

**HUBUNGAN ANTARA PERSEPSI TERHADAP IKLAN  
PRODUK *SMARTPHONE* DENGAN KEPUASAN  
KONSUMEN PENGGUNA *SMARTPHONE***



**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

**Disusun Oleh:**

**Rengganis Puspitorini**

**NIM. 11710012**

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA**

**2015**

## PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rengganis Puspitorini

NIM : 11710012

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul “Hubungan antara Persepsi terhadap Iklan Produk *Smartphone* dengan Kepuasan Konsumen Pengguna *Smartphone*” merupakan hasil karya peneliti sendiri dan bukan merupakan plagiasi dari hasil karya orang lain. Bila dikemudian hari ditemukan plagiasi, saya siap menerima konsekuensi yang diberikan.

Wasalamu'alaikum Wr Wb

Yogyakarta, 30 September 2015



Rengganis Puspitorini

NIM. 11710012

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Persetujuan Skripsi  
Lampiran : -

Kepada  
Yth. Dekan fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora  
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Di Yogyakarta

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Saya membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Rengganis Puspitorini

NIM : 11710012

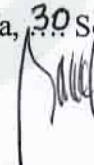
Program Studi : Psikologi

Judul Skripsi : Hubungan Antara Persepsi terhadap Iklan Produk *Smartphone* dengan Kepuasan Konsumen Pengguna *Smartphone*

Telah dapat diajukan kepada fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Program Studi Psikologi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Program Studi Psikologi. Maka dengan ini kami berharap agar saudara tersebut dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqasyah. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Yogyakarta, 30 September 2015



Benny Herlena S.Psi., M.Si.  
NIP. 19751124 200604 1 002



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. (0274) 519571 Yogyakarta 55281

## PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : UIN.02/DSH/PP.00.9/0406/2015

Tugas Akhir dengan judul : HUBUNGAN ANTARA PERSEPSI TERHADAP IKLAN PRODUK SMARTPHONE  
DENGAN KEPUASAN KONSUMEN PENGGUNA SMARTPHONE

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : RENGGANIS PUSPITORINI  
Nomor Induk Mahasiswa : 11710012  
Telah diujikan pada : Rabu, 30 September 2015  
Nilai ujian Tugas Akhir : B-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

### TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang

Benny Herlena, S.Psi. M.Si.  
NIP. 19751124 200604 1 002

Penguji I

Mayreyna Nurwardani, S.Psi., M.Psi.  
NIP. 19810505 200901 2 011

Penguji II

Sara Palila, S.Psi., M.A., Psi  
NIP. 19811014 200901 2 004

Yogyakarta, 30 September 2015  
Sunan Kalijaga  
Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora  
KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA  
  
H. Kamsi, M.A.  
NIP. 19570207 198703 1 003

## MOTTO

*Janganlah bangga karena merasa tidak pernah gagal, tapi bangkit  
kembali setiap terjatuh*

*Aku memang punya rencana yang indah, tapi rencana Mu lebih indah*

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

*Karya sederhana ini kupersembahkan untuk kedua orangtuaku, bapakku (Sukaryono) dan ibuku (Harini), terimakasih sudah sabar membimbing dan mendidikku dalam segala hal hingga saat ini dan nanti.*

*Adikku Rikat Priyambodo, Lintang Widyaningrum dan Shandy Mukti Raharjo.*

*Selanjutnya untuk prodi Psikologi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta tercinta, serta semua orang yang membaca karya ini.*

## KATA PENGANTAR

*Alhamdulillah* rabbi' alamin, rasa syukur penulis haturkan atas limpahan rahmat dan nikmat yang tiada henti sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Tak lupa pula penulis haturkan shalawat serta salam kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW dan para sahabatnya.

Skripsi ini dapat selesai dengan baik tentunya tidak terlepas dari adanya bantuan, bimbingan, dukungan dan partisipasi dari banyak pihak. Oleh karena itu izinkanlah penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. H. Kamsi, M.A selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Benny Herlena S.Psi., M.Si. selaku Kepala Program Studi Psikologi, dosen pembimbing skripsi yang senantiasa meluangkan waktunya dan dengan sabar membimbing penulis dalam menyusun skripsi ini. Terima kasih penulis sampaikan sekali lagi atas segala kemudahan, motivasi, dukungan dan saran-saran baiknya. Semoga Allah memberikan balasan kebaikan dengan keberkahan yang berlimpah untuk Bapak dan keluarga. *Aamiin*.
3. Ibu Mayreyna Nurwardani, S.Psi, M.Psi. dan Ibu Sara Palila, S.Psi., M.A., Psi. selaku penguji skripsi yang telah memeriksa dan memberi saran yang sangat membantu dalam skripsi ini.
4. Ibu Sara Palila, S.Psi., M.A., Psi. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang sudah memberikan arahan dan bimbingan selama proses perkuliahan.

5. Seluruh Dosen Program Studi Psikologi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah mengajar dan memberikan saya ilmu pengetahuan. Semoga apa yang telah bapak dan ibu ajarkan dapat bermanfaat bagi penulis, dan dapat penulis aplikasikan dengan baik, serta dapat penulis bagikan sehingga bermanfaat bagi orang lain.
6. Kedua orangtua dan keluarga yang tercinta. Bapak Sukaryono dan Ibu Harini terimakasih atas segala dukungan semangat, motivasi dan do'a serta kepercayaan yang selalu diberikan kepada penulis. Terimakasih juga untuk ketiga adek penulis, dek Rikat, dek Lintang dek Shandy yang senantiasa memberikan dukungan kepada penulis.
7. Seluruh responden yang telah membantu dalam penelitian ini.
8. Sahabat- sahabatku Tyas, Putri, Adi, Lutfi, Rona, Septi, Nurin, Alvin, Kelik, Adnan yang telah memberi semangat, saling berbagi dan saling mengingatkan dalam hal kebaikan. Semoga persahabatan kita tetap terjaga dan diberi kesempatan untuk tetap bertemu, sukses buat kedepannya.
9. Teman-teman KKN Dusun Pranan, Desi, Hanifah, Abduh, Rian, khususnya buat kak Monik dan Ikhsan, makasih buat kebawelannya, makasih transferan semangatnya, makasi canda tawa dan kebersamaannya. Makasi kak Mon dan Ikhsan yang uda bantuan wira wiri kesana kemari, sukses buat kedepannya.
10. Untuk segenap mahasiswa Psikologi, khususnya teman- teman seperjuangan Psikologi A 2011 terimakasih sudah saling berbagi, menemani dan mendukung saya selama masa-masa kuliah.



11. Semua pihak-pihak yang terlibat dalam pengerjaan skripsi ini yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, saya ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya.

Semoga segala kebaikan yang diberikan dari berbagai pihak senantiasa mendapatkan balasan dari Allah SWT. Penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan dalam penelitian skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca maupun penulis lainnya yang akan melakukan penelitian.

Yogyakarta, 30 September 2015

Penulis

Rengganis Puspitorini

NIM.11710012

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN.....	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	
HALAMAN MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
<b>BAB I. PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	10
E. Keaslian Penelitian.....	11
<b>BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>19</b>
A. Kepuasan Konsumen.....	19
1. Pengertian Kepuasan Konsumen.....	19

2.	Dimensi Kepuasan Konsumen .....	20
3.	Aspek Kepuasan Konsumen .....	21
4.	Faktor- Faktor Kepuasan Konsumen .....	23
B.	Persepsi Terhadap Iklan .....	25
1.	Pengertian Persepsi .....	25
2.	Aspek-Aspek Persepsi.....	27
3.	Pengertian Iklan .....	27
4.	Elemen- Elemen Iklan.....	28
5.	Pengertian Persepsi Terhadap Iklan .....	29
C.	Hubungan antara Persepsi Terhadap Iklan dengan Kepuasan Konsumen ..	30
D.	Hipotesis Penelitian.....	38
<b>BAB III.</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>39</b>
A.	Identifikasi Variabel Penelitian.....	39
B.	Devinisi Operasional Variabel Penelitian .....	39
1.	Kepuasan Konsumen.....	39
2.	Persepsi Terhadap Iklan .....	39
C.	Populasi dan Sampel Penelitian .....	40
1.	Populasi Penelitian .....	40
2.	Sampel Penelitian.....	40
D.	Metode Pengumpulan Data .....	41
E.	Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur .....	44
1.	Validitas .....	44

2. Seleksi Item.....	45
3. Reliabilitas .....	45
F. Metode Analisis Data.....	46
1. Uji Asumsi .....	46
2. Uji Hipotesis .....	46
<b>BAB IV. HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>48</b>
A. Orientasi Kanchah.....	48
B. Persiapan Penelitian .....	49
1. Pelaksanaan Uji Coba ( <i>try out</i> ).....	49
2. Hasil Analisis data ( <i>try out</i> ) .....	50
C. Pelaksanaan Penelitian.....	58
D. Analisis Data.....	59
1. Uji Normalitas.....	59
2. Uji Linieritas .....	60
3. Kategorisasi Kondisi Subjek Pada Masing- Masing Skala.....	61
4. Uji Hipotesis .....	64
E. Pembahasan.....	65
<b>BAB V. PENUTUP.....</b>	<b>71</b>
A. Kesimpulan .....	71
B. Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA .....	72
LAMPIRAN- LAMPIRAN.....	77

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. <i>Blue Print</i> Kepuasan Konsumen.....	43
Tabel 2. <i>Blue Print</i> Persepsi terhadap Iklan.....	44
Tabel 3. Sebaran aitem valid dan gugur skala kepuasan.....	51
Tabel 4. Sebaran aitem yang digunakan skala kepuasan .....	52
Tabel 5. Sebaran skala kepuasan dengan penomoran baru diberi tanda () .....	53
Tabel 6. Sebaran aitem valid dan gugur skala persepsi terhadap iklan.....	54
Tabel 7. Sebaran aitem yang digunakan skala persepsi terhadap iklan .....	55
Tabel 8. Sebaran skala persepsi terhadap iklan dengan penomoran baru diberi tanda () .....	56
Tabel 9. Reliabilitas skala kepuasan dan skala persepsi terhadap iklan .....	58
Tabel 10. Hasil Uji Normalitas Data Penelitian.....	59
Tabel 11. Hasil Uji Linieritas Data Penelitian .....	60
Tabel 12. Deskripsi Statistik Nilai Kepuasan dan Persepsi terhadap Iklan .....	61
Tabel 13. Rumus Deskripsi Statistik Nilai.....	61
Tabel 14. Katagorisasi Kepuasan.....	62
Tabel 15. Katagorisasi Persepsi terhadap Iklan .....	64
Tabel 16. Hasil Uji Hipotesis .....	65

## DAFTAR LAMPIRAN

### Lampiran A

Skala <i>Try Out</i> Kepuasan.....	78
Skor Jawaban Subjek <i>Try Out</i> Skala Kepuasan .....	86
Uji Validitas Dan Reliabilitas Skala <i>Try Out</i> Kepuasan Tahap1 .....	100
Uji Validitas Dan Reliabilitas Skala <i>Try Out</i> Kepuasan Tahap 2 .....	108
Skala <i>Try Out</i> Persepsi terhadap Iklan .....	113
Skor Jawaban Subjek <i>Try Out</i> Skala Persepsi terhadap Iklan.....	120
Uji Validitas Dan Reliabilitas Skala <i>Try Out</i> Persepsi terhadap Iklan Tahap 1.....	129
Uji Validitas Dan Reliabilitas Skala <i>Try Out</i> Persepsi terhadap Iklan Tahap 2.....	134

### Lampiran B

Skala A (Kepuasan) dan Skala B (Persepsi terhadap Iklan) .....	138
Jawaban Subjek Skala Kepuasan .....	146
Jawaban Subjek Skala Persepsi terhadap Iklan.....	162
Uji Normalitas .....	166
Uji Linieritas .....	167
Uji Hipotesis .....	169

# **HUBUNGAN ANTARA PERSEPSI TERHADAP IKLAN PRODUK SMARTPHONE DENGAN KEPUASAN KONSUMEN PENGGUNA SMARTPHONE**

Rengganis Puspitorini  
Benny Herlena

## **INTISARI**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan persepsi terhadap iklan dengan kepuasan konsumen pengguna *smartphone*. Hipotesis dalam penelitian ini adalah ada hubungan positif antara persepsi terhadap iklan produk *smartphone* dengan kepuasan konsumen pengguna *smartphone*. Subjek dalam penelitian ini adalah 138 mahasiswa laki-laki maupun perempuan pengguna *smartphone*.

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini dengan menggunakan teknik *insidental sampling*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Alat pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala kepuasan dan skala persepsi terhadap iklan yang dibuat sendiri oleh peneliti. Analisis data dengan menggunakan teknik korelasi dari *Product Moment* dengan program *SPSS 16.00 for Windows*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tidak ada hubungan antara persepsi terhadap iklan dengan kepuasan pada pengguna *smartphone*. Hal ini ditunjukkan dengan koefisien korelasi ( $r$ ) sebesar  $-0,071$  dan  $p = 0,203$  ( $p > 0,05$ ). Artinya hipotesis dalam penelitian ini yaitu ada hubungan positif antara persepsi terhadap iklan produk *smartphone* dengan kepuasan konsumen pengguna *smartphone*, ditolak.

Kata kunci: kepuasan, persepsi, iklan

**RELATIONSHIP BETWEEN PERCEPTION OF PRODUCT  
ADVERTISEMENT TO SMARTPHONE CUSTOMER SATISFACTION**

Rengganis Puspitorini  
Benny Herlena

**ABSTRACT**

*This study aims to determine the relationship between perceptions of advertisement with smartphone customer satisfaction. Hypothesis of the study is there is positive relationship between the perceptions of smartphone product advertisement with smartphone users satisfaction. Subjects in this study are 138 male and female undergraduate student smartphone users.*

*The study use incidental sampling technique. This research uses quantitative methods. Data collection tool used in this study is the satisfaction scale and the scale of perception of the ads created by researcher. Data analysis using correlation techniques of Product Moment with SPSS 16.00 for Windows*

*The results of this study indicate that there is no positive relationship between perceptions of advertisement with smartphone user satisfaction. This is indicated by the correlation coefficient ( $r$ ) of  $-0.071$  and  $p = 0.203$  ( $p > 0.05$ ). Thus, hypothesis of this research is rejected.*

*Keywords: satisfaction, perception, advertisement*



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi saat ini sangat pesat, ditandai dengan semakin banyaknya industri yang menghasilkan produk barang atau jasa yang semakin banyak ragamnya, tidak terkecuali pada teknologi telepon. Masyarakat lebih memilih telepon tanpa kabel atau lebih sering disebut dengan istilah *handphone* sebagai alat berkomunikasi jarak jauh dibandingkan dengan cara berkirim surat, ataupun dengan menggunakan telegram dan telepon kabel sebagaimana trends pada era 1990an. Istilah *handphone* lebih sering disebut oleh masyarakat, dibandingkan dengan telepon genggam tanpa kabel ([https://id.wikipedia.org/wiki/Telepon\\_genggam](https://id.wikipedia.org/wiki/Telepon_genggam) diunduh pada tanggal 9 Juli 2015).

Telepon genggam saat ini tidak hanya digunakan untuk berkomunikasi sebatas mengirim pesan singkat ataupun bertelepon saja, melainkan digunakan untuk *chatting*, *browsing*, ataupun penggunaan sosial media lainnya seperti *facebook*, *twitter*, *BBM(Black Berry Messenger)* dan masih banyak media sosial lainnya. Masyarakat sekarang lebih mengenal telepon genggam yang memiliki fasilitas tersebut dengan sebutan *smartphone* (<http://www.amazine.co/23760/apa-itu-smartphone-5-perbedaan-smartphone-dengan-ponsel/> diunduh pada tanggal 10 Juni 2015).

*Smartphone* yang digunakanpun semakin beragam. Kondisi tersebut menjadikan perusahaan *handphone* berusaha untuk berlomba-lomba menciptakan produk *smartphone* untuk menarik minat konsumen dengan menciptakan *smartphone* yang dilengkapi fasilitas yang lebih lengkap (<https://www.lintas.me/technology/other/editor/ini-dia-penguasa-jagat-smartphone-di-indonesia> ditulis pada tanggal 20 Juni 2014 dan diunduh pada tanggal 21 Oktober 2014). Fasilitas yang disediakanpun bukan hanya sebatas fasilitas yang dapat menunjang untuk berkomunikasi, melainkan fasilitas lain diantaranya seperti kamera, video, dan aplikasi penunjang lainnya seperti *email*, *chatting*, *browsing*, *facebook*, *twitter*, *BBM(Black Berry Messenger)*, *instagram*, *path* dan masih banyak aplikasi lainnya. Terdapat banyak pilihan *smartphone* yang ditawarkan di pasaran oleh perusahaan *handphone*, hingga saat ini para konsumen memiliki banyak pilihan dengan harga penawaran yang lebih terjangkau dari produk-produk pendatang baru.

Terdapat berbagai pilihan *smartphone* yang ditawarkan di pasaran oleh perusahaan *handphone*, sehingga para konsumen memiliki banyak pilihan dan semakin banyak pula para masyarakat yang menggunakan produk *smartphone* tersebut. Dalam waktu yang sangat singkat, perkembangan pengguna *handphone* sangatlah pesat. Saat ini terdapat sekitar tujuh miliar pengguna di seluruh dunia. Sementara itu, jumlah pengguna layanan *handphone* selama ini tumbuh tujuh persen tiap tahunnya. Bahkan pada kuartal pertama 2014 lalu, penambahan pengguna *handphone* baru mencapai 120 juta dan 65% dari semua perangkat *mobile* yang terjual merupakan perangkat ponsel pintar

(<http://www.tribunnews.com/ipitek/2014/06/04/jumlah-ponsel-yang-beredar-lampau-populasi-penduduk-dunia> ditulis pada tanggal 4 Juni 2014 dan diunduh pada tanggal 18 November 2014).

Selain itu, di Indonesia sudah banyak produk *smartphone* yang ditawarkan kepada para konsumen, baik produk dalam negeri maupun produk luar negeri. Hampir setiap bulan *smartphone* jenis baru muncul di pasar seluler, berbagai cara dilakukan oleh para perusahaan *smartphone* dalam berlomba-lomba pada keunggulan produk. Tiga besar pasar *smartphone* Indonesia dipegang oleh Samsung, Sony, dan Nokia. Dari ketiganya Samsung menguasai pasar dengan *market share* lebih dari 30%. Namun bila berbicara mengenai pangsa pasar *smartphone* kategori premium seperti, Apple, Samsung serta BlackBerry masih merupakan produk yang menguasai pasar *smartphone* berharga mahal di Indonesia, (<https://www.lintas.me/technology/other/editor/ini-dia-penguasa-jagat-smartphone-di-indonesia> ditulis pada tanggal 20 Juni 2014 dan diunduh pada tanggal 21 Oktober 2014).

Banyaknya peminat produk *smartphone* di Indonesia memunculkan persaingan para produsen *smartphone* baik dari Indonesia maupun dari luar negeri (<http://www.ciputraentrepreneurship.com/hasil-riset/perkembangan-pasar-smartphone-di-indonesia> ditulis pada tanggal 20 November 2014 dan diunduh pada tanggal 10 Juni 2015). Hal itu tidak terkecuali produk-produk dari Negara China dengan berbagai merek dan harga yang sangat terjangkau dan memunculkan persaingan bagi para produsen *smartphone*. Banyaknya penawaran produk *smartphone* dari para produsen *smartphone* memunculkan kreatifitas para

produsen untuk menawarkan produk-produk yang dimilikinya untuk lebih memiliki nilai tambah dan daya tarik pada produk bagi para konsumen.

Namun seiring berjalannya waktu, ditemukan beberapa keluhan terkait produk-produk *smartphone* yang dipasarkan oleh para produsen. Keluhan tersebut berkaitan dengan kualitas dan spesifikasi produk yang kurang memuaskan bagi konsumen. Sehubungan dengan hal tersebut salah satu forum besar di Indonesia yaitu *kaskus.com* mengatakan bahwa konsumen yang menggunakan salah satu merek *smartphone* merasa tidak puas dengan *smartphone* canggih dikarenakan terdapat banyak kekurangan diantaranya software (sering *error*) maupun hardware (kebanyakan seputar *touch screen*, *port* pengisian batre dan kualitas *casing*) ditambah lagi dengan pelayanan *service center*nya yang banyak sekali *user* memberikan penilaian buruk (CS selalu sibuk, pelayanan perbaikan lambat dan lain-lain) (<http://www.kaskus.co.id/thread/52d223a9fcc174a7700034c/jangan-beli-merk-advance-vandroid-parah> ditulis pada tanggal 12 Januari 2014 dan diunduh pada tanggal 21 Oktober 2014).

