555	< 10	Tidak terjadi multikolinieritas

Sumber : Lampiran 7

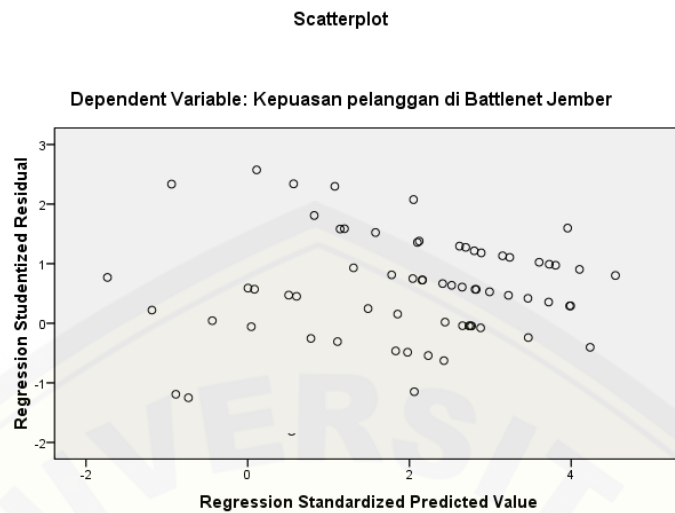
Tabel 4.12, menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas antar variabel *independen* karena menunjukkan nilai VIF kurang dari 10

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Cara memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar scatterplot model tersebut (Latan, 2013:39). Dasar pengambilan keputusan antara lain :

- 1) Jika ada pola tertentu. seperti titik-titik (point-point) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka telah terjadi heteroskedastisitas;
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hasil pengujian dan persamaan disajikan pada Gambar 4.3, sebagai berikut ;



Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas Persamaan 1

Gambar 4.3, menunjukkan bahwa tidak adanya heteroskedastisitas, karena tebaran data tidak membentuk garis tertentu atau tidak terdapat pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka nol pada sumbu Y.

4.1.5.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda berkaitan dengan studi ketergantungan suatu variabel *dependen* pada satu atau lebih variabel *independen* dengan tujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel *independen* terhadap variabel *dependen*. Hasil analisis regresi linear berganda antara variabel *independen* yaitu lokasi, kualitas layanan, dan harga, serta variabel *dependen* yaitu kepuasan pelanggan. Berikut pada Tabel 4.13 disajikan hasil analisis regresi linear berganda ;

Tabel 4.13 Hasil Regresi Linear Berganda

Variabel Independent	Standardized Coefficients B	T	t _{tabel}	Sig.	a	Keterangan
(Constant)	1,444	-	-	-	-	-
Lokasi (X ₁)	0,250	2,579	> 1,999	0,012	< 0,05	Signifikan
Kualitas layanan (X ₂)	0,382	3,449	> 1,999	0,001	< 0,05	Signifikan
Harga (X ₃)	0,283	2,650	> 1,999	0,010	< 0,05	Signifikan
<i>Adjusted R Square</i> = 0,531				F. Hitung = 25,123 Sig. F = 0,000		

Sumber : Lampiran 7

Berdasarkan koefisien regresi, maka persamaan regresi yang dapat dibentuk adalah ;

$$Y = 1,444 + 0,250X_1 + 0,382X_2 + 0,283X_3$$

- a. Nilai konstanta 1,444, menunjukkan bahwa jika tidak ada aktivitas pada lokasi, kualitas layanan, dan harga maka nilai kepuasan pelanggan sebesar 1,444;
- b. Nilai koefisien 0,250 pada lokasi, menunjukkan bahwa semakin lokasi disenangi atau diminati oleh pelanggan, maka hal tersebut akan meningkatkan kepuasan pelanggan.
- c. Nilai koefisien 0,382 pada kualitas layanan, menunjukkan bahwa setiap semakin baik kualitas layanan, maka hal tersebut akan meningkatkan kepuasan pelanggan.
- d. Nilai koefisien 0,283 pada harga, menunjukkan bahwa setiap perbaikan harga yang bermanfaat, maka hal tersebut akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

4.1.5.3 Uji Hipotesis

1. Uji t

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel *independen* berpengaruh terhadap variabel *dependen* secara signifikan secara parsial. Tabel distribusi t dicari pada $\alpha = 5\%$ (uji 2 sisi, $0,05 : 2 = 0,025$), dengan derajat

kebebasan (df) $n-k-1$ atau $65-3-1 = 61$. Hasil analisis regresi berganda adalah untuk mengetahui pengaruh lokasi, kualitas layanan, dan harga terhadap variabel *dependen* yaitu kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda (dalam hal ini untuk menguji pengaruh secara parsial) diperoleh hasil yang dapat dinyatakan berikut ;

- a. Variabel lokasi (X_1) memiliki nilai $t_{2,579} > 1,999$ dan signifikansi $0,012 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti secara parsial variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Battlenet Jember;
- b. Variabel kualitas layanan (X_2) memiliki nilai $t_{3,449} > 1,999$ dan signifikansi $0,001 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti secara parsial variabel kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Battlenet Jember;
- c. Variabel harga (X_3) memiliki nilai $t_{2,650} > 1,999$ dan signifikansi $0,010 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti secara parsial variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Battlenet Jember.

2. Uji F

Uji F dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh lokasi, kualitas layanan, dan harga terhadap variabel *dependen* yaitu kepuasan pelanggan secara simultan. Tabel distribusi F dicari pada $\alpha = 5\%$, dengan derajat kebebasan (df) df_1 atau $4-1 = 3$, dan df_2 $n-k-1$ atau $65-3-1 = 61$. Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda (dalam hal ini untuk menguji pengaruh secara simultan) diperoleh hasil, yaitu bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($25,123 > 2,76$) dan signifikansi ($0,000 < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel lokasi, kualitas layanan, dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Battlenet Jember.