Sehubungan dengan hal tersebut tidak hanya dipaparkan oleh *kaskus.com*. Namun juga terdapat sumber selain *kaskus.com* yang mengemukakan mengenai keluhan pelanggan *smartphone*. Pelanggan mengatakan bahwa *smartphone* yang dipergunakan mengalami mesin yang cepat panas, serta kamera yang kurang memuaskan (<http://selular.id/news/2015/01/ini-sederet-keluhan-smartphone-samsung/> ditulis pada tanggal 8 Januari 2015 dan diunduh pada tanggal 7 Maret 2015).

Berdasarkan keluhan konsumen yang dipaparkan diatas, maka kualitas dan kepuasan konsumen merupakan hal penting dalam suatu produk, seperti halnya makna dari kepuasan konsumen adalah sejauh mana manfaat sebuah produk dirasakan (*perceived*) sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan (Amir, 2005). Kotler (2000) mengatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara kinerja produk yang ia rasakan dengan harapannya. Sedangkan menurut Oliver (Peter dan Olson, 1996), kepuasan pelanggan adalah rangkuman kondisi psikologis yang dihasilkan ketika emosi yang mengelilingi harapan tidak cocok dan dilipatgandakan oleh perasaan yang terbentuk mengenai pengalaman mengkonsumsi produk.

Selanjutnya Band (Nasution, 2005) mengatakan bahwa kepuasan tercapai ketika kualitas memenuhi dan melebihi harapan, keinginan dan kebutuhan konsumen. Sebaliknya, bila kualitas tidak memenuhi dan melebihi harapan, keinginan dan kebutuhan konsumen maka kepuasan tidak tercapai. Konsumen yang tidak puas terhadap barang atau jasa yang dikonsumsinya akan mencari perusahaan lain yang mampu menyediakan kebutuhannya. Dari berbagai pendapat di atas dapat disimpulkan definisi kepuasan konsumen yaitu perbandingan kinerja produk antara apa yang diharapkan dengan hasil yang didapatkan atau dirasakan.

Konsumen yang puas memiliki ciri-ciri diantaranya menjadi lebih setia atau membeli lebih banyak jika perusahaan memperkenalkan produk baru yang sejenis atau penyempurnaan produk yang ada, memberikan komentar yang menguntungkan tentang perusahaan dan produknya, kurang memberikan perhatian pada merek dan iklan pesaing, serta kurang sensitif terhadap harga

(Kotler dan Amstrong, 2008). Sedangkan apabila konsumen merasa tidak puas maka memiliki ciri-ciri yang berkebalikan dari ciri-ciri dari konsumen yang merasa puas yaitu menjadi tidak setia atau tidak membeli lebih banyak jika perusahaan memperkenalkan produk baru yang sejenis atau tidak penyempurnaan produk yang ada, memberikan komentar yang kurang menguntungkan tentang perusahaan dan produknya, lebih memberikan perhatian pada merek dan iklan pesaing, serta lebih sensitif terhadap harga (Kotler dan Keller, 2008).

Kepuasan konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor. Menurut Rangkuti (2008) mengemukakan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, diantaranya faktor nilai, faktor daya saing dan faktor persepsi. Nilai merupakan pengkajian secara menyeluruh yang berkaitan dengan manfaat produk berdasarkan persepsi atas apa yang diterima konsumen dan yang telah diberikan oleh produk tersebut. Selanjutnya daya saing merupakan keunggulan yang terletak pada kualitas dan keunikan pelayanan dan kebutuhan sehingga memiliki keunggulan lebih dibanding dengan yang lain. Faktor yang terakhir adalah persepsi, persepsi didefinisikan sebagai proses dimana individu memilih, mengorganisasikan, serta mengartikan stimulus yang diterima melalui alat inderanya menjadi suatu makna.

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen sebagaimana yang dijelaskan tersebut diatas adalah persepsi. Sehubungan dengan hal tersebut Assauri (2012) mengungkapkan bahwa bagaimana konsumen mempersepsikan iklan kemudian akan memunculkan harapan-harapan terkait bagaimana produk tersebut bekerja.

Saat ini hampir semua produsen mengandalkan iklan sebagai media promosi untuk memperkenalkan produk yang dimilikinya kepada konsumen. Hal tersebut dikarenakan iklan merupakan salah satu cara atau media yang memiliki nilai tambah atau daya tarik pada produk bagi para konsumen. Terdapat beberapa media periklanan yang saat ini digunakan oleh para perusahaan *smartphone*. Media utama iklan yang digunakan diantaranya koran, televisi, radio, majalah, reklame luar ruangan (*billboards*), *yellow pages*, berita berkala, brosur, telepon, ataupun internet (Kotler dan Keller, 2008).

Iklan-iklan tersebut didesain sedemikian mungkin sehingga konsumen dapat mempersepsikan produk yang ditayangkan dalam iklan. Agar iklan tersebut dapat secara maksimal mempengaruhi konsumen, maka produsen mengemas iklan yang ditayangkan dengan bagus (Kasali, 2007). Sehingga iklan yang bagus tersebut dapat mempengaruhi para konsumen agar beberapa berpindah menggunakan produk tersebut atau beberapa membeli produk yang diiklankan tersebut.

Berkaitan dengan perilaku konsumen dalam hal kepuasan, maka persepsi bisa timbul terhadap promosi atau iklan (Nitisusastro, 2012). Persepsi merupakan suatu proses yang didahului oleh proses pengindraan, yaitu merupakan proses diterimanya stimulus oleh individu melalui alat indera atau disebut juga proses sensori (Walgito, 2003). Melalui media iklan, para konsumen akan melihat iklan yang ditayangkan oleh para produsen *smartphone* selanjutnya mencerna dan mempersepsikan iklan tersebut sedemikian rupa, sehingga para konsumen mempersepsikan bahwa produk yang ditawarkan pada iklan tersebut sesuai

dengan apa yang konsumen bayangkan. Setelah para konsumen mempersepsikan produk yang ditawarkan pada iklan dan sesuai dengan persepsi serta konsumen bayangkan maka konsumen akan membeli produk tersebut. Namun mereka merasakan antara hasil persepsi terhadap iklan yang ada dengan realita produk yang mereka gunakan sering tidak sesuai, akibatnya konsumen merasa kecewa.

Pada penelitian ini, peneliti melakukan wawancara yang dilakukan pada bulan Oktober 2014 terhadap lima orang pengguna *smartphone* yaitu, DF laki-laki (22 tahun), NN perempuan (20 tahun), BP perempuan (21 tahun), RR perempuan (22 tahun), HG perempuan (21 tahun). Mereka menjelaskan bahwa *smartphone* yang mereka gunakan memiliki kelemahan baterai yang mudah panas dan tidak bertahan lama dalam pemakaian normal. Kualitas kamera yang dihasilkan tidak sesuai dengan spesifikasi yang diiklankan, bahkan ada pengguna yang mengatakan bahwa dalam satu tahun *smartphone* yang digunakannya sudah lima kali service(masuk gerai) dengan jangka waktu kerusakan yang berdekatan sejak awal pembelian, padahal dengan penggunaan sewajarnya. Tiga diantara mereka yaitu DF, NN, dan RR mengatakan pemilihan dan pembelian *smartphone* mayoritas tergiur oleh iklan dan harga yang lebih terjangkau dengan fasilitas yang ditawarkan hampir sama dengan *smartphone* ternama yang awalnya mereka beranggapan akan mendapatkan kualitas yang hampir sama, namun setelah menggunakannya mendapatkan kualitas yang berbeda.

Berdasarkan fenomena dan data yang peneliti dapatkan, konsumen merasakan ketidakpuasan dikarenakan produk yang mereka pakai tidak sesuai dengan produk yang mereka lihat dan persepsikan pada iklan, ataupun informasi



yang mereka dapatkan dari para penjual serta informasi yang mereka dapatkan dari para pengguna sebelumnya, baik dari teman, kerabat ataupun pihak distributor serta pengalaman pembelian sebelumnya. Akibatnya tidak terjadi titik temu antara persepsi yang konsumen harapkan dari iklan produk *smartphone* dengan kenyataan yang dialami. Pengguna *smartphone*, baru akan merasa rugi setelah produk tersebut dibeli dan dipergunakan.

Melihat banyaknya kasus mengenai kerugian para konsumen pengguna *smartphone* yang telah dipaparkan sebelumnya berupa keluhan tentang produk yang tidak memuaskan, maupun penggunaan punjabeli yang kurang menguntungkan, serta produk yang ditawarkan dalam iklan berbeda dengan produk yang mereka dapatkan. Maka selanjutnya peneliti ingin mengetahui apakah persepsi terhadap iklan dari produk *smartphone* mempengaruhi kepuasan konsumen? Idealnya konsumen sudah dapat mempertimbangkan keputusannya dalam membeli produk *smartphone* tersebut, sehingga akan mendapatkan kepuasan.

Berdasarkan fenomena dan realita diatas, maka dalam penelitian ini, peneliti ingin meneliti tentang hubungan antara persepsi terhadap iklan produk *smartphone* dengan kepuasan konsumen pengguna *smartphone*.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan permasalahan yang telah diungkap, maka peneliti berfokus pada variabel persepsi terhadap iklan produk *smartphone* dan kepuasan konsumen pengguna *smartphone*. Penelitian ini merumuskan hubungan antara persepsi

terhadap iklan produk *smarphone* dengan kepuasan konsumen pengguna *smartphone*.

### **C. Tujuan Penelitian**

Sebagaimana telah diungkapkan dalam rumusan permasalahan maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara persepsi terhadap iklan produk *smarphone* dengan kepuasan konsumen pengguna *smartphone*.

### **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat yang dapat dipergunakan baik bagi kepentingan praktis maupun kepentingan teoritis.

1. Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah mengembangkan keilmuan psikologi khususnya di bidang psikologi industri dan organisasi terkait dengan kepuasan konsumen dalam hal penggunaan *smartphone*. Selain itu penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan pengetahuan mengenai kepuasan pengguna *smartphone* dalam ranah persepsi terhadap iklan.
2. Manfaat praktis dari penelitian ini adalah agar konsumen lebih memahami dan teliti dalam memilih produk bukan hanya tergiur pada iklan yang menawarkan suatu produk sehingga dapat memperoleh kepuasan.

### **E. Keaslian Penelitian**

Kajian mengenai kepuasan konsumen telah dilakukan sebelumnya. Berikut beberapa penelitian sebelumnya mengenai kepuasan konsumen:

Penelitian yang berjudul “Hubungan Antara Kepuasan Konsumen dengan Loyalitas Merek Pada Pengguna Kartu Prabayar Simpati” yang dilakukan oleh Azizah dan Ami Widyastuti yang dilakukan pada tahun 2013. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan anatar kepuasan konsumen dengan loyalitas merek pada pengguna kartu prabayar Simpati. Dalam penelitian ini instrument penelitian menggunakan skala kepuasan konsumen berdasarkan elemen-elemen kepuasan konsumen dari Wilkie(1994) adopsi dari penelitian Dinarti (2009) dan skala loyalitas merek yang disusun berdasarkan ciri-ciri merek dari Giddens (2002) diadopsi dari skala penelitian Dinarty (2009). Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara kepuasan konsumen dengan loyalitas merek pada pengguna kartu pra-bayar Simpati di Pekanbaru. Semakin tinggi kepuasan konsumen semakin tinggi tingkat loyalitas merek pengguna kartu pra-bayar Simpati, sebaliknya semakin rendah kepuasan konsumen, akan semaki rendah tingkat loyalitas merek yang dimiliki oleh para pengguna kartu pra-bayar Simpati.

Selanjutnya berjudul “Hubungan antara Kepuasan Pelanggan dengan *Word of Mouth* pada Pelanggan Klinik Kecantikan *London Beauty Centre*” yang dilakukan oleh Nindhira Rossellini Putri dan Fendy Suhariadi pada tahun 2013. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara kepuasan pelanggan dengan *word of mouth* pada pelanggan *Klinik Kecantikan*

*London Beauty Centre*. Peneliti menggunakan alat pengumpulan data berupa kuisisioner kepuasan pelanggan dan alat ukur *word of mouth* yang disusun oleh L. Jean Harrison-Walker(2001). Subjek dalam penelitian ini dilakukan pada pelanggan wanita Klinik Kecantikan *London Beauty Center*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat korelasi yang signifikan antara kepuasan pelanggan dengan *word of mouth* pada pelanggan Klinik Kecantikan *London Beauty Centre*.

Selanjutnya penelitian yang berjudul “*The Impact of Brand Image, Customer Loyalty with Customer Satisfaction as A Mediator in Mcdonald’s*” yang dilakukan oleh Fransisca Andreani, Tan Lucy Taniaji and Ruth Natalia Made Puspitasari pada tahun 2012. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh citra merek McDonald terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan. Populasi dalam penelitian ini adalah semua pelanggan yang tahu dan mengkonsumsi produk serta pelayanan McDonald yang berusia 17 tahun sampai 53 tahun. Data primer yang didapatkan dari penelitian ini menggunakan kuesioner. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya dampak positif dari kekuatan brand association terhadap loyalitas konsumen, adanya dampak positif dari kekuatan brand association terhadap kepuasan konsumen, dan adanya dampak positif dari kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen.

Penelitian tentang kepuasan pelanggan juga dilakukan oleh Syarifa Zahra dan Andik Matulesy pada tahun 2012 dengan judul penelitian “Persepsi terhadap Kualitas Layanan, Kepuasan dan Loyalitas Konsumen”. Subjek penelitian merupakan konsumen Prodia dari laboratorium cek up pada klinik Prodia

Malang. Hasil analisis regresi menunjukkan ada hubungan yang signifikan antara persepsi terhadap kualitas layanan dan kepuasan konsumen dengan loyalitas konsumen. Sementara itu, hasil analisis parsial menunjukkan ada hubungan positif yang signifikan antara persepsi terhadap kualitas layanan dengan loyalitas konsumen. Namun demikian, hasil yang berbeda ditunjukkan tidak ada hubungan antara kepuasan konsumen dengan loyalitas mereka.

Penelitian serupa berjudul “Pengaruh Iklan, Citra Merek, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen dalam Menggunakan Vaseline Hand and Body Lotion di Kota Padang (Studi Kasus di PT. Unilever Cabang Padang)” yang dilakukan oleh Nila Kasuma Dewi,SE, Gus Andri,SE.,MM, Sepris Yonaldi,SE.,MM yang dilakukan pada tahun 2012. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel iklan, Citra Merek, dan Kepuasan Konsumen berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen.

Jurnal yang berjudul “*Study the Effects of Customer Service and Product Quality on Customer Satisfaction and Loyalty*” yang dilakukan oleh Asghar Afshar Jahanshahi, Mohammad Ali Hajizadeh Gashti, Seyed Abbas Mirdamadi, Khaled Nawaser, Seyed Mohammad Sadeq Khaksar pada tahun 2011. Populasi dalam penelitian ini adalah semua pemilik mobil Tata Indica di Pune. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat korelasi positif antara konstruk layanan pelanggan dan kualitas produk dengan kepuasan pelanggan dan loyalitas.

Selanjutnya, “*The Effect Of Customer Satisfaction, Customer Trust On Customer Loyalty Of The Card Users Of PT. Indosat Tbk*” yang dilakukan oleh Nur Hayati pada tahun 2011. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan

apakah ada pengaruh kepuasan pelanggan dan kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di PT. Indosat Tbk, dan seberapa besar tingkat loyalitas pelanggan setelah menggunakan penyedia layanan Indosat. Subyek dalam penelitian ini adalah mahasiswa dari pelanggan kartu GSM seluler Indosat yang telah menggunakan kartu GSM seluler indosat kurang lebih selama enam bulan yang terletak di perguruan tinggi atau universitas di kota Bandung, Jawa Barat. Teknik pengambilan data dalam penelitian ini menggunakan teknik insidental sampling. Hasil dari penelitian menunjukkan hubungan yang signifikan kepercayaan dengan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Penelitian selanjutnya berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Konsumen”, dilakukan oleh Suwarni dan Septina Dwi Mayasari pada tahun 2011. Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang pengguna kartu prabayar IM3, dengan menggunakan *purposive sampling* diperoleh responden sebanyak 100 orang. Hasilnya dari penelitian ini menunjukkan bahwa (1) terdapat pengaruh yang signifikansi antara kualitas produk kartu prabayar IM3 terhadap kepuasan, (2) terdapat pengaruh yang signifikan antara kartu prabayar IM3 terhadap kepuasan, (3) terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap loyalitas konsumen, (4) tidak ada pengaruh yang signifikan antara harga dan loyalitas, (5) kepuasan dipengaruhi loyalitas signifikan.

Jurnal serupa berjudul “*Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty: A Test of Mediation*” yang dilakukan oleh Rahim Mosahab, Osman Mahamad, T. Ramayah pada tahun 2010. Fokus penelitian ini adalah cabang

Sepah Bank sekitar Fatemi St., Tehran, Iran, dan 147 nasabah bank ini diambil sebagai sampel. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam semua aspek, pelanggan memiliki harapan, lebih tinggi dari persepsi mereka terhadap operasional Bank, dan bahkan kualitas layanan yang ditawarkan rendah. Selain itu, ini hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan memainkan peran mediator dalam efek dari kualitas layanan terhadap loyalitas layanan.

Selain penelitian mengenai kepuasan konsumen, penelitian mengenai persepsi juga telah dilakukan sebelumnya. Berikut beberapa penelitian terkait dengan persepsi, diantaranya:

Penelitian berjudul “Persepsi Terhadap *Store Atmosphere* dengan Minat Beli Konsumen di Hypermarket” yang dilakukan oleh Bayu Adrian Nugraha pada tahun 2013. Pada penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *Accidental Sampling* dan menggunakan 60 orang sebagai subjek. Analisa dalam penelitian ini menggunakan analisa korelasi *product moment* dari *Pearson's*. Subjek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Malang yang pernah berkunjung ke hypermarket. Untuk mengukur persepsi terhadap *store atmosphere* menggunakan skala likert dengan empat aspek yang dikemukakan oleh Berman & Evan (1992) yaitu *store exterior*, *general interior*, *store layout* dan *interior display*. Sedangkan minat beli diukur menggunakan skala minat beli yang disusun berdasarkan tiga aspek yang dikemukakan oleh Crow dan Crow (dalam Astuti, 2010) yaitu ketertarikan, perhatian, dan pencarian informasi. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah terdapat hubungan yang

positif dan sangat signifikan antara persepsi terhadap *store atmosphere* dengan minat beli konsumen.

Penelitian tentang persepsi juga dilakukan oleh Retno Putri Sayekti, George Hardjanta, dan Anna Dian Savitri pada tahun 2012 dengan judul “Loyalitas Konsumen Ditinjau Dari Persepsi Terhadap Citra Perusahaan”. Subjek dalam penelitian ini berjumlah 77 konsumen Central Laundry Semarang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *incidental sampling*. Data penelitian dikumpulkan dengan menggunakan dua skala yaitu skala Loyalitas Konsumen dan Skala Persepsi terhadap Citra Perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada hubungan positif yang sangat signifikan antara persepsi terhadap citra perusahaan dengan loyalitas konsumen.

Selanjutnya jurnal serupa yang berjudul “Analisis Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas Dan Loyalitas Merek Terhadap Nilai Pelanggan Mobil Merek Toyota” yang dilakukan oleh Herma Yunitasari<sup>1</sup>, Ahyar Yuniawan pada tahun 2006. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah orang-orang yang mejadi pemilik mobil merek Toyota dan telah menggunakan mobil merek toyota lebih dari 1 tahun serta berdomisili atau tinggal di kota Semarang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua variabel berpengaruh signifikan terhadap nilai pelanggan. Selanjutnya jurnal serupa yang berjudul “Analisis Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas Dan Loyalitas Merek Terhadap Nilai Pelanggan Mobil Merek Toyota” yang dilakukan oleh Herma Yunitasari<sup>1</sup>, Ahyar Yuniawan pada tahun 2006. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah orang-orang yang mejadi pemilik mobil merek Toyota dan telah menggunakan mobil merek toyota



lebih dari 1 tahun serta berdomisili atau tinggal di kota Semarang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua variabel berpengaruh signifikan terhadap nilai pelanggan.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada beberapa hal yaitu keaslian topik penelitian, keaslian teori, keaslian alat ukur dan keaslian subjek penelitian.