3. Koefisien Determinasi

Berfungsi untuk mengetahui besarnya proporsi atau sumbangan pengaruh variabel *independen* terhadap variabel *dependen* secara keseluruhan, maka dapat ditentukan dengan uji koefisien determinasi berganda (R^2). Dilihat dari

nilai koefisien determinasi berganda, hasil analisis menunjukkan bahwa besarnya persentase sumbangan pengaruh variabel lokasi, kualitas layanan, dan harga terhadap kepuasan pelanggan di Battlenet Jember, dapat dilihat dari nilai *Adjusted R Square* (R^2) menunjukkan sebesar 0,531 atau 53,1% dan sisanya 46,9% dipengaruhi atau dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini, seperti promosi, pelayanan (orang), nilai yang diperoleh pelanggan dan store atmosphere.

4.2 Pembahasan

Hasil pengujian koefisien dari analisis jalur, menunjukkan bahwa lokasi, kualitas layanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Battlenet Jember. Hasil pengujian koefisien dari analisis regresi linear berganda, menunjukkan bahwa lokasi, kualitas layanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Battlenet. Berdasarkan hasil pengujian tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan, “ada pengaruh lokasi, kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan kerja pelanggan Battlenet” adalah diterima.

4.2.1 Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Battlenet Jember

Penelitian menunjukkan bahwa lokasi tempat ditawarkannya jasa yang disediakan oleh Battlenet di Jember, membuktikan bahwa lokasi diterima, mengartikan secara parsial variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Battlenet Jember. Lokasi yang ditawarkan oleh Battlenet Jember dengan menyediakan akses menuju lokasi yang sangat mudah, lokasi dari Battlenet yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang pelanggannya, tempat parkir di Battlenet sangat luas dan aman, dan lokasi yang memiliki nilai kompetisi yang lebih baik daripada pesaingnya tentunya akan menjadikan pelanggannya lebih merasa nyaman dalam berlangganan di Battlenet Jember karena lokasi yang ada telah memberikan harapan yang lebih kepada para pelanggannya.

Hal ini sesuai dengan yang dilakukan oleh Wulandari (2013), Wibowo (2011), dan Sinaga (2013), yang membuktikan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa atau produk yang ditawarkan.

Apabila perusahaan tidak tepat dalam memilih lokasi usaha, maka perusahaan akan mengalami kerugian akibat kurangnya konsumen yang berminat mengunjungi dan membeli produk perusahaan. Lokasi yang baik menjamin tersedianya akses yang cepat, dapat menarik sejumlah besar konsumen dan cukup kuat untuk mengubah pola berbelanja dan pembelian konsumen dan kepuasan pada pelanggan.

4.2.2 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Battlenet

Penelitian menunjukkan bahwa layanan yang disediakan oleh Battlenet berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini didukung dengan fasilitas fisik yang tersedia dengan sangat lengkap di Battlenet, kinerja pegawai Battlenet yang memberikan pelayanan yang sangat baik, pegawai Battlenet yang selalu tanggap terhadap keluhan yang diajukan konsumen, pegawai Battlenet yang sangat meyakinkan dalam memberikan pelayanan, dan pegawai Battlenet yang selalu memberikan perhatian yang baik kepada konsumennya telah menjadikan para pelanggannya merasa lebih nyaman dalam menggunakan layanan yang disediakan di Battlenet dan pelayanan yang ada merupakan reputasi yang baik dari Battlenet Jember.

Hal ini juga sesuai dengan pendapat yang diajukan oleh Assauri (2007:213), bahwa keberhasilan pemasaran produk sangat ditentukan pula oleh baik tidaknya pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan. Bitner (dalam Nur, 2013:21), menambahkan yang mengatakan bahwa kualitas pelayanan yang baik dapat menimbulkan kepuasan dan kepuasan pelanggan meningkatkan evaluasi terhadap kualitas pelayanan kembali, kepuasan pelanggan dapat dibentuk oleh layanan yang berkualitas dari perusahaan.

4.2.3 Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Battlenet Jember

Penelitian menunjukkan bahwa harga yang ditawarkan oleh Battlenet di Jember secara parsial variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Battlenet Jember. Harga yang ditawarkan oleh Battlenet Jember dengan memberikan tarif harga di Battlenet sangat terjangkau, tarif harga di Battlenet sesuai dengan kualitas jasa yang diinginkan pelanggan, harga yang ditawarkan Battlenet lebih murah daripada warnet lain, dan harga yang diberikan Battlenet sesuai dengan manfaat jasa yang diterima pelanggan akan menjadikan para pelanggannya lebih puas serta loyal dalam menggunakan jasa yang ditawarkan oleh Battlenet Jember.

Hal ini juga sesuai dengan pendapat yang diajukan oleh Kertajaya (2002:64), bahwa harga merupakan salah satu unsur bauran pemasaran yang memiliki dampak besar terhadap pendapatan perusahaan, apabila perusahaan menetapkan harga yang cenderung mahal dan tidak sesuai dengan harapan konsumen, maka produk perusahaan tidak akan memberikan rasa puas pada pelanggan. Sebaliknya, para pelanggan pada umumnya menginginkan harga suatu produk yang terjangkau yang berdampak pada kepuasan pelanggan. Harga dapat dilihat dari kesesuaian antara suatu pengorbanan dari konsumen terhadap nilai yang diterimanya setelah melakukan pembelian, dan dari situlah konsumen akan mempersepsi dari produk atau jasa tersebut, serta penetapan harga produk akan berpengaruh pada kepuasan pelanggan.

4.3 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan didalam penelitian ini adalah peneliti mengalami keterbatasan didalam mengakses data yang dapat dijadikan fenomena empirik didalam penelitian, seperti tidak adanya fenomena empirik mengenai jumlah pelanggan dari Battlenet dalam sebulan, dan fluktuatif profit yang diterima oleh Battlenet Jember.

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan pada penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut ;

- a. Lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Battlenet Jember. Hal ini membuktikan bahwa lokasi yang baik dari sebuah usaha akan meningkatkan rasa yang nyaman dan harapan yang lebih pada para pelanggannya;
- b. Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Battlenet Jember. Hal ini membuktikan bahwa kualitas layanan yang dilakukan secara baik dan sesuai dengan keinginan pelanggannya maka akan meningkatkan kenyamanan dari pelanggannya dan meningkatkan reputasi dari sebuah usaha tersebut;
- c. Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Battlenet Jember. Hal ini membuktikan bahwa harga yang sesuai dengan manfaat yang diterima pelanggannya maka akan meningkatkan kepuasan serta menjadikan pelanggan lebih loyal terhadap usaha yang ada;
- d. Lokasi, kualitas layanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Battlenet Jember.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan, maka dapat disarankan ;

- a. Pihak Pengusaha Battlenet Jember dihimbau agar mempertahankan kualitas layanan karyawan, tarif harga yang terjangkau, dan tempat parkir yang selalu aman dengan dilengkapi CCTV disekitar Battlenet.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprilia N.F. 2013. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Dyriana Bakery & Café Pandanaran Semarang. Skripsi. Semarang:Universitas Diponegoro.
<http://eprints.undip.ac.id/38724/1/FARDIANI.pdf>[03 April 2015]
- Assauri, Sofian. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT RajaGrafindo Persada..
- Ghozali, Imam. 2001. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS* (Edisi Kedua). Semarang : Universitas Diponegoro.
- _____.2006. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Gujarati, Damodar. 1991. *Ekonomitrika Dasar*.Terjemahan Sumarno Zain. Jakarta : Erlangga.
- Kertajaya, Hermawan. 2006. *Seri 9 Hermawan Kertajaya on Marketing Mix*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Umum.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran Milenium*. Jilid 2 Revisi ke Edisi Sepuluh. Edisi Bahasa Indonesia. Alih Bahasa Benyamin Molan. Jakarta: PT. Prenhalindo.
- _____. 2001. *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. Terjemahan Hendri Teguh dan Rony A.Rusli. Jakarta: Perhalindo
- _____.2004. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Alih Bahasa oleh Wisnu Chandra Kristiaji. Jilid 2. Edisi Kedelapan. Jakarta : Erlangga.
- Latan, Hengky. 2013. *Analisis Multivariat Teknik dan Aplikasi*. Bandung: Alfabet
- Marzuki. 2005. *Metodologi Riset*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Nur Wulandari. 2013. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (studi kasus pada konsumen kopikita semarang). Skripsi. Semarang:Universitas Diponegoro.

Partua, P.H.S. 2010. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan (studi kasus pada warnet chamber semarang). Skripsi. Semarang:Universitas Diponegoro.
http://eprints.undip.ac.id/26970/1/analisis_pengaruh_kualitas_pelayanan_kepuasan_pelanggan_dan_lokasi_terhadap_loyalitas_pelanggan%28r%29.pdf [03 April 2015]

Prayitno, D. 2010. *Paham Analisa Data Statistik Dengan SPSS*. Yogyakarta: MediaKom.

Santoso, Singgih. 2000. *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo.

Siswanto, V.A. 2012. *Strategi dan Langkah-Langkah Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Sugiyono. 2003. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

_____. 2006. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Keenam. Bandung : Alfabeta.

Tjiptono, Fandi. 2007. *Pemasaran Jasa*. Malang : Banyumedia Publishing

_____ 2011. *Pemasaran Jasa*. Malang : Banyumedia Publishing

Youngki T.W. 2011. Analisis Pengaruh Keramahan Karyawan Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (studi pada toko aluminium dwi karya semarang). Skripsi. Semarang:Universitas Diponegoro.
http://eprints.undip.ac.id/35625/1/Skripsi_WIBOWO.pdf [03 April 2015]

Internet :

(<http://www.pengertianpengertian.com/2013/11/pengertian-gamer.html>) [27 April 2015]

<http://game-savero.blogspot.co.id/2013/05/pengertiansejarahjenis-jenis-tentang.html?m=1> [27 April 2015]

LAMPIRAN 1. KUISIONER PENELITIAN

Kuesioner Penelitian

Kepada : Responden Penelitian

Dengan hormat,

Dalam rangka penyusunan skripsi sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi program S-1 di Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Jember, peneliti memohon kesediaan saudara untuk memberikan informasi dengan mengisi pernyataan – pernyataan yang tersedia dalam kuesioner Penelitian ini. Judul penelitian yang berhubungan dengan pernyataan dalam kuesioner ini adalah “**Pengaruh Lokasi, Kualitas Layanan, dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Battlenet Sumbersari Jember)**”. Informasi yang saudara berikan bersifat terbatas dan artinya hanya digunakan untuk kepentingan penelitian ini dan peneliti menjamin kerahasiaan identitas dan jawaban yang diperoleh dari Bapak/Ibu/Sdr/i .

Peneliti mengucapkan terima kasih atas kesediaan dan kerjasama Bapak/Ibu/Sdr/i yang berkenan untuk meluangkan waktu mengisi kuesioner ini.

Hormat Saya,

Catur Widya Wicaksona

NIM. 110810201190

IDENTITAS RESPONDEN

No. Responden :(diisi oleh peneliti)
Nama :
Umur :Tahun
Jenis kelamin : (Perempuan/Laki-laki)*
Pendidikan terakhir :

A. Petunjuk pengisian

1. Pernyataan-pernyataan berikut ini mohon diisi dengan benar dan sesuai dengan keadaan dan kenyataan yang ada.
2. Berikan tanda checklist (√) pada salah satu kolom setiap pernyataan, sesuai yang anda alami dan rasakan selama ini. Terdapat lima (5) pilihan jawaban dengan keterangan sebagai berikut :

SS = Sangat setuju

S = Setuju

N = Netral

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

(*Coret yang tidak perlu)

B. Pernyataan

1. Lokasi (X1)

No.	Pernyataan	5	4	3	2	1
1.	Akses menuju lokasi Battlenet sangat mudah					
2.	Lokasi atau tempat Battlenet dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang					
3.	Tempat parkir di Battlenet sangat luas dan aman					
4.	Terdapat banyak pesaing disekitar lokasi Battlenet					

2. Kualitas Layanan (X2)

No.	Pernyataan	5	4	3	2	1
1.	Fasilitas fisik yang tersedia di Battlenet sangat lengkap					
2.	Pelayanan sesuai janji yang di berikan karyawan Battlenet					
3.	Karyawan Battlnet sangat tanggap terhadap konsumen					
4.	Kerusakan pada saat pelanggan menggunakan jasa game online merupakan tanggung jawab karyawan.					
5	Karyawan memiliki kepedulian terhadap keluhan konsumen					