### 1. Topik

Berdasarkan uraian di atas, penelitian tentang hubungan antara persepsi terhadap iklan produk *smartphone* dengan kepuasan konsumen pengguna *smartphone* belum pernah dilakukan, meskipun sama-sama menggunakan variabel tergantung kepuasan konsumen namun yang membedakan adalah pada variabel bebas, karna dalam penelitian yang akan peneliti lakukan menggunakan variabel bebas persepsi terhadap iklan dan belum pernah dilakukan dalam penelitian sebelumnya.

### 2. Teori

Teori yang digunakan dalam penelitian ini pada variabel tergantung menggunakan teori kepuasan konsumen dari Mowen dan Minor (2002). Sedangkan untuk persepsi terhadap iklan, peneliti mengacu pada teori Kasali (2007).

### 3. Subjek

Subjek yang digunakan dalam penelitian sebelumnya berbeda. Baik, remaja maupun dewasa dengan latar belakang yang berbeda. Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa pengguna produk *smartphone*.

#### 4. Alat ukur

Alat ukur yang digunakan dalam penelitian sebelumnya menggunakan skala kepuasan konsumen berdasarkan elemen-elemen kepuasan konsumen dari Wilkie (1994) adopsi dari penelitian Dinarti (2009) yang dilakukan oleh Azizzah dan Amin Widyastuti (2013). Sedangkan pada penelitian ini menggunakan skala penelitian kepuasan konsumen dengan berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Mowen dan Minor (2002).

Sedangkan alat ukur mengenai persepsi terhadap iklan, peneliti mengacu pada elemen-elemen iklan yang dikemukakan oleh Kasali (2007).

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa sejauh ini belum ada penelitian yang meneliti hubungan antara persepsi terhadap iklan produk *smartphone* dengan kepuasan konsumen pengguna *smartphone*, karena berdasarkan yang penulis ketahui penelitian-penelitian tersebut diatas berbeda dengan penelitian ini, sehingga penelitian ini belum ada yang meneliti karena peneliti belum menemukan penelitian yang meneliti tentang hubungan antara persepsi terhadap iklan produk *smartphone* dengan kepuasan konsumen pengguna *smartphone*.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Hasil penelitian yang berjudul “Hubungan Antara Persepsi Iklan dari Produk *Smartphone* terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna *Smartphone*” menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan positif antara persepsi terhadap iklan dengan kepuasan konsumen, sehingga dapat dikatakan hipotesis yang diajukan oleh peneliti ditolak.

#### **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang telah diuraikan sebelumnya, maka saran yang peneliti ajukan antara lain:

##### **Bagi Peneliti Selanjutnya**

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti dengan variabel yang sama disarankan untuk menggunakan sampel penelitian yang lebih luas dengan jumlah yang lebih banyak sehingga representasi populasi dapat lebih terwakili. Selain itu disarankan agar lebih cermat dalam penyusunan aitem pada skala yang digunakan. Kepada peneliti selanjutnya diharapkan dapat meneliti faktor- faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen selain faktor persepsi terhadap iklan, diantaranya dapat menggunakan faktor nilai atau faktor daya saing.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin & Tantri, Francis. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta. Raja Grafindo Persada.
- Amir, M. Taufiq. (2005). *Dinamika Pemasaran Jelajahi dan Rasakan*. Jakarta. PT. RajaGrafindo Persada.
- Assauri, Sofjan. (2012). *Strategic Marketing: Sustaining Lifetime Customer Value/ Sofjan Assauri*. Jakarta. Rajawali Pers.
- Azwar. S. (2013). *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta. Pustaka Pelajar.
- Azwar. S. (2015). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta. Pustaka Pelajar.
- Chaplin, J.P. (2011). *Kamus Lengkap Psikologi*. Jakarta. PT Rajawali Grafindo Persada.
- Ferrinadewi, E. (2008). *Merek dan Psikologi Konsumen, Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta. Graha Ilmu.
- Kasali, R. (2007). *Manajemen Periklanan: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta. PT Temprint.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Line (2008). *Manajemen Pemasaran, Edisi 13, Jilid 2*. Indeks.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Line (2008). *Manajemen Pemasaran, Edisi 13, Jilid 1*. Indeks.
- Kotler, Philip & Garry Armstrong (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi 8, Jilid 1*. Jakarta. Erlangga
- Kotler, Philip & Garry Armstrong (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi 12, Jilid 2*. Jakarta. Erlangga
- Kotler, Philip. (2000). *Marketing Management: Edisi Milenium, International Edition*. Prentice Hall. International, Inc, New Jersey

- Kotler, Philip. (2002). *Manajemen Pemasaran, , Edisi Milenium*. Jakarta. Prehallindo.
- Kotler, Philip. (2003). *Manajemen Pemasaran*. edisi kesebelas. Jakarta. Indeks kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip. (2005). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1 dan 2*. Jakarta. PT . Indeks Kelompok Gramedia.
- Lupiyoadi, R. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta. Salemba Empat.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen, Jilid 1 dan 2*. Jakarta. Erlangga.
- Nasution, M.N. (2004). *Manajemen Jasa Terpadu*. Jakarta. PT Ghalia Indonesia.
- Nitisusastro, M. (2012). *Perilaku Konsumen dalam Perspekti Kewirausahaan*. Bandung. Alabeta.
- Peter & Olson. (1996). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. D. Sihombing (penerjemah). *Consumen Behavior*. Jakarta. Gelora Aksara Pratama.
- Peter & Olso. (2014). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran, Edisi 9, Jilid 2*. Jakarta. Salemba Empat.
- Rangkuti, F. (2008). *Measuring Customer Satisfaction: Gaining Costumer Relationship Strategy*. Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sangadji & Sopih. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta. Andi.
- Sarwono, Sarlito W. (2009). *Pengantar Psikologi Umum*. Jakarta. Rajawali Pers.
- Sukmana, Oman. (2003). *Dasar- Dasar Psikologi Lingkungan*. Bayu Media dan UMM Perss.
- Sunyoto, Danang. (2013). *Perilaku Konsumen*. Jakarta. PT. Buku Seru.
- Suryani, Tatik. (2012). *Perilaku Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta. Graha Ilmu.

- Suseno, N. M. (2011). *Modul Pedoman Praktikum Laboratorium Psikologi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta*. Tidak diterbitkan.
- Tjiptono dan Chandra. (2007). *Service, Quality dan Satisfaction*. Andi. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. (1997). *Prinsip – Prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta. Andi.
- Umar, Husein. (2003). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Walgito, Bimo. (2003). *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta. Penerbit Andi.
- Andreani, F., Taniaji, T. L., Puspita, R. N. M. (2012). *The Impact of Brand Image, Customer Loyalty with Customer Satisfaction as A Mediator in Mcdonald's*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan. Vol. 1, No 1, 63-70.
- Ardi, A., N., A. (2004). Pengaruh Kualitas Produk Smartphone Samsung Berbasis Android terhadap Kepuasan Konsumen dalam Menggunakan Produk Samsung Galaxy S4 (Studi di Bandung tahun 2014).
- Azizah, Widyastuti, A. (2013). Hubungan Antara Kepuasan Konsumen Dengan Loyalitas Merek Pada Pengguna Kartu Prabayar Simpati. Jurnal Psikologi, Vol. 9, No 1.
- Dewi, N. K., Andri, G., Yonaldi, S. (2012). Pengaruh Iklan, Citra Merek, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsuen dalam Menggunakan Vaseline Hand and Body Lotion di Kota Padang (Studi Kasus di PT. Unilever Cabang Padang). Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Volume 3, Nomor 2. ISSN : 2086 – 5031
- Hayati, N. (2011). *The Effect Of Customer Satisfaction, Customer Trust On Custromer Loyalty Of The Card Users Of PT. Indosat Tbk. Proceedings of The 1st International Conference on Information Systems For Business Competitiveness (ICISBC)*.
- Jahanshahi, A. A., Gashti, M. A. H., Mirdamadi, S. A., Nawaser, K., Khaksar, S. M. S. (2011). *Study the Effects of Customer Service and Product Quality on Customer Satisfaction and Loyalty*. International Journal of Humanities and Social Science, Vol. 1, No. 7.

- Kussujaniatun, S., & Wisnalmawati. (2011). Pengaruh Pengetahuan Produk, Nilai, dan Kualitas yang dipersepsikan terhadap Kepuasan Pelanggan Mobil Toyota. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Vol. 5, No. 1 April. Hal.29-39.*
- Mosahab, R., Mahamad, O., Ramayah, T. (2010). *Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty: A Test of Mediation.* International Business Research, Vol. 3, No 4.
- Nugraha, B. A. (2013). Persepsi Terhadap *Store Atmosphere* Dengan Minat Beli Konsumen di Hypermarket. *Jurnal Online Psikologi* Vol. 01 No. 02.
- Putri, N. R., (2013). Hubungan antara Kepuasan Pelanggan dengan *Word of Mouth* pada Pelanggan Klinik Kecantikan *London Beauty Centre.* Vol. 2, No 1.
- Saidani, B., & Ramadhan, D. R. (2013). Pengaruh Iklan dan Atribut Produk Terhadap Kepuasan Pembelian *Smartphone* Samsung Seri Galaxy (Survei Pada Planggan ITC ROXY MAS). *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI).* Vol No 1.
- Sayekti, R. P., Hardjanta, G., Savitri, A. D. (2012). Loyalitas Konsumen Ditinjau dari Persepsi Terhadap Citra Perusahaan. *Jurnal Psikologi Undip* Vol. 11, No.2.
- Suwarni & Mayasari, S. D. (2011). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ekonomi Bisnis.* TH. 16, No 1.
- Yamin, R. (2013). Persepsi Nilai, Persepsi Kualitas, dan Citra terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Astra Internasional Daihatsu di Manado. *Vol 1 No 3 September. Hal 1231-1240*
- Yunitasari, H., Yuniawan, A. (2006). Analisis Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas dan Loyalitas Merek Terhadap Nilai Pelanggan Mobil Merek Toyota. *Jurnal Studi Manajemen & Organisasi Volume 3, Nomor 2, Juli, Halaman 15.*
- Zahra, S., & Matulesy, A. (2012). Persepsi terhadap Kualitas Layanan, Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Vol. 1, No 2, 122-129.*

<http://selular.id/news/2015/01/ini-sederet-keluhan-smartphone-samsung/> ditulis pada tanggal 8 Januari 2015 dan diunduh pada tanggal 7 Maret 2015

<http://www.amazine.co/23760/apa-itu-smartphone-5-perbedaan-smartphone-dengan-ponsel/> diunduh pada tanggal 10 Juni 2015

<http://www.ciputraentrepreneurship.com/hasil-riiset/perkembangan-pasar-smartphone-di-indonesia> ditulis pada tanggal 20 November 2014 dan diunduh pada tanggal 10 Juni 2015

<http://www.kaskus.co.id/thread/52d223a9fcca174a7700034c/jangan-beli-merk-advance-vandroid-parah> ditulis pada tanggal 12 Januari 2014 dan diunduh pada tanggal 21 Oktober 2014

<http://www.the-marketeers.com/archives/10-brand-ponsel-terlaris-2013.html#.VEbuqHYRDQg> ditulis pada tanggal 11 Maret 2014 dan diunduh pada tanggal 21 Oktober 2014

<http://www.trenologi.com/2013073019814/android-dan-blackberry-kuasai-pangsa-pasar-smartphone-indonesia-tahun-2013/> ditulis pada tanggal 30 Juli 2013 dan diunduh pada tanggal 21 Oktober 2014

<http://www.tribunnews.com/ipitek/2014/06/04/jumlah-ponsel-yang-beredar-lampau-populasi-penduduk-dunia> ditulis pada tanggal 4 Juni 2014 dan diunduh pada tanggal 18 November 2014

[https://id.wikipedia.org/wiki/Telepon\\_genggam](https://id.wikipedia.org/wiki/Telepon_genggam) diunduh pada tanggal 9 Juli 2015

<https://www.lintas.me/technology/other/editor/ini-dia-penguasa-jagat-smartphone-di-indonesia> ditulis pada tanggal 20 Juni 2014 dan diunduh pada tanggal 21 Oktober 2014



## LAMPIRAN A



*Lampiran 1. Skala Try Out Kepuasan*



# SKALA PENELITIAN



PROGRAM STUDI PSIKOLOGI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN  
KALIJAGA YOGYAKARTA 2015



**IDENTITAS**

Nama : ..... (boleh menggunakan inisial atau nama samaran)

Tipe *smartphone* yang dipakai saat ini: .....

**PETUNJUK MENGERJAKAN**

Bacalah setiap pernyataan dengan seksama, kemudian berilah tanda checklist (√) pada salah satu jawaban yang sesuai dengan keadaan diri Anda. Terdapat empat pilihan jawaban, yaitu :

SS = Apabila sangat sesuai dengan keadaan diri Anda

S = Apabila sesuai dengan keadaan diri Anda

TS = Apabila tidak sesuai dengan keadaan diri Anda

STS = Apabila sangat tidak sesuai dengan keadaan diri Anda

Setiap orang mempunyai jawaban yang berbeda. Pilihlah jawaban yang paling sesuai dengan keadaan diri anda karena semua jawaban benar. Kami sangat menghargai kejujuran Anda dalam menjawab pernyataan yang ada. Isilah dengan teliti dan jangan sampai ada jawaban yang terlewat.

**-Selamat Mengerjakan-**

Berilah tanda checklist (√) pada salah satu jawaban yang sesuai dengan keadaan diri Anda

No.	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
1.	Kualitas produk yang saya beli sebanding dengan harga yang saya bayar				
2.	Saya merasa senang dengan pelayanan yang diberikan oleh toko <i>smartphone</i> ketika saya membelinya				
3.	Saya bangga dengan <i>smartphone</i> yang saya gunakan, karena saya merasa <i>up to date</i>				
4.	Saya kecewa, produk <i>smartphone</i> yang saya gunakan kurang berkualitas				
5.	Saya merasa kecewa dengan merk <i>smartphone</i> yang saya gunakan				
6.	Saya mengeluhkan pelayanan yang lambat saat membeli <i>smartphone</i>				
7.	Toko pada <i>smartphone</i> yang saya beli kurang memberikan pelayanan yang baik bagi penggunanya				
8.	Gambar dalam iklan produk <i>smartphone</i> yang saya beli sesuai dengan aslinya				
9.	Saya puas, <i>smartphone</i> yang saya gunakan banyak memberikan manfaat dalam memperlancar aktifitas saya				
10.	Saya tidak mengeluhkan <i>smartphone</i> yang saya beli karena memiliki ketahanan <i>internal</i> (mesin) yang baik				
11.	Saya puas dengan desain <i>smartphone</i> yang saya beli ini				
12.	Tampilan <i>smartphone</i> yang saya beli ini kurang <i>up to date</i> sehingga membuat saya minder				
13.	Kurangnya informasi layanan perbaikan <i>smartphone</i> yang diberikan membuat saya merasa kecewa membeli <i>smartphone</i> ini				
14.	Saya merasa kurang nyaman terhadap ekspresi toko saat melayani pembelian <i>smartphone</i> saya				
15.	Saya puas <i>smartphone</i> yang saya beli didukung oleh pelayanana yang baik dari penjual (toko)				
16.	Saya cocok dengan pelayanan pegawai toko <i>smartphone</i>				
17.	Saya puas dengan merk <i>smartphone</i> yang saya gunakan				
18.	Saya tidak perlu membayar mahal untuk membeli <i>smartphone</i>				
19.	Saya kecewa dengan pelayanan yang diberikan toko <i>smartphone</i> karena kurang profesional				
20.	Saya kecewa dengan <i>smartphone</i> yang saya beli, karena saya merasa tidak <i>up to date</i>				
21.	Saya senang, pelayan toko <i>smartphone</i> yang saya beli ramah				

No.	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
22.	Saya merasa puas dengan adanya informasi yang disediakan mengenai layanan perbaikan <i>smartphone</i> yang saya beli ini				
23.	Saya senang dengan kualitas merk <i>smartphone</i> yang saya beli memuaskan				
24.	Saya merasa dirugikan karena toko memberikan informasi yang kurang jelas terhadap <i>smartphone</i> yang saya beli				
25.	Ketidaktepatan waktu pelayanan saat membeli <i>smartphone</i> membuat saya tidak puas				
26.	Saya merasa kecewa karena <i>smartphone</i> yang saya beli ini bukan merupakan produk unggulan				
27.	Pilihan warna produk <i>smartphone</i> yang saya beli kurang bervariasi hingga saya kurang menyukainya				
28.	Harga <i>smartphone</i> yang saya beli sebanding dengan harapan saya terhadap produknya				
29.	<i>Smartphone</i> yang saya gunakan sesuai dengan harapan sehingga membuat saya merasa puas				
30.	Meskipun banyak bermunculan <i>smartphone</i> seri baru, tapi saya senang dengan <i>smartphone</i> model lama yang saya gunakan ini				
31.	Saya merasa ketidakramahan yang diberikan oleh toko ketika saya membeli <i>smartphone</i>				
32.	Saya merasa toko kurang memberikan kepuasan dalam kenyamanan layanan perbaikan <i>smartphone</i> yang saya beli ini				
33.	Saya merasa kecewa karena <i>smartphone</i> yang saya beli ini bukan merupakan produk berkualitas				
34.	Saya mengeluhkan <i>smartphone</i> yang saya beli karena kurang memiliki ketahanan <i>internal</i> (mesin) yang baik				
35.	Tampilan produk <i>smartphone</i> yang saya beli tidak mengecewakan				
36.	Banyaknya pilihan warna pada <i>smartphone</i> yang saya beli menjadikan saya senang dalam memilih <i>smartphone</i>				
37.	Saya senang, selama ini saya merasakan kesesuaian <i>smartphone</i> yang saya gunakan dengan informasi yang saya dapatkan sebelumnya				
38.	Saya mengeluhkan <i>smartphone</i> yang saya beli				
39.	Saya kesal, <i>smartphone</i> yang saya beli ini sering <i>error</i> saat dioperasikan				
40.	Saya mengeluhkan <i>smartphone</i> yang saya beli karena cepat panas				
41.	Saya merasakan telah dilayani dengan ramah saat membeli <i>smartphone</i>				
42.	Saya merasa diuntungkan karena toko memberikan informasi yang jelas terhadap <i>smartphone</i> yang saya beli				

No.	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
43.	Ketepatan waktu pelayanan saat membeli <i>smartphone</i> membuat saya puas				
44.	Saya merasa puas karena <i>smartphone</i> yang saya beli ini merupakan produk unggulan				
45.	Saya tidak mengeluhkan <i>smartphone</i> yang saya beli karena memiliki ketahanan <i>eksternal</i> (body)				
46.	Saya mengeluhkan <i>smartphone</i> yang saya beli karena tidak berfungsi dengan baik saat dipakai				
47.	Saya merasa dirugikan dengan harga jual kembali produk <i>smartphone</i> yang saya beli				
48.	Gambar dalam iklan produk <i>smartphone</i> yang saya beli tidak sesuai dengan aslinya				
49.	Membosankan, <i>smartphone</i> yang saya beli memiliki tampilan yang monoton				
50.	Saya mengeluhkan <i>smartphone</i> yang saya beli karena kurang memiliki ketahanan <i>eksternal</i> (body)				
51.	Saya senang ketika <i>smartphone</i> yang saya beli memiliki harga jual kembali yang tinggi				
52.	Tampilan <i>smartphone</i> yang <i>up to date</i> membuat saya percaya diri				
53.	Saya merasa puas terhadap pelayanan toko yang tepat menangani gangguan <i>smartphone</i> yang saya beli				
54.	Setelah saya membeli <i>smartphone</i> pilihan saya, saya merasa kecewa dengan harganya				
55.	<i>Smartphone</i> yang saya beli mengecewakan, karena memiliki daya tahan baterai yang cepat habis				
56.	<i>Smartphone</i> yang saya gunakan mengecewakan, karena memiliki <i>fitur</i> yang tidak lengkap				
57.	Saya merasa puas karena <i>smartphone</i> yang saya beli ini merupakan produk berkualitas				
58.	Saya puas, <i>casing smartphone</i> yang saya beli ini tidak mudah pecah				
59.	Saya puas dengan adanya layanan perbaikan toko resmi <i>smartphone</i> yang saya beli ini				
60.	Saya merasa dirugikan atas ketidaktepatan pelayanan gangguan <i>smartphone</i> yang saya beli				
61.	Kurangnya informasi yang disediakan mengenai layanan perbaikan <i>smartphone</i> yang saya beli membuat saya kecewa				
62.	Saya merasakan ketidaknyamanan berinteraksi dengan pelayan toko saat membeli <i>smartphone</i>				

No.	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
63.	<i>Smartphone</i> yang saya beli dengan harga murah membuat kualitasnya mengecewakan saya				
64.	Saya puas karena <i>smartphone</i> yang saya pakai sesuai dengan yang diiklankan				
65.	Saya puas karena <i>smartphone</i> yang saya beli berfungsi dengan baik saat dipakai				
66.	Saya senang, kebutuhan saya terpenuhi dengan adanya <i>fitur- fitur</i> yang lengkap pada <i>smartphone</i> yang saya gunakan				
67.	Saya merasa toko memberikan kepuasan dalam kenyamanan layanan perbaikan <i>smartphone</i> yang saya beli ini				
68.	Saya merasa kecewa ketika berinteraksi dengan pelayan toko yang kurang ramah saat saya membeli <i>smartphone</i>				
69.	Saya merasa ada ketidak sesuaian produk <i>smartphone</i> yang saya beli dengan informasi yang diberikan pada iklan				
70.	Saya kecewa, <i>smartphone</i> yang saya beli, karena memiliki kualitas kamera yang tidak sesuai dengan iklan				
71.	Saya bangga, <i>smartphone</i> yang saya beli memiliki tampilan <i>casings</i> yang menarik				
72.	Saya puas dengan <i>smartphone</i> yang saya beli memiliki kualitas kamera yang sesuai dengan iklan				
73.	Saya puas dengan pelayanan yang diberikan oleh toko <i>smartphone</i>				
74.	Lamanya waktu dalam pelayanan toko pada <i>smartphone</i> yang saya beli sesuai dengan yang saya harapkan				
75.	Desain produk <i>smartphone</i> yang saya beli membuat saya cepat bosan				
76.	Merk <i>smartphone</i> yang saya beli membuat saya minder				
77.	Pelayanan pasca pembelian <i>smartphone</i> membuat saya kecewa				
78.	Saya senang, <i>smartphone</i> yang saya beli memiliki spesifikasi yang sesuai dengan informasi dari penjual atau iklannya				
79.	Saya merasa tenang karena <i>smartphone</i> yang saya beli memiliki daya tahan batrai yang lama				
80.	Saya senang karena tidak mengalami keluhan ketika menggunakan <i>smartphone</i> yang saya beli ini				
81.	<i>Smartphone</i> yang saya beli cepat rusak sehingga mengecewakan				
82.	Fasilitas <i>smartphone</i> yang saya beli ternyata mengecewakan				
83.	Merk <i>smartphone</i> yang saya beli membuat saya lebih percaya diri				
84.	<i>Smartphone</i> yang saya beli tidak mengecewakan karena bekerja dengan baik sejak awal pembelian				



No.	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
85.	<i>Fitur- fitur dari smartphone yang saya beli, mengecewakan dibanding merk lain</i>				
86.	Saya bosan, <i>smartphone</i> yang saya beli ini pilihan desainnya sedikit				
87.	Saya masih merasa minder ketika memakai produk <i>smartphone</i> yang saya beli				
88.	Saya kecewa, <i>smartphone</i> yang saya beli ketika dipakai tidak sesuai dengan yang diiklankan				
89.	Saya malu, tampilan <i>smartphone</i> yang saya beli kurang mengikuti <i>trends</i>				
90.	Saya menyesal karena <i>smartphone</i> yang saya beli tidak sesuai dengan spesifikasi diiklan				
91.	Saya puas, <i>smartphone</i> yang saya beli lebih berkualitas dibanding merk lain				
92.	Saat membeli <i>smartphone</i> , saya memperhatikan desainnya sehingga tidak kecewa				
93.	Saya tidak merasa bosan saat membeli <i>smartphone</i> saya karena pegawainya ramah				
94.	Ternyata kualitas <i>smartphone</i> yang saya beli mengecewakan bila dibandingkan merk lain				
95.	Saya kecewa, <i>casing smartphone</i> yang saya beli mudah pecah				
96.	Saya kecewa dengan pelayanan yang diberikan oleh toko <i>smartphone</i>				
97.	Pelayanan pasca pembelian <i>smartphone</i> membuat saya puas				
98.	Saya senang, variasi desain <i>smarthpone</i> yang saya beli ini banyak pilihan				
99.	Saya bangga karna teman- teman memuji saya saat menggunakan <i>smartphone</i> yang saya beli				
100	<i>Fitur- fitur</i> menarik dari <i>smartphone</i> yang saya beli, lebih memuaskan dari merk lain				
101	Saya merasa nyaman saat berinteraksi dengan pelayan toko ketika saya membeli <i>smartphone</i>				
102	Saat membeli <i>smartphone</i> , saya kurang memperhatikan desainnya sehingga kecewa				

**MOHON PASTIKAN TIDAK ADA JAWABAN YANG  
TERLEWATI...**

--Terimakasih atas kesediaannya dalam mengisi skala ini ☺ --

Lampiran 2. Skor Jawaban Subjek Try Out Skala A (Kepuasan) aitem 1-17

SUBJEK	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	A10	A11	A12	A13	A14	A15	A16	A17
1	4	3	3	2	2	3	3	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2
2	3	3	2	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2
4	2	3	3	3	3	3	3	2	3	4	4	3	3	3	3	3	3
5	2	2	1	1	1	2	3	4	3	2	2	2	2	3	3	3	1
6	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
7	3	3	2	2	3	3	3	4	3	2	2	3	1	3	2	2	3
8	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	2	3	3
9	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3
10	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
11	2	1	3	3	2	2	2	3	4	2	3	3	1	2	2	1	3
12	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
13	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3
14	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3
15	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	2	3	3	4
16	3	4	4	3	3	3	1	4	4	3	3	2	4	3	3	3	3
17	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3
18	3	3	2	2	3	2	3	3	4	3	3	2	2	3	3	3	3
19	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3
20	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
21	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
22	4	4	2	2	2	3	3	4	4	2	3	3	2	3	4	3	2
23	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3
24	3	3	2	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	2
25	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
26	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
27	3	1	2	3	3	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2	3
28	4	4	4	2	1	1	1	3	3	4	4	2	1	2	3	3	4
29	3	3	2	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3
30	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3
31	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	2	4
32	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
33	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3
34	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3
35	4	4	2	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	2
36	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	2	3	2	2	3	2	3
37	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	3	2	1	2	2	1	2
38	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	3	3	3	2
39	3	3	1	2	4	3	3	3	3	2	1	3	2	3	3	2	2

40	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
41	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3
42	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
43	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	2
44	3	2	2	3	4	1	2	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3
45	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3
46	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
47	3	4	3	3	4	4	4	4	3	2	3	4	4	3	3	3	3
48	4	4	2	2	2	3	2	3	3	2	3	1	2	3	3	3	3
49	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
50	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
51	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3
52	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2
53	3	3	4	2	2	2	2	3	2	3	3	4	3	3	2	2	3
54	3	3	2	3	4	4	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3
55	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3	2	3
56	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
57	4	3	4	3	3	4	3	2	4	4	4	3	4	3	4	4	4
58	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
59	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
60	3	3	1	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3
61	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
62	2	4	4	3	3	2	4	2	4	3	3	3	2	1	3	3	2
63	3	3	2	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3
64	3	3	3	2	2	2	1	3	4	4	4	2	2	2	3	3	3
65	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
66	2	3	3	2	3	3	3	4	3	3	4	3	2	3	3	3	3
67	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
68	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	2	4	3	3	3	3	3
69	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3
70	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3
71	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4
72	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
73	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2
74	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3
75	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
76	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2
77	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3
78	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
79	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
80	2	3	2	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3

Lampiran 2. Skor Jawaban Subjek Try Out Skala A (Kepuasan) aitem 18-32

SUBJEK	A18	A19	A20	A21	A22	A23	A24	A25	A26	A27	A28	A29	A30	A31	A32
1	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
3	4	3	2	3	3	2	3	2	3	2	2	2	2	3	2
4	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	2	3	3	4	3	2	3	2	1	2	2	1	1	3	2
6	2	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	2
7	2	3	3	3	1	3	3	3	2	2	3	2	2	3	3
8	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3
9	2	4	4	3	4	3	4	3	4	2	3	3	2	4	3
10	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3
11	3	1	3	1	3	3	1	2	3	3	2	2	4	2	2
12	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
13	3	3	3	3	2	2	2	1	3	4	2	2	3	3	3
14	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
15	2	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3
16	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	1	3	3
17	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3	3	3
18	2	2	2	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3
19	3	2	3	3	2	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3
20	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3
21	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3
22	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3
23	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2	2	3
24	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
25	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3
26	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3
27	3	2	3	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2
28	2	1	3	4	3	4	2	2	3	3	4	4	4	1	2
29	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3
30	2	3	3	3	3	3	3	3	4	1	4	3	2	3	3
31	2	3	3	2	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	2
32	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
33	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
34	3	2	4	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2
35	1	3	3	4	3	3	3	2	3	3	4	2	3	3	3
36	2	3	3	3	2	2	2	3	2	3	2	3	2	3	3
37	4	1	1	2	1	1	1	1	3	1	2	1	1	2	1
38	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3
39	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	3	1	1	3	3

40	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3
41	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	2	3	3
42	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3
43	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	2	1
44	3	1	2	2	3	2	2	3	1	2	2	3	2	2	1
45	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
46	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3
47	2	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	2	3	3
48	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3
49	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3
50	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
51	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3
52	2	3	3	3	2	2	3	3	1	3	3	2	1	3	3
53	2	4	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3
54	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3
55	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2
56	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3
57	1	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	1
58	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
59	2	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
60	2	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3
61	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3
62	2	2	3	4	3	2	3	2	3	1	3	4	3	3	2
63	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
64	1	1	2	3	3	4	1	1	1	2	3	4	4	2	2
65	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
66	1	3	3	3	2	3	3	3	1	1	2	2	1	3	3
67	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
68	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
69	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	4	3	3	3
70	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3
71	1	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3
72	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
73	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	2
74	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3
75	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3
76	2	3	2	3	3	2	3	1	2	3	3	2	1	3	3
77	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3
78	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
79	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3
80	3	3	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3



40	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
41	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2
42	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
43	2	3	4	3	1	3	1	2	4	3	4	3	2	4	1
44	3	2	2	3	3	3	2	1	3	2	2	3	3	2	2
45	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	2
46	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
47	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	2	3	3
48	3	2	3	1	3	1	1	2	3	4	3	2	3	2	2
49	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
50	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
51	3	2	3	2	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	2
52	2	2	3	3	3	2	1	2	3	2	3	2	2	3	1
53	4	3	3	2	3	3	3	1	3	2	3	3	3	3	4
54	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2
55	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	4	3	4	3	3
56	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1
57	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3
58	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3
59	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
60	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2
61	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3
62	2	2	3	2	3	1	2	3	3	3	3	2	3	2	3
63	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
64	2	2	4	4	3	2	2	2	4	3	4	4	4	3	3
65	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
66	2	2	3	1	3	3	4	3	3	3	3	2	2	3	1
67	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3
68	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
69	2	3	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3
70	3	2	3	2	3	2	2	2	3	2	3	3	2	3	3
71	3	3	3	2	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	2
72	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3
73	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2
74	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3
75	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
76	3	2	3	2	2	3	2	2	3	3	2	2	2	2	1
77	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3
78	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
79	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
80	3	3	2	2	3	2	2	2	3	2	2	3	1	2	3

Lampiran 2. Skor Jawaban Subjek Try Out Skala A (Kepuasan) aitem 48-62

SUBJEK	A48	A49	A50	A51	A52	A53	A54	A55	A56	A57	A58	A59	A60	A61	A62
1	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2
2	3	2	2	4	3	3	2	2	3	3	4	3	2	2	3
3	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	3	1	3	3	3
4	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	3	2	2	1	2	2	4	1	2	1	3	2	3	2	3
6	4	4	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3
7	3	1	1	2	2	3	2	2	1	2	4	2	3	2	3
8	4	4	3	2	2	2	3	4	3	3	3	4	4	3	3
9	4	4	4	3	4	2	3	4	4	4	3	2	4	4	4
10	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
11	3	2	1	4	4	3	2	2	3	3	3	4	2	2	1
12	3	3	3	2	2	3	3	1	3	2	3	4	3	3	3
13	2	3	4	1	4	2	3	2	2	3	3	3	3	2	3
14	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
15	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
16	3	3	2	2	3	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3
17	2	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	3	3	2	3
18	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	3
19	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3
20	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3
21	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3
22	3	3	1	2	2	3	3	2	2	2	2	3	3	2	3
23	3	3	3	2	2	3	3	2	2	2	3	2	3	3	2
24	3	3	3	3	3	2	3	1	3	3	3	2	3	2	3
25	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3
26	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
27	3	2	3	2	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2
28	3	3	3	2	4	4	2	3	3	3	2	4	3	1	1
29	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
30	4	3	2	3	3	3	4	1	3	4	2	3	3	3	3
31	4	4	4	3	4	2	4	4	4	4	3	3	4	4	4
32	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
34	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3
35	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3
36	2	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	3
37	1	2	1	1	2	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1
38	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2	3	2	3	3	3
39	3	2	2	1	2	2	2	3	2	2	3	2	3	2	3



40	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3
41	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
42	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2
43	2	3	4	2	3	2	1	3	2	4	3	4	3	2	4
44	3	2	4	3	2	3	1	2	3	3	2	3	4	2	3
45	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3
46	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3
47	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
48	3	3	3	2	3	2	2	2	2	4	3	3	2	2	3
49	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
50	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
51	3	2	2	2	2	3	3	2	2	3	2	3	3	2	2
52	3	3	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	3	3	3
53	3	3	3	1	2	3	2	3	3	3	4	3	4	3	3
54	3	3	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3
55	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3
56	3	2	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
57	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3
58	3	3	2	2	2	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3
59	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
60	3	2	3	2	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3
61	3	3	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3
62	2	2	1	3	2	3	3	2	3	4	3	4	2	2	3
63	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
64	3	2	3	3	2	2	2	2	2	4	4	3	2	2	2
65	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
66	3	4	2	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
67	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3
68	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
69	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3
70	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3
71	3	3	3	1	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4
72	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
73	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	2
74	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
75	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3
76	3	2	2	4	4	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3
77	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3
78	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
79	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
80	2	1	1	2	3	2	2	2	2	3	2	3	2	2	3

Lampiran 2. Skor Jawaban Subjek Try Out Skala A (Kepuasan) aitem 63-77

SUBJEK	A63	A64	A65	A66	A67	A68	A69	A70	A71	A72	A73	A74	A75	A76	A77
1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	1	2	2
2	2	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2
3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	3	3	2	3	2	3	2	1	3	2	3	3	3	1	3
6	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3
7	2	3	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3
8	3	4	4	4	3	3	2	3	4	4	4	2	4	4	3
9	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	2	3	4	4
10	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3
11	2	2	3	3	2	1	1	2	3	2	1	2	3	3	1
12	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3
13	4	2	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3
14	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
15	3	3	4	4	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3
16	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3
17	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3
18	3	3	2	2	3	2	3	2	2	2	3	2	3	3	3
19	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3
20	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3
21	3	2	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
22	2	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3
23	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
24	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3
25	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3
26	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3
27	3	3	3	3	2	2	3	2	2	3	2	2	2	3	2
28	3	4	3	3	3	1	3	2	3	4	4	4	2	4	3
29	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3
30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
31	4	3	3	3	2	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4
32	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	4	4
34	2	3	3	3	3	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3
35	3	4	4	4	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3
36	2	2	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	2	3	3
37	2	1	1	1	1	1	1	2	3	3	1	3	2	3	1
38	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3
39	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3

40	2	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3
41	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3
42	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
43	2	2	4	2	3	3	4	1	3	3	2	2	1	2	3
44	2	3	3	2	1	2	2	2	2	3	2	3	2	2	3
45	3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3	2	2	3	3
46	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3
47	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
48	3	2	3	3	3	2	2	1	4	4	3	3	2	2	2
49	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
50	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3
51	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3
52	1	2	2	2	2	3	3	3	4	2	2	3	3	3	3
53	3	3	3	3	3	4	3	1	3	1	3	3	3	4	3
54	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
55	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3
56	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3
57	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3
58	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3
59	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
60	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3
61	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3
62	2	4	3	3	4	2	3	1	3	4	3	2	2	2	2
63	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
64	2	3	3	3	3	1	1	1	4	3	3	3	1	1	1
65	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3
66	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	2	4	3
67	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
68	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3
69	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3
70	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
71	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4
72	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3
73	2	2	3	2	3	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2
74	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
75	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3
76	2	3	2	2	3	2	3	3	2	2	3	2	2	2	3
77	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2
78	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3
79	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
80	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3

Lampiran 2. Skor Jawaban Subjek Try Out Skala A (Kepuasan) aitem 78-91

SUBJEK	A78	A79	A80	A81	A82	A83	A84	A85	A86	A87	A88	A89	A90	A91
1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2
2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3
3	3	1	1	1	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2
4	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
5	2	1	1	2	2	1	2	1	1	1	2	2	2	4
6	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3
7	3	2	2	2	2	2	2	2	1	3	2	3	3	2
8	3	2	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	2
9	4	4	2	4	4	3	1	3	2	3	4	3	4	3
10	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
11	2	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3
12	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2
13	2	2	2	4	2	3	2	4	3	4	3	3	3	3
14	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
15	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
16	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
17	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2
18	2	2	2	2	3	2	2	3	2	3	2	3	2	2
19	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3
20	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
21	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
22	4	2	2	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2
23	3	2	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2
24	3	2	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3
25	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
26	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
27	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
28	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	4
29	3	3	3	3	4	3	2	3	3	4	3	4	3	2
30	3	1	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3
31	3	3	2	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3
32	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
34	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3
35	3	2	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	2
36	2	3	2	2	3	2	3	3	2	3	3	2	2	2
37	1	1	1	1	1	3	1	1	1	2	1	2	1	2
38	2	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3	2	2
39	3	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3

40	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
41	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
42	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2
43	1	2	4	3	2	2	1	3	2	3	1	3	2	2
44	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	3	3	2	1
45	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
46	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2
47	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
48	3	2	2	2	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3
49	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
50	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
51	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
52	2	2	2	2	1	2	2	2	3	3	3	2	3	2
53	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3
54	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3
55	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
56	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3
57	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4
58	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3
59	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
60	3	2	3	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3	2
61	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3
62	4	3	2	1	3	3	2	1	1	1	2	1	2	2
63	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
64	3	3	3	3	3	3	3	2	2	1	1	1	2	4
65	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
66	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2
67	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
68	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2
69	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
70	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
71	1	3	2	4	4	1	1	3	3	4	4	4	4	2
72	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
73	3	2	2	2	3	3	2	2	2	3	2	3	2	2
74	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
75	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
76	3	2	2	3	3	2	3	2	2	2	3	2	3	2
77	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
78	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
79	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
80	3	2	2	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	2

Lampiran 2. Skor Jawaban Subjek Try Out Skala A (Kepuasan) aitem 92-102

SUBJEK	A92	A93	A94	A95	A96	A97	A98	A99	A100	A101	A102
1	3	2	1	1	2	2	1	2	2	2	1
2	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3
3	2	2	2	3	3	3	2	2	2	3	2
4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	2	3	1	3	3	3	2	2	4	3	1
6	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3
7	2	2	2	2	3	3	2	2	2	3	2
8	3	1	4	3	3	2	3	1	2	2	4
9	4	4	4	3	4	3	2	2	2	3	3
10	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3
11	2	1	2	3	1	2	3	2	2	1	3
12	2	3	2	3	3	3	2	2	2	3	3
13	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4
14	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3
15	4	3	3	3	2	3	3	3	3	2	4
16	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3
17	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3
18	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3
19	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3
20	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3
21	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
22	2	3	3	3	4	3	2	1	2	3	3
23	2	3	2	3	3	3	2	2	2	3	3
24	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3
25	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
26	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3
27	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2
28	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3
29	3	3	3	4	2	3	3	1	1	3	4
30	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3
31	4	2	4	4	4	2	3	3	3	3	4
32	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3
33	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4
34	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3
35	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	4
36	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3
37	4	2	1	2	4	1	1	2	2	1	3
38	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2
39	3	2	3	3	3	2	2	2	3	2	3