3. Harga (X3)

No.	Pernyataan	5	4	3	2	1
1.	Tarif harga di Battlenet sangat terjangkau					
2.	Tarif harga di Battlenet sesuai dengan kualitas jasa yang diinginkan pelanggan					
3.	Tarif harga yang ditawarkan Battlenet lebih murah daripada warnet lain					
4.	Harga yang diberikan Battlenet sesuai dengan manfaat jasa yang diterima pelanggan					

4. Kepuasan Pelanggan (Y)

No.	Pernyataan	5	4	3	2	1
1.	Pelanggan tidak pernah komplain/ mengeluh terhadap pelayanan Battlenet Sumpersari Jember					
2.	Pelanggan selalu memberikan pujian terhadap hasil kerja Battlenet Sumpersari Jember					
3.	Pelanggan merasa Battlenet Sumpersari Jember adalah warnet dengan reputasi yang baik					
4.	Pelanggan selalu loyal menggunakan produk jasa Battlenet Sumpersari Jember					

LAMPIRAN 2. HASIL REKAPITULASI JAWABAN RESPONDEN DAN *METHOD SUCCESIVE INTERVAL*

NO	X.1.1	X.1.2	X.1.3	X.1.4	X.2.1	X.2.2	X.2.3	X.2.4	X.2.5	X.3.1	X.3.2	X.3.3	X.3.4	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4
1	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	3	5	5
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3
6	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	3	4
7	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4
9	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5
10	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
11	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
13	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
15	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	3	4	4	4	4	4	4
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4
17	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
19	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
21	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4
22	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
23	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	5	3	4	5
24	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
25	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
27	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5
28	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4
29	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4
30	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
31	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5
32	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4
33	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5

34	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	
35	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5
36	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
37	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5
38	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4
39	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	3	5	4	4	4
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
41	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4
42	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	3	5	4	5	4	5	5
43	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
45	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
49	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
50	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	3	4
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
52	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
53	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
54	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
55	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
56	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4
57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
58	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
59	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
60	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	5	4	4	4	4	5	4	4
61	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4
62	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4
63	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
64	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

Successive Interval																	
NO	X.1.1	X.1.2	X.1.3	X.1.4	X.2.1	X.2.2	X.2.3	X.2.4	X.2.5	X.3.1	X.3.2	X.3.3	X.3.4	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4
1	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	3	5	5
2	3,292076	3,419324	3,194167	1	1	3,292076	3,020739	1	3,392339	2,935323	1	4,785353	3,221636	3,198693	3,244814	3,292076	3,316286
3	3,292076	3,419324	3,194167	1	1	3,292076	4,734891	1	3,392339	2,935323	1	3,043999	3,221636	3,198693	3,244814	3,292076	3,316286
4	3,292076	3,419324	3,194167	1	1	3,292076	3,020739	1	3,392339	2,935323	1	3,043999	3,221636	3,198693	3,244814	3,292076	3,316286
5	5,097748	3,419324	3,194167	1	1	3,292076	3,020739	1	3,392339	2,935323	1	3,043999	3,221636	4,901321	3,244814	5,097748	1
6	3,292076	3,419324	3,194167	1	1	3,292076	4,734891	1	3,392339	2,935323	1	3,043999	4,9457	4,901321	1	5,097748	3,316286
7	3,292076	3,419324	3,194167	1	1	3,292076	3,020739	2,710006	3,392339	2,935323	1	4,785353	3,221636	3,198693	3,244814	3,292076	3,316286
8	3,292076	3,419324	3,194167	1	1	3,292076	3,020739	1	3,392339	4,677106	1	3,043999	3,221636	3,198693	3,244814	5,097748	3,316286
9	3,292076	5,477928	3,194167	2,817057	1	3,292076	3,020739	2,710006	3,392339	4,677106	1	4,785353	3,221636	3,198693	4,992865	3,292076	5,157013
10	3,292076	3,419324	1	1	1	3,292076	3,020739	1	3,392339	2,935323	1	3,043999	4,9457	3,198693	3,244814	3,292076	3,316286
11	3,292076	3,419324	5,219954	1	1	3,292076	3,020739	1	3,392339	2,935323	1	3,043999	3,221636	3,198693	3,244814	3,292076	3,316286
12	3,292076	3,419324	3,194167	1	1	3,292076	3,020739	1	3,392339	2,935323	2,847346	3,043999	3,221636	3,198693	3,244814	3,292076	3,316286
13	3,292076	3,419324	3,194167	2,817057	1	3,292076	3,020739	1	3,392339	2,935323	1	3,043999	3,221636	3,198693	3,244814	3,292076	3,316286
14	3,292076	3,419324	3,194167	1	1	3,292076	3,020739	1	3,392339	2,935323	1	3,043999	3,221636	3,198693	3,244814	3,292076	3,316286
15	3,292076	3,419324	3,194167	1	1	3,292076	1	2,710006	3,392339	1	1	3,043999	3,221636	3,198693	3,244814	3,292076	3,316286
16	3,292076	3,419324	3,194167	1	1	3,292076	3,020739	1	3,392339	2,935323	1	3,043999	4,9457	3,198693	4,992865	3,292076	3,316286
17	3,292076	3,419324	3,194167	2,817057	1	3,292076	3,020739	1	5,379239	2,935323	1	3,043999	3,221636	3,198693	3,244814	3,292076	3,316286
18	3,292076	3,419324	3,194167	1	1	3,292076	3,020739	1	3,392339	2,935323	1	3,043999	3,221636	4,901321	3,244814	3,292076	3,316286
19	3,292076	5,477928	3,194167	1	2,847346	3,292076	3,020739	1	3,392339	4,677106	1	3,043999	3,221636	3,198693	4,992865	3,292076	3,316286
20	3,292076	3,419324	3,194167	1	1	3,292076	3,020739	1	3,392339	2,935323	1	3,043999	3,221636	3,198693	3,244814	5,097748	3,316286
21	3,292076	3,419324	3,194167	1	1	3,292076	4,734891	1	3,392339	2,935323	1	3,043999	3,221636	4,901321	3,244814	3,292076	3,316286
22	5,097748	5,477928	3,194167	1	1	3,292076	3,020739	1	3,392339	2,935323	1	3,043999	3,221636	4,901321	3,244814	3,292076	3,316286
23	1	3,419324	3,194167	1	1	5,097748	3,020739	1	3,392339	1	1	3,043999	4,9457	1	3,244814	3,292076	5,157013
24	3,292076	3,419324	3,194167	1	1	3,292076	3,020739	2,710006	3,392339	2,935323	1	3,043999	3,221636	3,198693	3,244814	3,292076	3,316286
25	3,292076	3,419324	3,194167	1	1	3,292076	1	1	3,392339	2,935323	1	1	3,221636	3,198693	3,244814	3,292076	3,316286
26	3,292076	3,419324	3,194167	1	1	3,292076	3,020739	1	3,392339	2,935323	1	3,043999	3,221636	4,901321	3,244814	3,292076	3,316286
27	3,292076	3,419324	3,194167	1	1	5,097748	3,020739	1	5,379239	2,935323	2,847346	3,043999	3,221636	3,198693	3,244814	3,292076	5,157013
28	5,097748	3,419324	3,194167	2,817057	1	5,097748	3,020739	2,710006	3,392339	2,935323	1	3,043999	4,9457	3,198693	3,244814	5,097748	3,316286
29	3,292076	3,419324	5,219954	2,817057	1	3,292076	4,734891	1	3,392339	2,935323	1	4,785353	3,221636	4,901321	4,992865	3,292076	3,316286
30	3,292076	3,419324	3,194167	2,817057	2,847346	3,292076	3,020739	1	3,392339	2,935323	1	3,043999	3,221636	3,198693	3,244814	3,292076	3,316286
31	3,292076	3,419324	3,194167	1	1	3,292076	4,734891	1	5,379239	2,935323	1	4,785353	3,221636	3,198693	3,244814	3,292076	5,157013
32	3,292076	5,477928	3,194167	1	1	3,292076	3,020739	2,710006	3,392339	2,935323	1	3,043999	4,9457	4,901321	3,244814	3,292076	3,316286
33	5,097748	3,419324	3,194167	2,817057	2,847346	5,097748	3,020739	1	5,379239	4,677106	1	3,043999	3,221636	3,198693	4,992865	3,292076	5,157013