40	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3
41	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3
42	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3
43	3	4	3	2	2	2	4	2	3	2	1
44	3	2	2	3	2	3	2	3	2	3	3
45	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3
46	2	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3
47	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3
48	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3
49	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3
50	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
51	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3
52	2	2	2	1	3	2	2	4	2	3	3
53	3	3	3	3	4	3	3	1	3	3	3
54	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	3
55	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2
56	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3
57	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3
58	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3
59	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
60	2	2	3	3	3	3	2	1	2	2	3
61	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3
62	4	3	2	3	1	3	2	3	2	3	3
63	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3
64	4	3	1	3	3	2	3	4	3	3	1
65	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3
66	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2
67	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3
68	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3
69	3	3	3	3	2	2	3	4	3	3	3
70	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2
71	3	4	4	3	4	2	4	2	4	1	3
72	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3
73	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2
74	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
75	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
76	2	3	2	3	3	3	2	2	2	3	3
77	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3
78	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
79	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3
80	2	3	2	2	3	3	2	2	2	3	2

*Lampiran 3. Uji Validitas dan Reliabilitas Subjek Try Out Skala A (Kepuasan) Tahap 1*

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	80	98.8
	Excluded <sup>a</sup>	1	1.2
	Total	81	100.0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.975	102

**Item Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
A1	3.04	.538	80
A2	2.99	.584	80
A3	2.69	.739	80
A4	2.75	.626	80
A5	2.91	.660	80
A6	2.91	.620	80
A7	2.89	.636	80
A8	3.02	.573	80
A9	3.24	.557	80
A10	2.91	.679	80
A11	3.01	.646	80
A12	2.96	.538	80
A13	2.79	.724	80



A14	2.86	.470	80
A15	2.95	.418	80
A16	2.86	.470	80
A17	2.86	.522	80
A18	2.32	.652	80
A19	2.82	.612	80
A20	2.92	.522	80
A21	2.96	.462	80
A22	2.82	.522	80
A23	2.86	.568	80
A24	2.81	.553	80
A25	2.71	.620	80
A26	2.85	.695	80
A27	2.64	.733	80
A28	2.81	.576	80
A29	2.85	.677	80
A30	2.66	.826	80
A31	2.88	.460	80
A32	2.74	.568	80
A33	2.82	.497	80
A34	2.66	.550	80
A35	2.91	.508	80
A36	2.52	.675	80
A37	2.89	.551	80
A38	2.70	.644	80
A39	2.61	.738	80
A40	2.36	.716	80
A41	3.00	.477	80
A42	2.82	.546	80
A43	2.92	.546	80
A44	2.80	.560	80
A45	2.75	.703	80
A46	2.84	.583	80

A47	2.50	.796	80
A48	2.94	.512	80
A49	2.84	.625	80
A50	2.72	.746	80
A51	2.48	.795	80
A52	2.70	.701	80
A53	2.74	.568	80
A54	2.74	.611	80
A55	2.51	.746	80
A56	2.71	.640	80
A57	2.90	.648	80
A58	2.90	.565	80
A59	2.91	.599	80
A60	2.89	.551	80
A61	2.66	.615	80
A62	2.89	.574	80
A63	2.75	.585	80
A64	2.91	.578	80
A65	2.94	.559	80
A66	2.88	.603	80
A67	2.88	.537	80
A68	2.72	.675	80
A69	2.79	.630	80
A70	2.69	.756	80
A71	2.88	.582	80
A72	2.81	.677	80
A73	2.92	.522	80
A74	2.65	.553	80
A75	2.66	.615	80
A76	2.99	.562	80
A77	2.89	.551	80
A78	2.84	.605	80
A79	2.51	.675	80

A80	2.54	.655	80
A81	2.84	.665	80
A82	2.89	.595	80
A83	2.74	.568	80
A84	2.74	.707	80
A85	2.76	.661	80
A86	2.64	.661	80
A87	2.95	.593	80
A88	2.86	.590	80
A89	2.92	.569	80
A90	2.91	.532	80
A91	2.65	.618	80
A92	2.79	.610	80
A93	2.80	.582	80
A94	2.76	.680	80
A95	2.86	.545	80
A96	2.94	.581	80
A97	2.79	.495	80
A98	2.64	.621	80
A99	2.42	.725	80
A100	2.54	.635	80
A101	2.82	.546	80
A102	2.89	.636	80

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
A1	282.32	1106.703	.458	.975
A2	282.38	1108.794	.366	.975
A3	282.68	1100.096	.464	.975
A4	282.61	1094.392	.690	.975
A5	282.45	1098.934	.549	.975
A6	282.45	1098.732	.591	.975

A7	282.48	1102.683	.481	.975
A8	282.34	1108.834	.373	.975
A9	282.12	1107.858	.411	.975
A10	282.45	1092.909	.669	.975
A11	282.35	1098.838	.564	.975
A12	282.40	1107.838	.426	.975
A13	282.58	1094.728	.588	.975
A14	282.50	1113.063	.322	.975
A15	282.41	1110.929	.441	.975
A16	282.50	1107.722	.494	.975
A17	282.50	1102.759	.588	.975
A18	283.04	1136.467	-.307	.976
A19	282.54	1104.252	.462	.975
A20	282.44	1101.718	.617	.975
A21	282.40	1114.268	.289	.975
A22	282.54	1104.429	.539	.975
A23	282.50	1095.899	.723	.975
A24	282.55	1103.263	.539	.975
A25	282.65	1101.420	.525	.975
A26	282.51	1101.088	.473	.975
A27	282.72	1100.303	.464	.975
A28	282.55	1103.213	.519	.975
A29	282.51	1092.658	.677	.975
A30	282.70	1097.605	.459	.975
A31	282.49	1110.354	.418	.975
A32	282.62	1108.997	.372	.975
A33	282.54	1102.961	.611	.975
A34	282.70	1097.808	.694	.975
A35	282.45	1105.972	.508	.975
A36	282.84	1107.100	.353	.975
A37	282.48	1100.126	.628	.975
A38	282.66	1096.277	.626	.975
A39	282.75	1089.582	.683	.975

A40	283.00	1096.987	.546	.975
A41	282.36	1111.449	.368	.975
A42	282.54	1108.226	.409	.975
A43	282.44	1101.667	.591	.975
A44	282.56	1101.591	.578	.975
A45	282.61	1095.633	.586	.975
A46	282.53	1097.696	.656	.975
A47	282.86	1096.626	.496	.975
A48	282.42	1103.741	.570	.975
A49	282.53	1096.177	.648	.975
A50	282.64	1092.361	.618	.975
A51	282.89	1104.607	.344	.976
A52	282.66	1102.429	.440	.975
A53	282.62	1105.174	.474	.975
A54	282.62	1101.554	.529	.975
A55	282.85	1089.420	.678	.975
A56	282.65	1090.053	.779	.975
A57	282.46	1095.518	.640	.975
A58	282.46	1104.910	.484	.975
A59	282.45	1104.529	.465	.975
A60	282.48	1101.442	.592	.975
A61	282.70	1094.086	.711	.975
A62	282.48	1102.961	.528	.975
A63	282.61	1100.747	.575	.975
A64	282.45	1099.770	.608	.975
A65	282.42	1095.665	.741	.975
A66	282.49	1093.848	.731	.975
A67	282.49	1101.190	.615	.975
A68	282.64	1098.614	.544	.975
A69	282.58	1094.830	.675	.975
A70	282.68	1092.627	.604	.975
A71	282.49	1105.848	.445	.975
A72	282.55	1101.263	.483	.975

A73	282.44	1100.249	.660	.975
A74	282.71	1118.587	.122	.976
A75	282.70	1101.757	.521	.975
A76	282.38	1103.680	.519	.975
A77	282.48	1098.328	.678	.975
A78	282.53	1105.341	.440	.975
A79	282.85	1094.281	.642	.975
A80	282.82	1098.222	.570	.975
A81	282.53	1093.645	.667	.975
A82	282.48	1096.278	.679	.975
A83	282.62	1105.402	.468	.975
A84	282.62	1099.047	.509	.975
A85	282.60	1094.597	.649	.975
A86	282.72	1094.455	.652	.975
A87	282.41	1100.954	.561	.975
A88	282.50	1095.013	.718	.975
A89	282.44	1100.401	.601	.975
A90	282.45	1096.124	.766	.975
A91	282.71	1107.752	.371	.975
A92	282.58	1111.361	.287	.976
A93	282.56	1107.009	.414	.975
A94	282.60	1091.028	.711	.975
A95	282.50	1105.139	.495	.975
A96	282.42	1110.551	.323	.975
A97	282.58	1107.564	.473	.975
A98	282.72	1097.696	.615	.975
A99	282.94	1113.528	.193	.976
A100	282.82	1106.374	.393	.975
A101	282.54	1107.821	.420	.975
A102	282.48	1101.164	.517	.975

**Scale Statistics**

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
285.36	1.123E3	33.517	102



*Lampiran 4. Uji Validitas dan Reliabilitas Subjek Try Out Skala A (Kepuasan) Tahap 2*

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	80	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	80	100.0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.968	56

**Item Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
A10	2.91	.679	80
A61	2.66	.615	80
A16	2.86	.470	80
A23	2.86	.568	80
A28	2.81	.576	80
A29	2.85	.677	80
A33	2.82	.497	80
A40	2.36	.716	80
A41	3.00	.477	80
A46	2.84	.583	80
A55	2.51	.746	80
A56	2.71	.640	80
A57	2.90	.648	80
A60	2.89	.551	80
A63	2.75	.585	80



A64	2.91	.578	80
A65	2.94	.559	80
A66	2.88	.603	80
A67	2.88	.537	80
A68	2.72	.675	80
A77	2.89	.551	80
A82	2.89	.595	80
A84	2.74	.707	80
A86	2.64	.661	80
A90	2.91	.532	80
A94	2.76	.680	80
A97	2.79	.495	80
A98	2.64	.621	80
A1	3.04	.538	80
A78	2.84	.605	80
A54	2.74	.611	80
A88	2.86	.590	80
A73	2.92	.522	80
A80	2.54	.655	80
A19	2.82	.612	80
A38	2.70	.644	80
A72	2.81	.677	80
A79	2.51	.675	80
A20	2.92	.522	80
A81	2.84	.665	80
A35	2.91	.508	80
A11	3.01	.646	80
A49	2.84	.625	80
A75	2.66	.615	80
A44	2.80	.560	80
A100	2.54	.635	80
A5	2.91	.660	80
A4	2.75	.626	80

A53	2.74	.568	80
A22	2.82	.522	80
A6	2.91	.620	80
A13	2.79	.724	80
A15	2.95	.418	80
A93	2.80	.582	80
A24	2.81	.553	80
A31	2.88	.460	80

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
A10	154.09	394.562	.676	.967
A61	154.34	395.366	.715	.967
A16	154.14	403.411	.508	.968
A23	154.14	396.829	.711	.967
A28	154.19	401.445	.497	.968
A29	154.15	395.294	.650	.967
A33	154.17	401.184	.593	.968
A40	154.64	397.120	.547	.968
A41	154.00	406.000	.365	.968
A46	154.16	398.011	.640	.967
A55	154.49	392.456	.684	.967
A56	154.29	393.296	.769	.967
A57	154.10	396.471	.633	.968
A60	154.11	399.899	.592	.968
A63	154.25	400.114	.547	.968
A64	154.09	398.537	.623	.968
A65	154.06	395.907	.765	.967
A66	154.12	394.718	.758	.967
A67	154.12	399.604	.622	.968
A68	154.27	398.075	.546	.968

A77	154.11	397.924	.683	.967
A82	154.11	396.658	.684	.967
A84	154.26	398.196	.515	.968
A86	154.36	395.981	.640	.967
A90	154.09	396.815	.761	.967
A94	154.24	393.930	.699	.967
A97	154.21	403.638	.470	.968
A98	154.36	397.981	.600	.968
A1	153.96	403.353	.444	.968
A78	154.16	401.986	.449	.968
A54	154.26	400.019	.526	.968
A88	154.14	396.247	.709	.967
A73	154.07	398.956	.672	.967
A80	154.46	397.999	.567	.968
A19	154.17	401.311	.472	.968
A38	154.30	396.770	.625	.968
A72	154.19	400.053	.470	.968
A79	154.49	395.620	.639	.967
A20	154.07	400.323	.605	.968
A81	154.16	395.201	.666	.967
A35	154.09	402.258	.526	.968
A11	153.99	398.671	.548	.968
A49	154.16	397.024	.635	.967
A75	154.34	400.100	.519	.968
A44	154.20	400.947	.534	.968
A100	154.46	403.796	.354	.968
A5	154.09	397.828	.569	.968
A4	154.25	395.506	.696	.967
A53	154.26	402.424	.460	.968
A22	154.17	401.285	.558	.968
A6	154.09	398.056	.598	.968
A13	154.21	395.486	.599	.968
A15	154.05	405.441	.453	.968

A93	154.20	403.428	.405	.968
A24	154.19	400.610	.556	.968
A31	154.12	405.149	.425	.968

**Scale Statistics**

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
157.00	413.241	20.328	56

*Lampiran 5. Skala Try Out Persepsi terhadap Iklan*



# SKALA PENELITIAN



PROGRAM STUDI PSIKOLOGI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN  
KALIJAGA YOGYAKARTA 2015



## IDENTITAS

Nama : ..... (boleh menggunakan inisial atau nama samaran)

Tipe *smartphone* yang dipakai saat ini: .....

## PETUNJUK MENGERJAKAN

Bacalah setiap pernyataan dengan seksama, kemudian berilah tanda checklist (✓) pada salah satu jawaban yang sesuai dengan keadaan diri Anda. Terdapat empat pilihan jawaban, yaitu :

SS = Apabila pernyataan itu sangat Anda setujui

S = Apabila pernyataan itu Anda setujui

TS = Apabila pernyataan itu tidak Anda setujui

STS = Apabila pernyataan itu sangat Anda setujui

Setiap orang mempunyai jawaban yang berbeda. Pilihlah jawaban yang paling sesuai dengan keadaan diri anda karena semua jawaban benar. Kami sangat menghargai kejujuran Anda dalam menjawab pernyataan yang ada. Isilah dengan teliti dan jangan sampai ada jawaban yang terlewat.

**-Selamat Mengerjakan-**

Berilah tanda checklist (√) pada salah satu jawaban yang sesuai dengan keadaan diri Anda

No.	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
1.	Iklan <i>smartphone</i> yang berukuran besar akan menarik perhatian				
2.	Produk <i>smartphone</i> yang diiklankan lebih memiliki daya tarik				
3.	Membeli <i>smartphone</i> sesuai dengan keinginan				
4.	Membeli <i>smartphone</i> sesuai iklan menjadikan lebih percaya diri				
5.	Iklan <i>smartphone</i> yang menarik dapat menjadikan pembelian ulang				
6.	<i>Smartphone</i> yang saya beli iklannya membosankan				
7.	Satu iklan saja sudah cukup memberikan informasi <i>smartphone</i> yang akan dibeli				
8.	Membeli <i>smartphone</i> sesuai iklan, belum dapat memenuhi kebutuhan penggunaan <i>smartphone</i> saat ini				
9.	Meskipun banyak <i>smartphone</i> diiklankan, tidak memunculkan semangat untuk segera membelinya				
10.	<i>Smartphone</i> yang diiklankan tidak memiliki daya tarik untuk dibeli				
11.	<i>Smartphone</i> yang saya beli memiliki iklan dengan animasi yang menarik				
12.	Setelah melihat iklan maka mencaritahu lebih jauh tentang produk <i>smartphone</i> yang ingin dibeli				
13.	Membeli <i>smartphone</i> sesuai iklan, dapat memenuhi kebutuhan penggunaan <i>smartphone</i>				
14.	Melihat tayangan iklan yang disukai memunculkan semangat ingin segera membeli				
15.	<i>Smartphone</i> yang diiklankan lebih memiliki daya tarik untuk dibeli				
16.	Tampilan iklan <i>smartphone</i> yang berukuran kecil tidak menarik perhatian				



No.	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
17.	Karena produk <i>smartpone</i> yang dibeli diiklankan maka mengurangi daya tarik				
18.	Membeli <i>smartphone</i> tidak harus sesuai kebutuhan				
19.	Tidak membeli <i>smartphone</i> yang terdapat pada iklan menjadikan minder				
20.	Iklan <i>smartphone</i> yang menarik tidak mempengaruhi pembelian ulang				
21.	Perpaduan warna yang beragam pada iklan <i>smartphone</i> lebih menarik perhatian				
22.	Membeli <i>smartphone</i> karena sering melihat iklannya				
23.	Tampilan iklan produk <i>smartphone</i> sesuai dengan kebutuhan pembeli				
24.	Produk <i>smartphone</i> yang ditayangkan dalam iklan tidak menggiurkan untuk dibeli				
25.	Tidak takut kehabisan produk <i>smartphone</i> yang diiklankan, kalau tidak segera membeli				
26.	Iklan tidak mempengaruhi dalam keputusan pembelian				
27.	Iklan <i>smartphone</i> yang menjanjikan, memberikan keyakinan untuk membelinya				
28.	Melihat tayangan iklan <i>smartphone</i> yang disukai menjadikan pembelian ulang produk <i>smatphone</i>				
29.	Setelah melihat iklan <i>smartphone</i> , kemudian saya membelinya tanpa mencari info tentang produk <i>smartphone</i> yang akan dibeli				
30.	Komposisi warna pada iklan <i>smartphone</i> yang saya beli tidak menarik				
31.	Produk <i>smartphone</i> yang ditayangkan dalam iklan lebih menggiurkan untuk dibeli				
32.	Melihat tayangan iklan yang disukai memunculkan rasa takut akan kehabisan produk jika tidak segera membeli				

No.	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
33.	Opini pengguna <i>smartphone</i> yang ditayangkan dalam iklan dapat menguatkan keyakinan untuk membeli				
34.	Iklan <i>smartphone</i> yang memiliki perpaduan warna yang beragam, belum tentu dapat menarik perhatian				
35.	Saya tidak membeli produk <i>smartphone</i> yang jarang diiklankan				
36.	Tampilan iklan produk <i>smartphone</i> tidak sesuai dengan kebutuhan pembeli				
37.	Pembelian produk <i>smartphone</i> dipengaruhi oleh iklan				
38.	Setelah melihat iklan maka akan mencari informasi lagi tentang produk <i>smartphone</i> yang ingin dibeli				
39.	Iklan <i>smartphone</i> yang saya beli memiliki komposisi warna yang menarik				
40.	Komposisi warna pada iklan, menjadi perhatian saya saat membeli <i>smartphone</i>				
41.	<i>Smartphone</i> yang saya beli tidak memiliki tayangan iklan yang menarik				
42.	Tidak membeli produk <i>smartphone</i> yang tidak diketahui iklannya				
43.	Meski iklan <i>smartphone</i> menjanjikan, namun dapat menimbulkan keraguan untuk membelinya				
44.	Opini pengguna <i>smartphone</i> yang ditayangkan dalam iklan tidak dapat menguatkan keyakinan untuk membeli				
45.	Pernyataan dalam iklan sesuai dengan testimoni para pengguna <i>smartphone</i> tidak mempengaruhi keyakinan pada produk tersebut				
46.	Tidak terjadi pembelian ulang produk <i>smartphone</i> , meski melihat tayangan iklan <i>smartphone</i> yang disukai				
47.	Iklan yang menarik tidak mempengaruhi pembelian ulang produk <i>smartphone</i>				
48.	<i>Smartphone</i> yang saya beli memiliki tayangan iklan yang menarik				
49.	Iklan produk <i>smartphone</i> yang saya beli memiliki kolaborasi musik yang menarik				

No.	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
50.	Iklan produk <i>smartphone</i> yang dibintangi oleh artis terkenal lebih menarik				
51.	Produk <i>smartphone</i> yang ada iklannya lebih sering dibeli				
52.	Komposisi warna pada iklan, tidak menjadi perhatian saya saat membeli <i>smartphone</i>				
53.	Iklan produk <i>smartphone</i> yang saya beli menggunakan kolaborasi musik yang tidak menarik				
54.	Iklan produk <i>smartphone</i> yang saya beli tidak menarik, karena tidak dibintangi oleh artis terkenal				
55.	Pernyataan dalam iklan sesuai dengan testimoni para pengguna <i>smrtphone</i> , membuat produk tersebut lebih meyakinkan				
56.	Iklan yang menarik berpengaruh pada pembelian ulang produk <i>smartphone</i>				

**MOHON PASTIKAN TIDAK ADA JAWABAN YANG  
TERLEWATI...**

--Terimakasih atas kesediaannya dalam mengisi skala ini 😊 --

Lampiran 6. Skor Jawaban Subjek Try Out Skala B (Persepsi) aitem 1-17

SUBJEK	B1	B2	B3	B4	B5	B6	B7	B8	B9	B10	B11	B12	B13	B14	B15	B16	B17
1	3	4	3	3	3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3
2	4	4	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	4
3	4	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3
4	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	2	3
5	4	4	4	4	4	3	3	2	2	3	2	3	2	3	3	1	3
6	2	3	4	2	4	4	2	3	2	4	4	4	1	1	1	3	3
7	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3
8	3	3	4	2	2	3	3	2	1	2	3	4	2	2	3	2	3
9	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3
10	3	3	3	2	2	3	2	2	2	3	2	3	2	3	3	3	3
11	2	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	2	2	3	2	3
12	2	4	3	4	4	1	2	1	3	3	2	4	4	4	4	3	2
13	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3
14	2	4	1	1	2	3	3	2	1	4	4	3	1	3	3	3	3
15	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3
16	3	3	3	2	3	2	2	1	1	2	2	3	3	2	3	3	3
17	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3
18	2	4	3	2	3	3	1	2	2	3	2	4	3	2	3	3	3
19	3	4	4	3	3	3	3	2	3	4	3	4	2	2	3	2	4
20	3	3	3	2	3	3	3	2	1	3	3	3	3	2	3	2	2
21	4	4	4	3	4	1	3	3	2	3	2	3	2	2	3	1	3
22	3	3	3	2	3	3	3	1	3	3	3	4	2	3	3	2	4
23	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3
24	2	2	4	3	2	4	2	3	2	4	4	3	3	3	3	4	4
25	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	1	3	3	3	3	3	3
26	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	2	3	2	2	3	2	3
27	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	2	3
28	2	2	3	2	2	3	3	3	2	3	2	3	2	2	2	2	3
29	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2
30	3	3	3	3	3	1	2	1	2	2	2	3	3	3	3	2	3
31	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	2	3
32	3	3	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2
33	3	2	3	3	2	3	2	2	1	2	2	3	3	1	2	3	3
34	3	2	3	2	2	3	2	1	1	1	2	4	1	4	2	2	3
35	3	3	2	3	3	1	2	3	2	3	3	2	3	2	2	1	4
36	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3
37	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3

38	3	3	4	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3
39	3	4	4	3	3	3	2	2	2	2	3	3	4	3	3	3	2
40	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	2	3
41	1	3	4	1	1	3	3	1	1	3	4	2	2	2	2	1	3
42	4	3	3	2	3	2	3	4	2	2	4	2	1	1	4	2	3
43	2	3	4	2	2	3	2	2	2	3	2	4	3	2	2	3	4
44	3	4	3	2	2	3	3	2	2	3	2	3	2	2	3	3	3
45	2	3	4	2	2	4	4	2	3	2	2	3	4	2	1	1	3
46	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	2	4	3	2	3	2	3
47	3	4	4	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3
48	3	3	4	4	3	3	2	1	2	3	2	4	3	3	3	4	4
49	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3
50	4	4	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	4	4	4	2	3
51	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3
52	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	1	4	2	2	2	2	3
53	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	2	4
54	4	3	4	3	3	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3
55	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3
56	3	3	3	2	3	3	3	2	2	4	2	3	2	3	3	2	4
57	4	4	2	3	2	3	3	3	3	3	2	4	2	2	3	1	3
58	3	3	4	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3
59	2	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3
60	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3
61	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3
62	4	3	4	4	2	4	1	1	2	3	1	2	3	3	4	2	3
63	2	3	2	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3
64	3	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2	3	2	2	3	2	3
65	3	3	2	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2
66	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3
67	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3
68	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	2	3	3	2	3
69	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3
70	3	4	1	4	3	3	4	2	3	3	2	2	4	3	3	2	3
71	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3
72	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3
73	3	3	4	3	3	4	2	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3
74	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
75	4	4	2	4	4	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3
76	2	2	3	2	2	3	2	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3
77	1	2	2	2	3	4	2	2	1	1	3	3	2	1	2	3	3
78	3	3	4	3	2	2	2	1	2	2	4	4	3	3	4	2	3

<b>79</b>	4	4	4	4	3	3	2	2	3	3	2	4	3	2	3	2	4
<b>80</b>	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	3



Lampiran 6. Skor Jawaban Subjek Try Out Skala B (Persepsi) aitem 18-32

SUBJEK	B18	B19	B20	B21	B22	B23	B24	B25	B26	B27	B28	B29	B30	B31	B32
1	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2
2	3	3	3	4	3	3	3	2	3	4	3	3	3	4	2
3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2
4	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	2	3	2	2	2
5	3	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	3	3	3	2
6	4	4	3	2	2	3	3	2	1	2	3	4	3	2	1
7	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
8	4	4	2	3	1	3	3	1	1	3	2	4	3	3	1
9	4	4	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2
10	3	3	2	2	2	2	3	2	3	3	2	3	3	2	2
11	2	3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2
12	1	1	1	3	4	4	1	2	1	4	3	3	1	2	3
13	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2
14	2	4	2	4	2	3	3	4	3	4	1	3	3	4	1
15	2	3	2	3	2	3	3	2	2	3	2	3	2	3	2
16	3	4	1	3	2	3	2	3	2	3	2	4	2	3	2
17	2	4	2	3	2	3	1	1	1	2	2	4	3	2	1
18	3	3	2	3	2	3	3	1	2	2	2	2	2	3	2
19	4	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3
20	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	4	3	3	2
21	4	4	3	4	3	4	3	1	3	3	3	4	3	3	2
22	4	3	4	4	3	3	3	2	4	3	3	4	2	3	2
23	1	4	2	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2
24	4	4	4	3	1	3	3	2	1	1	1	2	4	1	1
25	3	4	4	3	1	3	2	3	2	2	2	3	3	3	1
26	3	4	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2
27	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
28	2	3	2	3	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	2
29	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2
30	4	3	2	3	3	3	3	1	2	3	3	3	1	2	2
31	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2
32	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2
33	4	4	1	3	1	4	2	1	2	3	2	4	3	2	2
34	4	4	2	3	2	3	2	2	1	2	2	4	3	2	2
35	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2
36	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
37	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2
38	2	3	3	3	2	3	3	2	3	2	2	3	3	3	2
39	3	4	3	3	3	3	2	3	2	2	3	2	3	3	3

40	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2
41	4	4	1	3	2	4	3	1	3	4	2	4	4	2	2
42	2	4	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2	2	2
43	3	4	2	3	1	3	3	2	2	3	2	4	3	3	1
44	4	3	2	3	2	3	3	2	3	2	2	4	3	2	2
45	4	3	1	2	1	3	3	2	3	1	1	1	1	2	3
46	3	3	2	3	2	3	3	3	3	4	2	4	3	3	2
47	4	4	2	2	2	3	3	1	3	3	2	4	4	3	1
48	2	4	2	4	1	3	2	2	2	4	2	3	3	2	2
49	3	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2
50	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2
51	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2
52	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	2	4	3	3	1
53	2	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	2
54	3	2	2	4	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3
55	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
56	3	4	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	1
57	3	3	2	4	3	2	3	2	3	2	2	3	3	2	2
58	1	4	4	2	1	3	2	4	2	2	2	3	3	2	1
59	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	2
60	3	3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	3	3	2	2
61	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2
62	4	2	3	2	4	2	1	3	2	3	2	2	2	2	1
63	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2
64	3	3	2	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2
65	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3	2	3	2	3	3
66	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2
67	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3
68	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3
69	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2
70	3	3	2	3	2	3	2	1	2	3	2	4	2	2	1
71	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2
72	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2
73	4	4	2	3	1	3	3	2	1	3	1	4	4	3	1
74	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2
75	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	2
76	3	4	4	3	2	3	3	2	2	2	2	4	3	2	1
77	4	4	2	2	1	1	3	4	4	2	2	3	2	2	2
78	2	1	2	2	3	4	1	2	2	3	4	3	2	3	2
79	4	3	3	3	1	2	3	3	2	2	2	4	3	2	3
80	2	3	2	2	3	2	2	3	2	2	3	3	2	3	3



Lampiran 6. Skor Jawaban Subjek Try Out Skala B (Persepsi) aitem 33-47

SUBJEK	B33	B34	B35	B36	B37	B38	B39	B40	B41	B42	B43	B44	B45	B46	B47
1	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3
2	3	2	2	3	4	4	2	3	3	2	2	3	3	3	3
3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3
4	2	3	2	2	3	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2
5	2	2	2	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2
6	2	1	4	2	2	4	3	3	4	4	1	1	1	3	2
7	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
8	2	2	3	3	3	4	3	3	3	3	2	2	3	2	1
9	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3
10	2	2	3	2	2	3	2	2	3	3	2	2	2	2	2
11	2	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3
12	4	4	3	1	4	4	4	4	2	1	3	2	2	1	1
13	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3
14	2	3	3	3	3	4	4	4	3	3	1	2	2	1	1
15	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2
16	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	3	2	2
17	1	2	3	2	2	3	3	2	2	3	1	3	2	2	3
18	3	2	3	3	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	3
19	3	2	2	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
20	3	3	3	2	3	4	3	3	2	3	1	3	3	3	3
21	2	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	2	2	3	3
22	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
23	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3
24	3	4	4	4	3	1	2	2	3	2	2	3	3	2	3
25	3	3	3	3	2	3	2	2	3	4	2	2	2	4	2
26	3	2	2	3	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2	2
27	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3
28	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	2	3
29	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	2	2	2
30	3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	2	2	2	3	2
31	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3
32	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2
33	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	2	2	3	2	3
34	2	2	3	3	1	4	3	2	3	3	2	1	1	1	1
35	3	2	2	2	3	2	3	4	2	3	2	2	2	2	3
36	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
37	2	3	3	3	2	2	3	2	3	3	2	3	2	2	2
38	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3
39	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2

40	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	2	3
41	2	3	2	2	3	3	3	2	2	3	1	1	2	1	1
42	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	2	3
43	3	2	2	3	2	4	3	3	3	3	2	3	3	2	3
44	2	3	3	2	2	3	3	2	3	3	2	3	3	1	1
45	2	1	2	4	3	2	1	1	1	1	4	4	3	1	3
46	3	2	3	3	3	4	2	3	3	1	2	3	3	2	2
47	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3
48	2	2	3	3	2	4	3	3	3	3	3	2	2	2	1
49	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2
50	3	2	2	3	4	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3
51	3	2	3	2	3	3	3	2	3	2	2	3	3	2	2
52	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	2	3
53	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3
54	3	2	2	3	3	4	2	3	2	2	2	2	1	2	2
55	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2
56	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3
57	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3
58	3	1	3	3	3	1	3	2	3	2	1	2	2	1	1
59	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2
60	3	2	2	3	2	3	2	3	3	2	2	2	3	2	3
61	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	2	2	2	2	2
62	1	3	3	2	3	2	3	2	3	2	4	3	2	1	3
63	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2
64	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2
65	3	3	2	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	2	2
66	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3
67	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2
68	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3
69	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3
70	3	2	2	2	1	4	3	2	3	2	2	2	2	1	2
71	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2
72	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3
73	2	3	3	3	1	3	3	2	4	2	4	3	4	2	2
74	3	2	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3
75	3	3	2	2	3	3	4	2	3	2	3	2	2	2	2
76	1	3	3	3	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2
77	2	2	3	3	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2
78	3	1	1	2	2	3	2	3	2	2	1	2	3	1	2
79	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2
80	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3

Lampiran 6. Skor Jawaban Subjek Try Out Skala B (Persepsi) aitem 48-56

SUBJEK	B48	B49	B50	B51	B52	B53	B54	B55	B56
1	2	2	3	3	3	2	2	3	3
2	3	3	3	3	3	3	2	3	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	2	2	2	2	2	3	3	2	2
5	2	2	2	3	2	3	3	3	2
6	3	3	2	2	3	3	3	3	3
7	3	3	3	3	3	3	3	3	3
8	3	3	2	3	3	3	3	3	3
9	3	3	3	3	2	3	3	3	3
10	2	3	2	2	2	2	3	2	2
11	3	3	3	3	3	2	3	3	3
12	3	3	3	3	2	3	3	3	3
13	3	2	2	3	3	3	3	3	3
14	3	2	1	4	3	3	4	2	1
15	2	2	2	3	2	2	3	2	2
16	2	2	1	2	2	3	3	3	2
17	2	3	2	3	3	2	3	3	3
18	2	2	2	3	2	3	3	3	3
19	3	3	3	3	2	3	3	3	3
20	3	3	4	3	3	3	3	3	4
21	2	2	3	3	3	3	2	2	3
22	3	3	2	2	2	3	3	3	4
23	3	3	3	4	1	1	1	3	3
24	2	2	2	2	3	3	3	2	2
25	3	2	1	1	4	4	4	2	1
26	2	2	3	3	2	2	2	3	2
27	3	3	3	3	3	3	3	3	3
28	3	2	2	2	2	3	3	2	3
29	2	3	2	2	2	2	3	3	2
30	2	2	2	2	2	2	2	3	3
31	3	3	3	3	3	3	3	3	2
32	3	3	2	3	2	3	3	3	3
33	3	3	2	2	2	3	3	3	3
34	3	2	3	3	2	3	3	3	2
35	2	3	3	3	1	4	2	3	2
36	2	3	3	3	3	3	3	3	3
37	3	3	2	3	2	3	3	2	2
38	3	3	3	3	3	3	3	3	3
39	3	4	2	3	2	3	3	3	3

40	3	3	3	3	3	3	3	3	2
41	3	3	2	2	3	3	3	3	1
42	2	3	2	2	2	2	3	2	2
43	3	3	1	3	3	3	4	4	1
44	3	3	2	2	2	3	3	3	2
45	1	2	1	4	2	4	3	4	2
46	2	3	3	4	2	3	4	3	3
47	4	4	3	3	3	3	3	3	2
48	2	2	2	2	1	3	3	3	2
49	2	3	2	3	2	2	3	3	3
50	3	2	4	4	3	2	3	3	4
51	3	3	3	3	3	3	3	3	2
52	3	3	2	2	2	3	2	3	2
53	3	3	2	3	3	3	3	3	3
54	2	2	2	3	3	3	3	4	3
55	3	3	3	3	3	3	3	3	3
56	3	3	2	3	2	2	3	3	2
57	2	2	3	3	3	3	3	3	2
58	3	3	3	3	2	3	3	3	3
59	3	3	3	3	3	2	2	3	2
60	2	2	2	3	3	2	3	2	2
61	3	3	2	3	3	3	3	3	3
62	3	3	2	3	3	3	1	3	2
63	3	3	3	3	3	3	3	2	3
64	3	3	3	3	2	3	3	3	3
65	2	3	3	2	2	2	2	2	3
66	3	3	3	3	3	3	3	3	3
67	3	3	3	3	2	2	3	3	3
68	3	3	2	3	2	2	3	2	3
69	3	3	3	3	3	2	3	3	3
70	1	2	2	3	2	3	3	3	2
71	3	3	3	3	3	3	3	3	2
72	3	2	3	3	2	3	3	3	3
73	3	3	2	2	2	3	4	3	2
74	2	3	3	3	3	3	3	3	3
75	3	3	4	4	1	2	2	3	3
76	3	3	2	2	2	3	3	2	2
77	2	2	2	2	2	3	3	2	3
78	2	3	3	2	2	1	2	2	3
79	3	2	3	3	2	2	2	3	3
80	3	2	3	2	3	3	2	3	2

*Lampiran 7. Uji Validitas dan Reliabilitas Subjek Try Out Skala B (Persepsi Terhadap Iklan) Tahap 1*

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	80	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	80	100.0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.814	56

**Item Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
B1	2.91	.679	80
B2	3.12	.582	80
B3	3.09	.679	80
B4	2.74	.707	80
B5	2.79	.650	80
B6	2.82	.632	80
B7	2.54	.615	80
B8	2.21	.650	80
B9	2.24	.641	80
B10	2.81	.597	80
B11	2.59	.706	80
B12	3.05	.571	80
B13	2.62	.700	80
B14	2.52	.656	80

B15	2.90	.565	80
B16	2.39	.665	80
B17	3.05	.447	80
B18	2.96	.770	80
B19	3.19	.658	80
B20	2.46	.711	80
B21	2.94	.536	80
B22	2.38	.769	80
B23	2.89	.528	80
B24	2.70	.560	80
B25	2.22	.693	80
B26	2.46	.693	80
B27	2.76	.641	80
B28	2.49	.636	80
B29	3.08	.652	80
B30	2.75	.606	80
B31	2.70	.560	80
B32	1.94	.559	80
B33	2.68	.591	80
B34	2.44	.633	80
B35	2.64	.557	80
B36	2.71	.532	80
B37	2.71	.620	80
B38	3.05	.634	80
B39	2.69	.565	80
B40	2.60	.587	80
B41	2.76	.509	80
B42	2.54	.615	80
B43	2.21	.650	80
B44	2.48	.595	80
B45	2.49	.595	80
B46	2.16	.645	80
B47	2.40	.668	80

B48	2.64	.557	80
B49	2.70	.513	80
B50	2.48	.675	80
B51	2.79	.589	80
B52	2.44	.613	80
B53	2.74	.568	80
B54	2.85	.553	80
B55	2.82	.471	80
B56	2.58	.671	80

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
B1	145.97	101.341	.420	.807
B2	145.76	102.234	.422	.807
B3	145.80	106.795	.021	.818
B4	146.15	103.243	.265	.811
B5	146.10	100.066	.542	.804
B6	146.06	106.692	.035	.817
B7	146.35	104.661	.199	.813
B8	146.67	103.868	.246	.812
B9	146.65	102.306	.372	.808
B10	146.07	101.994	.430	.807
B11	146.30	104.137	.202	.813
B12	145.84	105.277	.165	.813
B13	146.26	104.880	.152	.814
B14	146.36	104.766	.175	.813
B15	145.99	102.696	.396	.808
B16	146.50	108.076	-.070	.820
B17	145.84	105.378	.214	.812
B18	145.92	107.285	-.021	.820
B19	145.70	108.871	-.128	.821

B20	146.42	101.488	.388	.808
B21	145.95	102.605	.428	.808
B22	146.51	102.000	.319	.809
B23	146.00	105.266	.185	.813
B24	146.19	102.990	.373	.809
B25	146.66	106.935	.009	.818
B26	146.42	103.032	.287	.810
B27	146.12	102.642	.346	.809
B28	146.40	102.218	.382	.808
B29	145.81	107.471	-.026	.818
B30	146.14	103.361	.310	.810
B31	146.19	101.445	.513	.806
B32	146.95	106.808	.037	.816
B33	146.21	102.777	.369	.809
B34	146.45	105.365	.137	.814
B35	146.25	106.949	.025	.816
B36	146.17	105.209	.188	.813
B37	146.17	101.817	.427	.807
B38	145.84	104.264	.222	.812
B39	146.20	104.643	.224	.812
B40	146.29	103.144	.340	.809
B41	146.12	104.085	.308	.810
B42	146.35	107.268	-.008	.818
B43	146.67	104.602	.189	.813
B44	146.41	102.752	.368	.809
B45	146.40	104.015	.261	.811
B46	146.72	100.582	.506	.805
B47	146.49	102.759	.321	.810
B48	146.25	102.215	.446	.807
B49	146.19	104.888	.228	.812
B50	146.41	101.739	.393	.808
B51	146.10	103.838	.280	.811
B52	146.45	103.086	.328	.810



B53	146.15	105.496	.148	.814
B54	146.04	106.138	.096	.815
B55	146.06	105.528	.185	.813
B56	146.31	102.926	.306	.810

**Scale Statistics**

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
148.89	107.544	10.370	56

*Lampiran 8. Uji Validitas dan Reliabilitas Subjek Try Out Skala B (Persepsi Terhadap Iklan) Tahap 2*

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	80	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	80	100.0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.797	16

**Item Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
B48	2.64	.557	80
B50	2.48	.675	80
B41	2.76	.509	80
B52	2.44	.613	80
B2	3.12	.582	80
B22	2.38	.769	80
B37	2.71	.620	80
B26	2.46	.693	80
B27	2.76	.641	80
B33	2.68	.591	80
B44	2.48	.595	80
B9	2.24	.641	80
B5	2.79	.650	80
B31	2.70	.560	80
B46	2.16	.645	80

## Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
B48	2.64	.557	80
B50	2.48	.675	80
B41	2.76	.509	80
B52	2.44	.613	80
B2	3.12	.582	80
B22	2.38	.769	80
B37	2.71	.620	80
B26	2.46	.693	80
B27	2.76	.641	80
B33	2.68	.591	80
B44	2.48	.595	80
B9	2.24	.641	80
B5	2.79	.650	80
B31	2.70	.560	80
B46	2.16	.645	80
B10	2.81	.597	80

## Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
B48	38.96	22.619	.315	.791
B50	39.12	21.427	.435	.783
B41	38.84	23.631	.143	.801
B52	39.16	22.745	.252	.796
B2	38.48	21.696	.473	.781
B22	39.22	20.632	.483	.779
B37	38.89	21.443	.482	.779
B26	39.14	21.766	.364	.788
B27	38.84	21.961	.370	.788

B33	38.93	21.994	.407	.785
B44	39.12	22.668	.278	.794
B9	39.36	22.057	.354	.789
B5	38.81	20.964	.539	.775
B31	38.90	21.357	.565	.775
B46	39.44	21.515	.445	.782
B10	38.79	22.119	.378	.787

**Scale Statistics**

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
41.60	24.597	4.960	16

**LAMPIRAN B**



*Lampiran 9. Skala A (Kepuasan) dan Skala B (Persepsi terhadap Iklan)*



# SKALA PENELITIAN



RENGGANIS PUSPITORINI (11710012)  
MAHASISWA SKRIPSI  
PSIKOLOGI UIN SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA 2015



## IDENTITAS

Nama : .....