34	3,292076	1	3,194167	1	1	3,292076	3,020739	1	3,392339	2,935323	2,847346	3,043999	3,221636	3,198693	3,244814	3,292076	3,316286
35	3,292076	3,419324	3,194167	1	2,847346	5,097748	3,020739	2,710006	3,392339	2,935323	1	4,785353	3,221636	3,198693	3,244814	5,097748	5,157013
36	5,097748	3,419324	3,194167	1	1	3,292076	3,020739	1	3,392339	2,935323	1	3,043999	4,9457	3,198693	3,244814	3,292076	3,316286
37	3,292076	3,419324	3,194167	1	2,847346	5,097748	3,020739	1	3,392339	4,677106	2,847346	3,043999	3,221636	3,198693	3,244814	5,097748	5,157013
38	5,097748	3,419324	3,194167	1	1	3,292076	3,020739	2,710006	3,392339	2,935323	1	4,785353	3,221636	3,198693	4,992865	3,292076	3,316286
39	3,292076	3,419324	3,194167	1	2,847346	3,292076	4,734891	1	3,392339	2,935323	2,847346	3,043999	1	4,901321	3,244814	3,292076	3,316286
40	3,292076	3,419324	3,194167	1	1	3,292076	3,020739	1	3,392339	4,677106	1	3,043999	3,221636	3,198693	3,244814	3,292076	3,316286
41	3,292076	3,419324	3,194167	1	2,847346	3,292076	3,020739	2,710006	5,379239	2,935323	2,847346	3,043999	4,9457	3,198693	4,992865	5,097748	3,316286
42	5,097748	3,419324	5,219954	1	1	5,097748	4,734891	2,710006	3,392339	4,677106	1	1	4,9457	3,198693	4,992865	3,292076	5,157013
43	3,292076	3,419324	3,194167	1	1	3,292076	3,020739	1	3,392339	2,935323	1	3,043999	3,221636	3,198693	3,244814	3,292076	3,316286
44	3,292076	3,419324	3,194167	1	1	3,292076	3,020739	1	3,392339	2,935323	1	3,043999	3,221636	3,198693	3,244814	3,292076	3,316286
45	5,097748	3,419324	3,194167	1	1	3,292076	3,020739	1	3,392339	2,935323	1	3,043999	3,221636	3,198693	3,244814	3,292076	3,316286
46	3,292076	3,419324	3,194167	1	1	3,292076	3,020739	1	3,392339	1	1	3,043999	3,221636	3,198693	3,244814	3,292076	3,316286
47	3,292076	3,419324	3,194167	1	1	3,292076	3,020739	1	3,392339	2,935323	1	3,043999	3,221636	3,198693	3,244814	3,292076	3,316286
48	3,292076	3,419324	3,194167	1	1	3,292076	3,020739	1	3,392339	2,935323	1	3,043999	3,221636	3,198693	3,244814	3,292076	3,316286
49	3,292076	3,419324	1	1	1	5,097748	3,020739	1	3,392339	2,935323	1	3,043999	3,221636	4,901321	3,244814	3,292076	3,316286
50	3,292076	3,419324	3,194167	1	1	3,292076	4,734891	1	3,392339	2,935323	2,847346	3,043999	3,221636	4,901321	4,992865	1	3,316286
51	3,292076	3,419324	3,194167	1	1	3,292076	3,020739	1	3,392339	2,935323	1	3,043999	3,221636	3,198693	3,244814	3,292076	3,316286
52	3,292076	3,419324	3,194167	1	1	3,292076	4,734891	1	3,392339	4,677106	1	3,043999	3,221636	3,198693	3,244814	3,292076	3,316286
53	3,292076	3,419324	3,194167	1	1	3,292076	3,020739	1	3,392339	2,935323	1	4,785353	3,221636	3,198693	3,244814	3,292076	3,316286
54	5,097748	3,419324	3,194167	1	1	3,292076	3,020739	1	3,392339	2,935323	1	3,043999	3,221636	3,198693	3,244814	3,292076	3,316286
55	3,292076	3,419324	3,194167	1	1	3,292076	4,734891	1	3,392339	2,935323	1	3,043999	4,9457	3,198693	3,244814	3,292076	3,316286
56	3,292076	3,419324	3,194167	1	1	3,292076	3,020739	2,710006	3,392339	2,935323	1	4,785353	4,9457	3,198693	3,244814	3,292076	3,316286
57	3,292076	3,419324	3,194167	1	1	3,292076	3,020739	1	3,392339	4,677106	1	3,043999	3,221636	3,198693	3,244814	3,292076	3,316286
58	3,292076	3,419324	3,194167	1	1	3,292076	3,020739	2,710006	3,392339	2,935323	1	3,043999	3,221636	3,198693	3,244814	3,292076	3,316286
59	3,292076	3,419324	3,194167	1	1	3,292076	3,020739	1	3,392339	2,935323	1	3,043999	3,221636	4,901321	3,244814	3,292076	3,316286
60	3,292076	3,419324	3,194167	1	1	1	3,020739	1	1	2,935323	2,847346	3,043999	3,221636	3,198693	4,992865	3,292076	3,316286
61	3,292076	3,419324	3,194167	2,817057	1	5,097748	3,020739	2,710006	3,392339	2,935323	1	3,043999	4,9457	3,198693	3,244814	5,097748	3,316286
62	3,292076	3,419324	5,219954	2,817057	2,847346	3,292076	4,734891	2,710006	3,392339	2,935323	2,847346	4,785353	3,221636	4,901321	4,992865	3,292076	3,316286
63	3,292076	3,419324	3,194167	2,817057	2,847346	3,292076	3,020739	1	3,392339	2,935323	1	3,043999	3,221636	3,198693	3,244814	3,292076	3,316286
64	3,292076	3,419324	3,194167	1	1	3,292076	3,020739	2,710006	3,392339	2,935323	1	3,043999	3,221636	3,198693	3,244814	3,292076	3,316286
65	3,292076	3,419324	3,194167	1	1	3,292076	3,020739	1	3,392339	2,935323	1	3,043999	3,221636	3,198693	3,244814	3,292076	3,316286