Jenis Kelamin: L/P \*lingkari salah satu

Usia : .....

Mahasiswa Universitas : .....

No Hp : .....

Merk dan seri *smartphone* yang dipakai: ..... (bila lupa atau tidak tahu, boleh tidak diisi)

Kategori pembelian: Baru/ Bekas \*lingkari salah satu

### PETUNJUK MENGERJAKAN

Bacalah setiap pernyataan dengan seksama, kemudian berilah tanda checklist (✓) pada salah satu jawaban yang sesuai dengan keadaan diri Anda. Terdapat empat pilihan jawaban, yaitu :

SS = Apabila sangat sesuai dengan keadaan diri Anda

S = Apabila sesuai dengan keadaan diri Anda

TS = Apabila tidak sesuai dengan keadaan diri Anda

STS = Apabila sangat tidak sesuai dengan keadaan diri Anda

Setiap orang mempunyai jawaban yang berbeda. Pilihlah jawaban yang paling sesuai dengan keadaan diri anda karena semua jawaban benar. Kami sangat menghargai kejujuran Anda dalam menjawab pernyataan yang ada. Isilah dengan teliti dan jangan sampai ada jawaban yang terlewat.

**-Selamat Mengerjakan-**



### SKALA A

Berilah tanda checklist (√) pada salah satu jawaban yang dipilih.

No.	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
1.	Kualitas <i>smartphone</i> yang saya beli sebanding dengan harga yang saya bayar				
2.	Saya kecewa, produk <i>smartphone</i> yang saya gunakan kurang berkualitas				
3.	Saya merasa kecewa dengan merk <i>smartphone</i> yang saya gunakan				
4.	Saya mengeluhkan pelayanan yang lambat saat membeli <i>smartphone</i>				
5.	Saya tidak mengeluhkan <i>smartphone</i> yang saya beli karena memiliki ketahanan <i>internal</i> (mesin) yang baik				
6.	Saya puas dengan desain <i>smartphone</i> yang saya beli ini				
7.	Kurangnya informasi layanan perbaikan <i>smartphone</i> yang diberikan membuat saya merasa kecewa membeli <i>smartphone</i> ini				
8.	Saya puas <i>smartphone</i> yang saya beli didukung oleh pelayanan yang baik dari penjual (toko)				
9.	Saya cocok dengan pelayanan pegawai toko <i>smartphone</i>				
10.	Saya kecewa dengan pelayanan yang diberikan toko <i>smartphone</i> karena kurang profesional				
11.	Saya kecewa dengan <i>smartphone</i> yang saya beli, karena saya merasa tidak <i>up to date</i>				
12.	Saya merasa puas dengan adanya informasi yang disediakan mengenai layanan perbaikan <i>smartphone</i> yang saya beli ini				
13.	Saya senang dengan kualitas merk <i>smartphone</i> yang saya beli memuaskan				
14.	Saya merasa dirugikan karena toko memberikan informasi yang kurang jelas terhadap <i>smartphone</i> yang saya beli				
15.	Harga <i>smartphone</i> yang saya beli sebanding dengan harapan saya terhadap produknya				
16.	<i>Smartphone</i> yang saya gunakan sesuai dengan harapan sehingga membuat saya merasa puas				
17.	Saya merasa ketidakramahan yang diberikan oleh toko ketika saya membeli <i>smartphone</i>				
18.	Saya merasa kecewa karena <i>smartphone</i> yang saya beli ini bukan merupakan produk berkualitas				

No.	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
19.	Tampilan produk <i>smartphone</i> yang saya beli tidak mengecewakan				
20.	Saya mengeluhkan <i>smartphone</i> yang saya beli				
21.	Saya mengeluhkan <i>smartphone</i> yang saya beli karena cepat panas				
22.	Saya merasakan telah dilayani dengan ramah saat membeli <i>smartphone</i>				
23.	Saya merasa puas karena <i>smartphone</i> yang saya beli ini merupakan produk unggulan				
24.	Saya mengeluhkan <i>smartphone</i> yang saya beli karena tidak berfungsi dengan baik saat dipakai				
25.	Membosankan, <i>smartphone</i> yang saya beli memiliki tampilan yang monoton				
26.	Saya merasa puas terhadap pelayanan toko yang tepat menangani gangguan <i>smartphone</i> yang saya beli				
27.	Setelah saya membeli <i>smartphone</i> pilihan saya, saya merasa kecewa dengan harganya				
28.	<i>Smartphone</i> yang saya beli mengecewakan, karena memiliki daya tahan baterai yang cepat habis				
29.	<i>Smartphone</i> yang saya gunakan mengecewakan, karena memiliki <i>fitur</i> yang tidak lengkap				
30.	Saya merasa puas karena <i>smartphone</i> yang saya beli ini merupakan produk berkualitas				
31.	Saya merasa dirugikan atas ketidaktepatan pelayanan gangguan <i>smartphone</i> yang saya beli				
32.	Kurangnya informasi yang disediakan mengenai layanan perbaikan <i>smartphone</i> yang saya beli membuat saya kecewa				
33.	<i>Smartphone</i> yang saya beli dengan harga murah membuat kualitasnya mengecewakan saya				
34.	Saya puas karena <i>smartphone</i> yang saya pakai sesuai dengan yang diiklankan				
35.	Saya puas karena <i>smartphone</i> yang saya beli berfungsi dengan baik saat dipakai				
36.	Saya senang, kebutuhan saya terpenuhi dengan adanya <i>fitur- fitur</i> yang lengkap pada <i>smartphone</i> yang saya gunakan				

No.	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
37.	Saya merasa toko memberikan kepuasan dalam kenyamanan layanan perbaikan <i>smartphone</i> yang saya beli ini				
38.	Saya merasa kecewa ketika berinteraksi dengan pelayan toko yang kurang ramah saat saya membeli <i>smartphone</i>				
39.	Saya puas dengan <i>smartphone</i> yang saya beli memiliki kualitas kamera yang sesuai dengan iklan				
40.	Saya puas dengan pelayanan yang diberikan oleh toko <i>smartphone</i>				
41.	Desain produk <i>smartphone</i> yang saya beli membuat saya cepat bosan				
42.	Pelayanan pasca pembelian <i>smartphone</i> membuat saya kecewa				
43.	Saya senang, <i>smartphone</i> yang saya beli memiliki spesifikasi yang sesuai dengan informasi dari penjual atau iklannya				
44.	Saya merasa tenang karena <i>smartphone</i> yang saya beli memiliki daya tahan batrai yang lama				
45.	Saya senang karena tidak mengalami keluhan ketika menggunakan <i>smartphone</i> yang saya beli ini				
46.	<i>Smartphone</i> yang saya beli cepat rusak sehingga mengecewakan				
47.	Fasilitas <i>smartphone</i> yang saya beli ternyata mengecewakan				
48.	<i>Smartphone</i> yang saya beli tidak mengecewakan karena bekerja dengan baik sejak awal pembelian				
49.	Saya bosan, <i>smartphone</i> yang saya beli ini pilihan desainnya sedikit				
50.	Saya kecewa, <i>smartphone</i> yang saya beli ketika dipakai tidak sesuai dengan yang diiklankan				
51.	Saya menyesal karena <i>smartphone</i> yang saya beli tidak sesuai dengan spesifikasi diiklan				
52.	Saya tidak merasa bosan saat membeli <i>smartphone</i> saya karena pegawainya ramah				
53.	Ternyata kualitas <i>smartphone</i> yang saya beli mengecewakan bila dibandingkan merk lain				
54.	Pelayanana pasca pembelian <i>smartphone</i> membuat saya puas				
55.	Saya senang, variasi desain <i>smarthpone</i> yang saya beli ini banyak pilihan				
56	<i>Fitur- fitur</i> menarik dari <i>smartphone</i> yang saya beli, lebih memuaskan dari merk lain				

**MOHON PASTIKAN TIDAK ADA JAWABAN YANG TERLEWATI...**

--Terimakasih atas kesediaannya dalam mengisi skala ini ☺ --

**PETUNJUK MENERJAKAN**

Bacalah setiap pernyataan dengan seksama, kemudian berilah tanda checklist (√) pada salah satu jawaban yang sesuai dengan keadaan diri Anda. Terdapat empat pilihan jawaban, yaitu :

SS = Apabila pernyataan itu sangat Anda setuju

S = Apabila pernyataan itu Anda setuju

TS = Apabila pernyataan itu tidak Anda setuju

STS = Apabila pernyataan itu sangat tidak Anda setuju

Setiap orang mempunyai jawaban yang berbeda. Pilihlah jawaban yang paling sesuai dengan keadaan diri anda karena semua jawaban benar. Kami sangat menghargai kejujuran Anda dalam menjawab pernyataan yang ada. Isilah dengan teliti dan jangan sampai ada jawaban yang terlewat.

**-Selamat Mengerjakan-**

**SKALA B**

Berilah tanda checklist (√) pada salah satu jawaban yang dipilih.

No	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
1.	Produk <i>smartphone</i> yang diiklankan lebih memiliki daya tarik				
2.	Iklan <i>smartphone</i> yang menarik dapat menjadikan pembelian ulang				
3.	Meskipun banyak <i>smartphone</i> diiklankan, tidak memunculkan semangat untuk segera membelinya				
4.	<i>Smartphone</i> yang diiklankan tidak memiliki daya tarik untuk dibeli				
5.	Membeli <i>smartphone</i> karena sering melihat iklannya				
6.	Iklan tidak mempengaruhi dalam keputusan pembelian				
7.	Iklan <i>smartphone</i> yang menjanjikan, memberikan keyakinan untuk membelinya				
8.	Produk <i>smartphone</i> yang ditayangkan dalam iklan lebih menggiurkan untuk dibeli				
9.	Opini pengguna <i>smartphone</i> yang ditayangkan dalam iklan dapat menguatkan keyakinan untuk membeli				
10.	Pembelian produk <i>smartphone</i> dipengaruhi oleh iklan				
11.	<i>Smartphone</i> yang saya beli tidak memiliki tayangan iklan yang menarik				
12.	Opini pengguna <i>smartphone</i> yang ditayangkan dalam iklan tidak dapat menguatkan keyakinan untuk membeli				
13.	Tidak terjadi pembelian ulang produk <i>smartphone</i> , meski melihat tayangan iklan <i>smartphone</i> yang disukai				
14.	<i>Smartphone</i> yang saya beli memiliki tayangan iklan yang menarik				
15.	Iklan produk <i>smartphone</i> yang dibintangi oleh artis terkenal lebih menarik				
16.	Komposisi warna pada iklan, tidak menjadi perhatian saya saat membeli <i>smartphone</i>				

**MOHON PASTIKAN TIDAK ADA JAWABAN YANG TERLEWATI...**

--Terimakasih atas kesediaannya dalam mengisi skala ini ☺ --

Lampiran 10. Skor Jawaban Subjek Skala A (Kepuasan) aitem 1-17

SUBJEK	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	A10	A11	A12	A13	A14	A15	A16	A17
1	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	2	3	2	2	3
3	2	2	3	2	3	2	2	3	4	2	4	3	3	1	3	2	2
4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3
5	3	3	4	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	4
6	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
7	3	3	3	3	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3
8	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
9	3	4	4	4	3	3	2	2	2	2	3	2	3	2	2	3	2
10	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3
11	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
12	3	3	3	1	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2
13	2	2	2	2	1	3	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
14	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3
15	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2
16	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4
17	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	3
18	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3
19	4	2	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
20	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3
21	4	3	4	2	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3
22	2	3	3	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	1	4	4	3
23	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	2	2	3	2	3	3
24	3	3	2	3	3	4	2	3	2	3	2	3	4	3	2	3	2
25	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3
26	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	2
27	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4
28	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
29	2	2	2	3	1	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	2	2
30	4	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3
31	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3
32	2	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	4	3	3	3	2	3
33	3	3	3	2	2	3	4	4	4	4	4	2	4	4	3	3	3
34	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3
35	3	3	2	3	2	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	2	3
36	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3
37	4	2	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3
38	4	1	4	3	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
39	3	2	3	3	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2	3	2	3

40	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3
41	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3
42	1	1	1	1	1	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	2	1
43	3	1	4	4	4	4	1	4	4	1	1	4	4	1	4	4	1
44	3	1	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3
45	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3
46	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	3	3	3
47	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
48	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	3	3	2	2	3
49	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3
50	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
51	4	1	2	3	4	2	1	1	2	3	4	1	2	2	2	2	4
52	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3
53	3	1	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3
54	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4
55	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3
56	3	1	3	2	2	3	1	2	3	1	2	3	3	2	3	3	2
57	2	2	2	1	3	4	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	3
58	3	2	2	3	1	4	3	3	2	3	3	3	1	3	2	1	3
59	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
60	4	2	3	2	1	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3
61	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	2	2	2	3	3	2	4
62	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3
63	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4
64	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3
65	4	2	3	1	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3
66	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2
67	2	3	3	3	2	3	4	3	3	4	4	4	2	3	2	2	3
68	4	3	3	3	4	4	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3
69	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	2	3	3
70	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3
71	2	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
72	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
73	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	1	2	2	2	3
74	4	3	3	3	4	3	3	3	2	4	3	3	4	3	4	3	3
75	3	4	4	2	2	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4
76	4	1	1	1	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4
77	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
78	3	2	3	4	3	4	3	3	4	3	2	2	2	2	3	3	3
79	4	3	3	3	2	3	2	3	3	2	1	4	4	3	2	3	2
80	3	3	3	1	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	3	3	3





122	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
123	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3
124	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
125	3	3	3	3	1	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
126	2	2	2	3	1	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3
127	3	3	4	4	3	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2
128	4	4	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3
129	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3
130	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
131	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3
132	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4
133	2	2	2	3	2	3	4	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	3
134	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3
135	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
136	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	2	4	4	3
137	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3
138	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3



Lampiran 10. Skor Jawaban Subjek Skala A (Kepuasan) aitem 18-32

SUBJEK	A18	A19	A20	A21	A22	A23	A24	A25	A26	A27	A28	A29	A30	A31	A32
1	3	3	3	1	4	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3
2	3	3	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3
3	4	4	2	3	3	4	2	3	4	2	2	1	3	1	2
4	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3
5	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2
6	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	2	2	3	3	3
7	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
8	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	2	4	3
9	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2
10	3	3	4	1	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	2
11	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3
12	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	1	2	2	2	2
13	2	2	2	1	2	2	3	1	2	1	1	1	1	1	2
14	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3
15	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	1	1	3	3	2
16	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3
17	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3
18	3	3	2	2	3	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2
19	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
20	3	3	3	3	4	4	3	3	2	3	3	4	4	4	4
21	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
22	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1
23	3	2	2	2	3	2	3	2	3	3	1	1	2	3	2
24	3	3	3	1	3	3	2	3	2	2	1	2	3	3	3
25	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3
26	3	4	4	1	3	2	2	3	3	2	1	3	2	3	2
27	4	3	3	2	4	4	3	3	4	3	2	3	3	3	3
28	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3
29	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3
30	3	4	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3
31	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3
32	2	3	2	2	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
33	3	3	4	1	4	4	4	4	4	1	1	1	4	2	2
34	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	2	2	2	3	3
35	3	3	2	3	3	2	1	3	3	3	3	3	3	3	3
36	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3
37	3	4	3	2	2	4	3	3	3	3	2	3	4	3	2
38	3	3	4	1	4	4	4	2	4	4	1	3	3	2	2
39	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2	3	2	3	2

40	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	1	1	2	3	2
41	3	3	3	3	2	2	2	2	2	4	3	3	3	3	3
42	4	3	3	1	4	4	2	3	4	2	1	4	4	3	1
43	1	4	1	2	3	3	2	2	3	2	1	1	4	2	2
44	2	3	2	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	3	3
45	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	3	3	2
46	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3
47	4	4	3	2	3	3	4	2	3	3	4	3	3	4	3
48	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	3	2
49	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
50	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3
51	3	4	2	3	1	3	3	3	1	2	4	3	4	2	1
52	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3
53	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3
54	3	1	3	2	3	3	2	3	3	4	2	3	3	4	2
55	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3
56	3	4	3	1	3	3	1	2	3	2	2	1	3	2	1
57	3	2	3	3	2	2	3	2	2	2	1	3	2	3	2
58	3	4	1	2	2	2	2	3	3	1	1	3	2	2	3
59	4	4	4	3	4	2	4	4	3	4	4	2	4	4	4
60	3	2	1	1	4	1	3	2	1	3	1	2	2	3	3
61	3	3	3	2	4	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2
62	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	1	2	2	2
63	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3
64	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3
65	2	3	3	2	4	3	2	4	3	4	2	2	4	1	1
66	2	4	2	2	4	4	3	3	3	2	2	1	2	2	1
67	2	3	2	3	4	2	3	4	3	1	3	3	2	3	3
68	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3
69	3	4	1	1	4	2	3	2	4	1	1	2	3	3	3
70	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2
71	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
72	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
73	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2
74	4	3	3	2	3	2	4	3	2	3	3	3	3	3	2
75	2	4	4	1	3	3	4	4	4	4	2	4	4	4	4
76	4	3	3	4	3	3	4	1	3	3	3	2	3	3	2
77	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
78	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	2	2	3	2
79	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2
80	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3	3	3	2	3	2

81	2	4	2	2	4	2	4	1	1	2	1	3	2	4	1
82	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2
83	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3
84	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3
85	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3
86	3	3	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	2	3	2
87	3	3	3	4	2	3	3	3	3	4	4	3	3	2	1
88	3	3	3	1	3	3	2	1	2	3	1	1	3	3	1
89	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	3	2	2	3	2
90	4	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	2
91	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2
92	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3
93	4	4	4	1	4	2	3	4	4	3	1	3	2	4	4
94	3	3	3	2	3	2	3	2	2	2	1	1	3	2	2
95	4	3	3	2	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	2
96	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	2
97	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3
98	2	2	2	1	2	2	1	1	2	1	1	1	2	1	3
99	4	3	3	3	4	3	3	1	4	4	3	3	3	4	4
100	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	1	3	3	3	3
101	3	4	4	1	4	3	3	4	3	3	1	4	3	3	3
102	3	3	3	2	3	3	2	4	3	4	3	3	3	3	3
103	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4
104	4	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
105	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2
106	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
107	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
108	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
109	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	1	1	2	2	3
110	3	3	2	2	4	2	3	3	4	3	1	3	3	3	2
111	4	3	3	3	1	1	2	3	4	1	4	4	1	4	3
112	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
113	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	1	3	3	3	2
114	3	2	2	2	3	3	2	3	2	3	2	2	2	3	2
115	3	3	3	3	2	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3
116	3	3	2	1	3	3	2	3	3	2	1	3	3	3	2
117	3	3	3	3	3	2	4	3	3	4	3	3	3	3	3
118	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2
119	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3
120	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	4	3	4	4
121	2	3	2	3	3	2	2	3	2	3	2	3	2	3	3