LAMPIRAN 3. HASIL DISTRIBUSI FREKUENSI

FREQUENCIES VARIABLES=X.1.1 X.1.2 X.1.3 X.1.4 X.2.1 X.2.2 X.2.3 X.2.4 X.2.5 X.3.1 X.3.2 X.3.3 X.3.4 Y.1 Y.2 Y.3 Y.4

/ORDER=ANALYSIS.

X.1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	1	1.5	1.5	1.5
	4	55	84.6	84.6	86.2
	5	9	13.8	13.8	100.0
	Total	65	100.0	100.0	

X.1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	1	1.5	1.5	1.5
	4	60	92.3	92.3	93.8
	5	4	6.2	6.2	100.0
	Total	65	100.0	100.0	

X.1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	2	3.1	3.1	3.1
	4	58	89.2	89.2	92.3
	5	5	7.7	7.7	100.0
	Total	65	100.0	100.0	

X.1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	55	84.6	84.6	84.6
	5	10	15.4	15.4	100.0
	Total	65	100.0	100.0	

X.2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	56	86.2	86.2	86.2
	5	9	13.8	13.8	100.0
	Total	65	100.0	100.0	

X.2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	1	1.5	1.5	1.5
	4	55	84.6	84.6	86.2
	5	9	13.8	13.8	100.0
	Total	65	100.0	100.0	

X.2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	2	3.1	3.1	3.1
	4	51	78.5	78.5	81.5
	5	12	18.5	18.5	100.0
	Total	65	100.0	100.0	

X.2.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	50	76.9	76.9	76.9
	5	15	23.1	23.1	100.0
	Total	65	100.0	100.0	

X.2.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	1	1.5	1.5	1.5
	4	59	90.8	90.8	92.3
	5	5	7.7	7.7	100.0
	Total	65	100.0	100.0	

X.3.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	3	4.6	4.6	4.6
	4	53	81.5	81.5	86.2
	5	9	13.8	13.8	100.0
	Total	65	100.0	100.0	

X.3.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	55	84.6	84.6	84.6
	5	10	15.4	15.4	100.0
	Total	65	100.0	100.0	

X.3.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	2	3.1	3.1	3.1
4	53	81.5	81.5	84.6
5	10	15.4	15.4	100.0
Total	65	100.0	100.0	

X.3.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	1	1.5	1.5	1.5
4	51	78.5	78.5	80.0
5	13	20.0	20.0	100.0
Total	65	100.0	100.0	

Y.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	1	1.5	1.5	1.5
4	50	76.9	76.9	78.5
5	14	21.5	21.5	100.0
Total	65	100.0	100.0	

Y.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	2	3.1	3.1	3.1
4	52	80.0	80.0	83.1
5	11	16.9	16.9	100.0
Total	65	100.0	100.0	

Y.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	1	1.5	1.5	1.5
4	54	83.1	83.1	84.6
5	10	15.4	15.4	100.0
Total	65	100.0	100.0	

Y.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	1	1.5	1.5	1.5
4	55	84.6	84.6	86.2
5	9	13.8	13.8	100.0
Total	65	100.0	100.0	

LAMPIRAN 4. HASIL UJI VALIDITAS

Correlations

		X.1.1	X.1.2	X.1.3	X.1.4	XT.1
X.1.1	Pearson Correlation	1	.116	.140	.147	.596**
	Sig. (2-tailed)		.355	.266	.242	.000
	N	65	65	65	65	65
X.1.2	Pearson Correlation	.116	1	.057	.198	.478**
	Sig. (2-tailed)	.355		.650	.115	.000
	N	65	65	65	65	65
X.1.3	Pearson Correlation	.140	.057	1	.415**	.632**
	Sig. (2-tailed)	.266	.650		.001	.000
	N	65	65	65	65	65
X.1.4	Pearson Correlation	.147	.198	.415**	1	.732**
	Sig. (2-tailed)	.242	.115	.001		.000
	N	65	65	65	65	65
XT.1	Pearson Correlation	.596**	.478**	.632**	.732**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	65	65	65	65	65

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

Correlations

		X.2.1	X.2.2	X.2.3	X.2.4	X.2.5	XT.2
X.2.1	Pearson Correlation	1	.244	.342**	.501**	.276*	.699**
	Sig. (2-tailed)		.050	.005	.000	.026	.000
	N	65	65	65	65	65	65
X.2.2	Pearson Correlation	.244	1	.058	.239	.361**	.623**
	Sig. (2-tailed)	.050		.644	.056	.003	.000
	N	65	65	65	65	65	65
X.2.3	Pearson Correlation	.342**	.058	1	.172	.121	.516**
	Sig. (2-tailed)	.005	.644		.170	.336	.000
	N	65	65	65	65	65	65
X.2.4	Pearson Correlation	.501**	.239	.172	1	.118	.636**
	Sig. (2-tailed)	.000	.056	.170		.349	.000
	N	65	65	65	65	65	65
X.2.5	Pearson Correlation	.276*	.361**	.121	.118	1	.564**
	Sig. (2-tailed)	.026	.003	.336	.349		.000
	N	65	65	65	65	65	65
XT.2	Pearson Correlation	.699**	.623**	.516**	.636**	.564**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	65	65	65	65	65	65

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

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

Correlations

		X.3.1	X.3.2	X.3.3	X.3.4	XT.3
X.3.1	Pearson Correlation	1	.225	-.069	.071	.488**
	Sig. (2-tailed)		.072	.585	.574	.000
	N	65	65	65	65	65
X.3.2	Pearson Correlation	.225	1	.178	.230	.749**
	Sig. (2-tailed)	.072		.156	.065	.000
	N	65	65	65	65	65
X.3.3	Pearson Correlation	-.069	.178	1	-.016	.428**
	Sig. (2-tailed)	.585	.156		.898	.000
	N	65	65	65	65	65
X.3.4	Pearson Correlation	.071	.230	-.016	1	.483**
	Sig. (2-tailed)	.574	.065	.898		.000
	N	65	65	65	65	65
XT.3	Pearson Correlation	.488**	.749**	.428**	.483**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	65	65	65	65	65

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

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	YT
Y.1	Pearson Correlation	1	-.050	.090	-.202	.494**
	Sig. (2-tailed)		.691	.478	.107	.000
	N	65	65	65	65	65
Y.2	Pearson Correlation	-.050	1	-.280*	.170	.423**
	Sig. (2-tailed)	.691		.024	.176	.000
	N	65	65	65	65	65
Y.3	Pearson Correlation	.090	-.280*	1	.095	.432**
	Sig. (2-tailed)	.478	.024		.451	.000
	N	65	65	65	65	65
Y.4	Pearson Correlation	-.202	.170	.095	1	.514**
	Sig. (2-tailed)	.107	.176	.451		.000
	N	65	65	65	65	65
YT	Pearson Correlation	.494**	.423**	.432**	.514**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	65	65	65	65	65

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

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

LAMPIRAN 5. HASIL UJI RELIABILITAS

```
RELIABILITY
/VARIABLES=X.1.1 X.1.2 X.1.3 X.1.4
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL

/MODEL=ALPHA.
```

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	65	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	65	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.681	4

```
RELIABILITY
/VARIABLES=X.2.1 X.2.2 X.2.3 X.2.4 X.2.5
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL

/MODEL=ALPHA.
```

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	65	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	65	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.739	5

```
RELIABILITY
/VARIABLES=X.3.1 X.3.2 X.3.3 X.3.4
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL

/MODEL=ALPHA.
```

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	65	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	65	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.652	4

```
RELIABILITY
/VARIABLES=Y.1 Y.2 Y.3 Y.4
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL

/MODEL=ALPHA.
```

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	65	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	65	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.626	4

LAMPIRAN 6. HASIL UJI NORMALITAS DATA

NPAR TESTS

/K-S (NORMAL)=X.1 X.2 X.3 Y

/MISSING ANALYSIS.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Lokasi	Kualitas layanan	Harga	Kepuasan pelanggan di Battlenet Jember
N		65	65	65	65
Normal Parameters ^a	Mean	2.9101	2.6114	2.8044	3.5254
	Std. Deviation	.40577	.42104	.38329	.33402
Most Extreme Differences	Absolute	.152	.132	.139	.145
	Positive	.152	.132	.139	.145
	Negative	-.126	-.114	-.118	-.120
Kolmogorov-Smirnov Z		1.134	1.070	1.092	1.106
Asymp. Sig. (2-tailed)		.264	.335	.304	.297

a. Test distribution is Normal.

LAMPIRAN 7. HASIL ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA

DESCRIPTIVES VARIABLES=X.1 X.2 X.3 Y

/STATISTICS=MEAN STDDEV MIN MAX.

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Lokasi	65	2.12	4.25	2.9101	.40577
Kualitas layanan	65	1.40	4.20	2.6114	.42104
Harga	65	2.04	4.50	2.8044	.38329
Kepuasan pelanggan di Battlenet Jember	65	3.17	4.50	3.5254	.33402
Valid N (listwise)	65				

REGRESSION

/DESCRIPTIVES MEAN STDDEV CORR SIG N
 /MISSING LISTWISE
 /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA COLLIN TOL
 /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
 /NOORIGIN
 /DEPENDENT Y
 /METHOD=ENTER X.1 X.2 X.3
 /SCATTERPLOT=(*SRESID ,*ZPRED)

 /RESIDUALS NORM(ZRESID) .

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Kepuasan pelanggan di Battlenet Jember	3.5254	.33402	65
Lokasi	2.9101	.40577	65
Kualitas layanan	2.6114	.42104	65
Harga	2.8044	.38329	65

Correlations

		Kepuasan pelanggan di Battlenet Jember	Lokasi	Kualitas layanan	Harga
Pearson Correlation	Kepuasan pelanggan di Battlenet Jember	1.000	.527	.659	.599
	Lokasi	.527	1.000	.447	.375
	Kualitas layanan	.659	.447	1.000	.584
	Harga	.599	.375	.584	1.000
Sig. (1-tailed)	Kepuasan pelanggan di Battlenet Jember		.000	.000	.000
	Lokasi	.000		.000	.001
	Kualitas layanan	.000	.000		.000
	Harga	.000	.001	.000	
N	Kepuasan pelanggan di Battlenet Jember	65	65	65	65
	Lokasi	65	65	65	65
	Kualitas layanan	65	65	65	65
	Harga	65	65	65	65

Variables Entered/Removed^b

Mode	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Harga, Lokasi, Kualitas layanan ^a		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Kepuasan pelanggan di Battlenet Jember

Model Summary^b

Mode	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.743 ^a	.553	.531	.22882

a. Predictors: (Constant), Harga, Lokasi, Kualitas layanan

b. Dependent Variable: Kepuasan pelanggan di Battlenet Jember

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3.946	3	1.315	25.123	.000 ^a
	Residual	3.194	61	.052		
	Total	7.140	64			

a. Predictors: (Constant), Harga, Lokasi, Kualitas layanan

b. Dependent Variable: Kepuasan pelanggan di Battlenet Jember

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.444	.253		5.707	.000		
	Lokasi	.206	.080	.250	2.579	.012	.780	1.281
	Kualitas layanan	.303	.088	.382	3.449	.001	.599	1.670
	Harga	.247	.093	.283	2.650	.010	.643	1.555

a. Dependent Variable: Kepuasan pelanggan di Battlenet Jember

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions			
				(Constant)	Lokasi	Kualitas layanan	Harga
1	1	3.968	1.000	.00	.00	.00	.00
	2	.014	16.916	.17	.30	.49	.07
	3	.011	19.311	.29	.52	.20	.26
	4	.007	23.094	.54	.19	.31	.67

a. Dependent Variable: Kepuasan pelanggan di Battlenet Jember

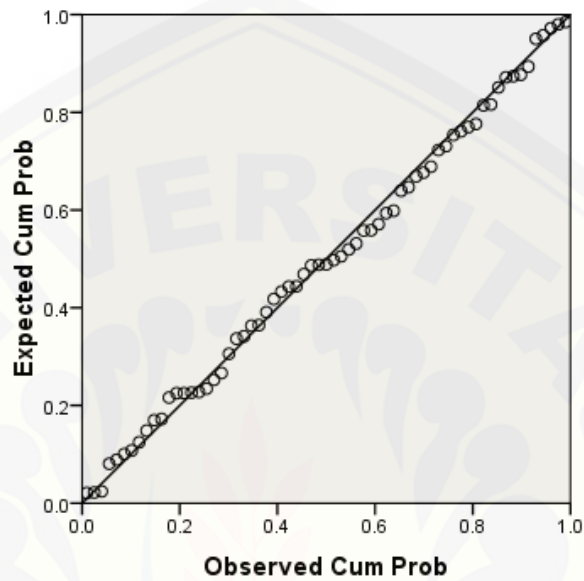
Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	3.0947	4.7003	3.5254	.24832	65
Std. Predicted Value	-1.735	4.731	.000	1.000	65
Standard Error of Predicted Value	.035	.142	.053	.020	65
Adjusted Predicted Value	2.9842	4.8257	3.5220	.25954	65
Residual	-.39730	.52671	.00000	.22340	65
Std. Residual	-1.736	2.302	.000	.976	65
Stud. Residual	-1.812	2.683	.007	1.022	65
Deleted Residual	-.43252	.71576	.00340	.24592	65
Stud. Deleted Residual	-1.847	2.834	.012	1.035	65
Mahal. Distance	.556	23.664	2.954	3.694	65
Cook's Distance	.000	.646	.027	.084	65
Centered Leverage Value	.009	.370	.046	.058	65

a. Dependent Variable: Kepuasan pelanggan di Battlenet Jember

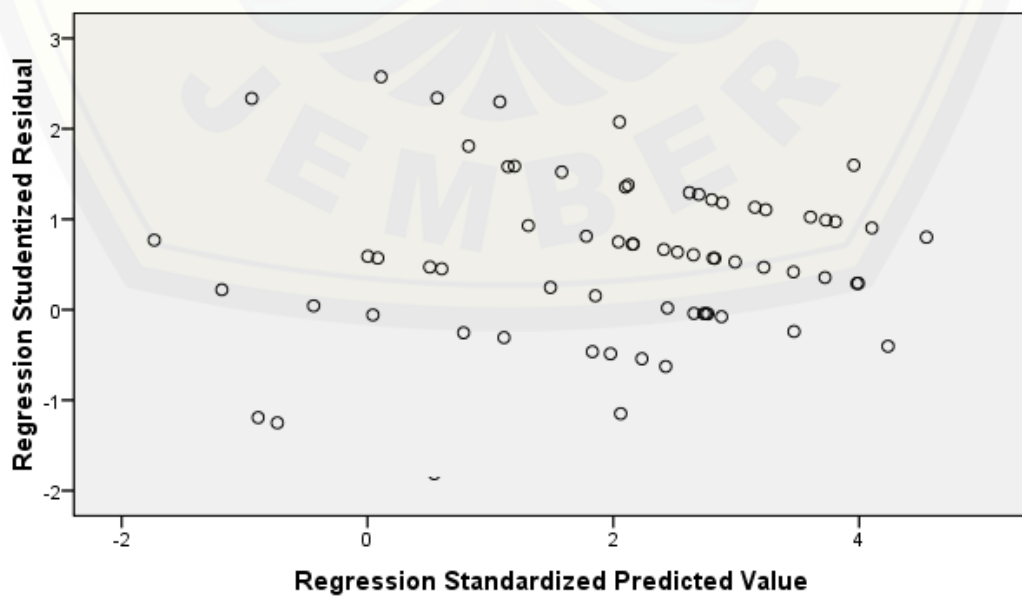
Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Kepuasan pelanggan di Battlenet Jember



Scatterplot

Dependent Variable: Kepuasan pelanggan di Battlenet Jember



LAMPIRAN 8. TABEL t

Titik Persentase Distribusi t (df = 41 – 80)

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526

LAMPIRAN 9. TABEL F

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilitas = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04	2.00	1.97	1.94	1.91	1.89
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04	2.00	1.96	1.93	1.91	1.88
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.92	1.89	1.87
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98	1.94	1.91	1.89	1.86
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.85
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96	1.92	1.89	1.87	1.84
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00	1.96	1.92	1.89	1.86	1.84
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95	1.91	1.88	1.86	1.83
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.86	1.84	1.81
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.86	1.83	1.81
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.85	1.83	1.80
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.83	1.80
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.80
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.79
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.82	1.79
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.78
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.83	1.81	1.78
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.81	1.78
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78