<b>122</b>	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
<b>123</b>	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3
<b>124</b>	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3
<b>125</b>	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2
<b>126</b>	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	1	2	2	2	3
<b>127</b>	3	3	4	2	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2
<b>128</b>	3	3	3	3	3	4	4	3	2	3	1	3	3	2	3
<b>129</b>	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3
<b>130</b>	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
<b>131</b>	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
<b>132</b>	3	3	4	3	3	2	2	3	2	4	1	3	3	3	2
<b>133</b>	4	4	2	1	4	4	1	2	3	2	3	1	3	3	3
<b>134</b>	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	2
<b>135</b>	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
<b>136</b>	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3
<b>137</b>	2	3	1	1	3	3	3	2	3	2	3	2	2	1	1
<b>138</b>	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3



Lampiran 10. Skor Jawaban Subjek Skala A (Kepuasan) aitem 33-47

SUBJEK	A33	A34	A35	A36	A37	A38	A39	A40	A41	A42	A43	A44	A45	A46	A47
1	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3
2	2	2	3	2	2	3	2	2	1	3	2	2	2	3	3
3	1	2	2	1	3	1	3	4	2	1	3	4	3	1	2
4	4	3	4	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3
5	3	2	3	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	3	3
6	2	2	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3
7	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2
8	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
9	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2
10	1	3	3	3	2	3	1	3	3	3	3	3	3	4	3
11	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3
12	3	2	3	3	2	2	2	2	2	3	3	2	3	2	2
13	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
14	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	4
15	2	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3
16	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3
17	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3
18	3	3	3	2	2	2	3	3	2	3	3	2	2	3	3
19	1	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
20	4	4	4	3	3	2	3	3	3	4	4	3	3	4	4
21	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
22	1	2	2	2	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1
23	3	3	3	2	2	3	1	2	2	3	3	1	1	2	2
24	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	2	3
25	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3
26	3	3	3	3	3	4	1	1	2	3	2	1	1	2	4
27	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	4
28	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2
29	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	3	2	2	3	3
30	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3
31	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3
32	3	3	2	2	3	2	4	4	2	3	3	2	2	1	2
33	3	3	3	3	4	3	1	1	1	3	2	1	1	3	4
34	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	2	3	3
35	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2
36	2	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3	3
37	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3
38	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4
39	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3

40	2	2	2	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2
41	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
42	3	3	3	2	1	2	3	2	2	3	1	3	4	2	3
43	2	3	3	3	3	2	3	1	1	1	3	3	4	1	3
44	2	2	2	3	3	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2
45	3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3
46	2	3	3	4	2	3	2	2	3	2	3	2	3	3	3
47	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	2	3	3
48	3	3	2	2	2	2	3	2	3	3	2	3	2	3	2
49	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3
50	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3
51	2	4	1	2	4	1	2	1	3	1	4	1	1	4	3
52	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3
53	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3
54	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3
55	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2
56	2	3	2	3	4	2	3	2	2	2	2	4	3	2	1
57	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	3	2	2
58	3	2	1	2	3	3	3	3	3	3	1	2	1	1	1
59	4	4	4	2	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
60	1	2	4	2	2	3	2	2	2	3	2	1	3	2	3
61	1	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2
62	1	2	3	2	2	3	1	2	1	2	2	2	3	4	3
63	2	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4
64	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	4	4
65	2	2	2	3	4	2	3	4	4	3	3	4	4	2	1
66	3	4	3	2	1	1	3	2	1	2	4	3	4	2	2
67	3	2	3	3	3	3	1	3	4	4	3	3	1	4	3
68	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
69	1	4	4	4	4	3	4	4	1	3	4	1	2	2	3
70	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
71	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3
72	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
73	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	1	2	2	2
74	2	4	4	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3
75	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	1	1	1	4
76	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3
77	2	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	2	2	3	3
78	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3
79	2	3	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2
80	2	3	3	2	2	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3

81	1	1	1	3	4	4	1	4	3	4	1	1	1	3	2
82	3	1	2	2	2	2	2	2	3	1	1	2	2	2	1
83	3	2	3	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3
84	4	4	4	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	4	4
85	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3
86	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3
87	2	3	4	3	2	2	3	2	3	2	3	3	3	4	3
88	2	3	3	4	3	2	1	2	3	2	2	1	2	2	2
89	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	3	3	3	2	3
90	1	2	3	3	3	3	1	2	3	2	2	3	3	3	2
91	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2
92	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3
93	4	4	4	4	4	1	4	4	1	3	3	1	2	4	4
94	3	3	3	2	3	3	3	3	1	3	3	2	2	3	2
95	2	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	2	4	4	4
96	3	3	3	4	3	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3
97	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3
98	1	2	1	1	2	3	2	2	2	2	2	1	1	3	2
99	3	3	3	4	4	3	3	3	2	3	4	4	3	4	4
100	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	2	3	3
101	1	4	4	4	3	1	3	3	3	3	3	2	3	3	3
102	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3
103	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4
104	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
105	3	2	3	3	2	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3
106	4	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3
107	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3
108	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3
109	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2
110	3	2	3	3	4	1	3	4	3	2	2	2	2	3	3
111	4	4	4	4	3	3	3	2	3	4	1	3	3	3	3
112	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3
113	1	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	1	2	3	3
114	3	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2
115	4	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3
116	1	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	1	2	2	3
117	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
118	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2
119	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3
120	3	2	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4
121	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2



<b>122</b>	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3
<b>123</b>	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3
<b>124</b>	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4
<b>125</b>	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3
<b>126</b>	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2
<b>127</b>	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3
<b>128</b>	3	3	4	4	4	1	4	3	2	2	3	1	2	3	3
<b>129</b>	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3
<b>130</b>	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3
<b>131</b>	4	3	3	3	3	3	1	3	3	3	2	3	3	3	3
<b>132</b>	3	2	2	3	2	3	1	2	3	2	3	2	2	4	4
<b>133</b>	4	2	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	1	2
<b>134</b>	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3
<b>135</b>	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
<b>136</b>	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	2	2	4	3
<b>137</b>	1	4	3	3	2	3	2	2	2	2	3	4	4	2	2
<b>138</b>	2	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3



Lampiran 10. Skor Jawaban Subjek Skala A (Kepuasan) aitem 48-56

SUBJEK	A48	A49	A50	A51	A52	A53	A54	A55	A56	JUMLAH
1	3	3	3	3	3	2	4	3	2	163
2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	134
3	2	2	1	2	4	3	3	3	4	140
4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	176
5	2	2	3	3	2	2	2	2	3	147
6	2	2	2	3	3	2	3	2	2	150
7	2	2	2	2	2	2	2	2	2	118
8	3	3	3	3	3	4	3	3	3	172
9	2	2	2	2	2	2	2	2	2	132
10	4	3	3	3	2	3	3	3	3	168
11	3	3	3	3	3	3	3	2	2	158
12	2	2	2	2	3	3	3	3	2	134
13	2	2	2	2	2	2	2	2	2	105
14	3	3	3	3	2	3	2	3	3	168
15	2	2	2	3	3	3	3	3	3	150
16	3	3	3	3	3	3	3	3	3	183
17	3	2	3	3	2	3	3	2	2	151
18	3	2	3	3	2	2	2	2	2	140
19	3	3	3	3	3	2	3	2	2	162
20	4	2	2	2	2	3	2	4	4	175
21	3	3	3	3	3	3	3	3	3	172
22	1	1	1	1	1	1	2	2	2	97
23	3	2	3	3	3	1	3	2	2	134
24	2	2	3	3	2	2	2	2	3	144
25	3	3	3	3	3	2	3	2	2	163
26	3	3	4	3	3	1	3	1	1	149
27	4	3	3	4	3	3	4	3	1	182
28	3	2	3	3	2	3	3	3	3	156
29	2	2	3	3	3	2	3	2	3	145
30	2	3	3	3	2	3	3	3	3	164
31	4	2	3	3	3	3	3	3	4	189
32	2	2	2	3	3	2	2	3	3	149
33	4	1	4	3	4	1	4	3	3	160
34	3	2	3	3	2	2	2	2	2	147
35	2	3	2	2	3	3	3	3	3	157
36	3	3	3	3	3	3	3	3	3	156
37	2	3	3	3	3	3	3	4	3	168
38	4	3	4	4	4	4	4	3	3	192
39	3	3	3	3	2	2	3	2	2	145

40	2	2	2	2	3	3	2	3	2	138
41	3	1	3	3	3	3	3	3	3	157
42	3	3	1	3	1	2	1	4	1	134
43	2	1	1	4	1	1	4	2	2	136
44	2	3	3	3	3	2	2	3	3	140
45	2	3	3	3	2	3	3	3	3	153
46	3	3	3	3	2	2	3	2	3	150
47	3	2	3	3	3	3	3	2	3	171
48	3	3	3	3	2	2	3	2	2	140
49	3	3	3	3	3	3	3	3	2	156
50	3	3	3	3	3	3	3	3	2	159
51	3	2	3	3	1	1	1	1	1	129
52	3	3	3	3	3	2	2	3	2	156
53	3	4	4	4	3	4	3	4	4	197
54	2	3	3	4	2	3	3	3	3	173
55	3	3	2	3	3	3	3	3	3	153
56	3	1	2	2	3	2	2	3	4	132
57	2	3	3	3	2	2	1	3	3	136
58	1	3	1	2	3	2	2	2	2	126
59	4	4	4	4	3	4	3	1	3	208
60	2	1	3	2	3	1	2	2	1	126
61	3	2	3	3	3	2	3	2	2	145
62	3	2	3	3	2	2	2	2	2	132
63	4	3	3	3	3	4	4	3	3	190
64	3	3	3	3	2	3	2	2	2	175
65	4	3	4	4	4	4	4	3	3	171
66	2	4	2	3	4	2	2	2	4	150
67	1	3	3	3	4	2	3	2	1	156
68	3	3	3	3	3	3	3	3	3	168
69	4	1	1	1	3	3	3	1	3	157
70	3	3	3	3	3	3	3	3	3	164
71	3	3	3	3	3	3	2	3	3	164
72	2	2	3	3	2	2	3	2	1	161
73	2	3	2	2	2	1	2	2	1	113
74	3	3	3	4	2	4	2	3	3	172
75	3	4	4	4	3	4	3	3	3	184
76	3	3	2	3	3	3	3	3	3	170
77	3	3	2	2	3	2	3	2	2	157
78	3	3	3	3	3	2	2	3	2	155
79	2	2	2	3	2	2	2	3	4	136
80	2	3	3	3	3	3	2	3	3	151

81	3	2	1	1	4	1	4	1	1	139
82	2	2	2	2	2	2	2	3	3	111
83	2	2	2	3	2	3	2	2	2	142
84	3	3	4	3	3	3	4	2	3	188
85	3	3	3	3	2	3	3	3	3	162
86	2	2	3	3	3	2	3	2	2	148
87	3	3	4	3	3	3	2	4	3	157
88	2	2	3	3	2	3	2	3	3	131
89	2	3	3	3	2	2	3	3	3	144
90	2	3	1	1	3	3	2	2	2	140
91	2	2	2	2	2	2	2	2	2	116
92	2	3	3	3	3	2	2	3	3	161
93	2	4	4	4	3	4	4	3	3	175
94	2	1	3	3	2	2	2	3	2	142
95	3	3	3	3	3	3	3	3	3	175
96	3	2	3	3	3	1	2	2	2	150
97	3	2	3	3	2	3	3	2	3	159
98	1	2	1	2	2	1	1	2	2	102
99	3	4	3	3	3	4	3	3	3	180
100	3	3	3	3	3	3	3	3	2	156
101	3	3	4	3	3	3	3	3	3	176
102	2	3	3	4	3	4	3	3	3	168
103	4	2	3	3	4	4	4	2	4	201
104	3	2	3	3	3	3	3	2	3	163
105	3	3	2	2	3	3	2	3	3	149
106	3	3	3	3	3	3	3	2	3	172
107	3	2	3	3	3	3	3	2	3	162
108	2	2	3	3	3	3	3	3	3	166
109	2	2	2	2	3	1	3	2	2	123
110	2	3	3	4	4	3	4	3	2	152
111	2	4	3	3	3	3	1	4	4	169
112	3	3	3	3	3	3	3	3	3	172
113	2	2	3	2	3	2	3	2	2	146
114	2	2	2	2	2	2	1	1	1	128
115	3	3	3	3	2	3	3	3	3	162
116	3	3	3	4	3	3	3	3	2	153
117	4	4	3	3	3	4	3	2	3	180
118	2	2	2	2	3	2	3	2	3	129
119	4	3	3	3	3	3	3	3	3	171
120	1	4	3	3	2	3	3	4	4	174
121	2	3	3	3	2	2	2	2	2	148

<b>122</b>	2	3	3	3	3	3	3	3	2	168
<b>123</b>	2	3	3	3	3	3	3	3	3	161
<b>124</b>	3	4	3	4	3	3	3	3	3	183
<b>125</b>	3	3	3	3	3	3	3	2	3	156
<b>126</b>	3	2	2	2	2	2	2	2	2	122
<b>127</b>	3	3	3	3	3	3	2	2	2	151
<b>128</b>	4	1	3	3	2	3	2	1	4	157
<b>129</b>	3	3	3	3	3	3	3	3	3	159
<b>130</b>	3	3	3	3	3	2	3	3	2	160
<b>131</b>	3	3	2	2	3	3	3	3	3	168
<b>132</b>	3	2	3	3	3	2	2	2	2	153
<b>133</b>	3	2	3	3	3	1	3	2	1	143
<b>134</b>	3	2	3	3	3	3	3	3	3	158
<b>135</b>	3	3	2	3	2	3	3	2	3	163
<b>136</b>	3	3	3	3	3	4	3	3	2	167
<b>137</b>	3	1	2	2	3	1	3	3	4	140
<b>138</b>	2	3	3	3	2	3	3	3	3	165



40	3	2	1	2	1	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	39
41	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	2	46
42	1	4	2	3	4	4	4	2	4	2	1	3	1	3	3	3	44
43	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	1	1	4	4	1	38
44	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	36
45	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	3	2	1	1	3	32
46	4	3	2	3	4	3	4	3	3	4	3	3	2	2	2	2	47
47	3	4	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	2	2	2	3	43
48	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	3	3	2	39
49	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	47
50	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	46
51	4	2	1	3	4	1	3	3	3	4	1	2	1	1	4	2	39
52	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	35
53	4	4	2	4	2	4	3	4	4	4	4	3	2	2	4	3	53
54	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	2	3	50
55	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	39
56	4	4	2	2	3	3	4	3	3	3	1	2	1	3	4	1	43
57	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	44
58	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	4	4	58
59	1	3	2	2	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1	26
60	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	57
61	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	2	3	3	47
62	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	44
63	3	3	3	3	2	1	3	2	4	3	1	3	2	2	1	2	38
64	3	3	3	3	2	1	3	3	3	1	3	3	3	3	2	2	41
65	4	4	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	4	4	3	49
66	2	2	2	2	4	2	2	4	2	3	3	1	2	3	4	1	39
67	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	2	4	4	53
68	3	2	2	3	2	2	2	3	3	2	3	2	2	3	4	3	41
69	3	1	3	3	1	2	3	3	3	3	1	2	1	2	2	1	34
70	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	4	3	2	4	3	3	46
71	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	44
72	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	46
73	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	40
74	3	3	3	3	1	3	3	3	2	3	1	2	2	2	2	2	38
75	2	2	2	3	1	1	1	2	3	2	4	2	3	4	1	3	36
76	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	46
77	4	3	4	3	2	4	3	3	3	3	3	4	3	2	3	4	51
78	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	47
79	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	35
80	3	3	2	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	2	2	2	40

81	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	1	4	2	55
82	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	46
83	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
84	2	1	1	3	1	1	2	2	2	1	1	2	2	1	4	1	27
85	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	2	2	3	2	41
86	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	46
87	3	3	2	3	1	2	3	3	3	2	4	3	1	3	3	2	41
88	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	53
89	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	44
90	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	1	2	2	1	2	2	40
91	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	46
92	3	3	2	3	2	2	2	2	3	2	3	2	2	3	2	3	39
93	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1	1	3	1	4	26
94	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	2	4	3	57
95	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	1	1	40
96	2	3	2	3	3	3	2	4	4	4	1	3	2	2	3	2	43
97	3	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	39
98	2	2	1	3	2	1	2	2	3	1	2	1	3	2	2	3	32
99	3	3	1	4	2	3	3	2	2	2	4	3	2	3	2	2	41
100	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
101	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	54
102	4	2	2	3	2	1	2	2	3	2	2	3	2	2	2	1	35
103	4	4	2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	61
104	3	4	2	3	2	3	4	4	3	3	3	3	2	2	3	3	47
105	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	42
106	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	3	41
107	3	4	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	4	3	47
108	4	2	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	2	3	42
109	2	4	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	44
110	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	55
111	4	3	3	2	1	1	2	2	1	3	4	3	3	1	3	4	40
112	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	47
113	4	3	2	3	2	2	3	3	3	2	3	2	2	3	2	3	42
114	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	44
115	3	2	3	3	2	3	2	2	2	2	3	2	2	3	1	1	36
116	3	2	1	3	1	2	3	2	4	2	2	4	3	2	2	3	39
117	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	1	3	35
118	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	2	43
119	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	48
120	3	3	1	1	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	44
121	4	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	2	4	2	44



<b>122</b>	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	41
<b>123</b>	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	44
<b>124</b>	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	4	3	49
<b>125</b>	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	38
<b>126</b>	2	2	2	2	4	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	43
<b>127</b>	3	4	2	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	42
<b>128</b>	4	3	3	3	2	2	4	4	3	2	3	3	3	2	3	3	47
<b>129</b>	2	3	3	3	3	1	4	4	4	4	3	3	3	3	2	3	48
<b>130</b>	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	44
<b>131</b>	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	1	48
<b>132</b>	3	2	3	3	1	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	1	40
<b>133</b>	3	2	2	3	2	2	3	3	4	3	2	2	2	2	3	3	41
<b>134</b>	3	3	2	3	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	2	3	39
<b>135</b>	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
<b>136</b>	2	2	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	1	39
<b>137</b>	2	2	2	2	2	1	4	3	3	3	1	2	3	3	4	3	40
<b>138</b>	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	45

*Lampiran 12. Uji Normalitas*

**Descriptive Statistics**

	N	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
KEPUASAN	138	154.72	19.832	97	208
PERSEPSI	138	43.46	6.104	26	61

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		KEPUASAN	PERSEPSI
N		138	138
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	154.72	43.46
	Std. Deviation	19.832	6.104
Most Extreme Differences	Absolute	.069	.098
	Positive	.047	.098
	Negative	-.069	-.080
Kolmogorov-Smirnov Z		.812	1.150
Asymp. Sig. (2-tailed)		.525	.142
a. Test distribution is Normal.			

## Lampiran 13. Uji Linieritas

## Case Processing Summary

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
KEPUASAN * PERSEPSI	138	100.0%	0	.0%	138	100.0%

## Report

## KEPUASAN

PERSE PSI	Mean	N	Std. Deviation
26	191.50	2	23.335
27	188.00	1	.
31	168.00	1	.
32	127.50	2	36.062
34	144.50	2	17.678
35	160.00	4	18.762
36	161.00	4	18.074
38	158.80	5	22.521
39	151.27	11	11.297
40	148.88	8	19.105
41	168.00	12	10.854
42	141.80	5	26.205
43	148.87	8	19.910
44	144.74	19	15.609
45	165.20	5	22.061
46	150.00	11	20.115
47	158.27	11	7.669
48	158.89	9	12.673
49	177.00	2	8.485
50	161.00	2	16.971

51	157.00	1	
52	150.00	1	
53	161.33	3	33.322
54	176.00	1	
55	132.00	3	24.269
57	134.00	2	11.314
58	157.50	2	44.548
61	201.00	1	
Total	154.72	138	19.832

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KEPUASAN	Between Groups	(Combined)	18891.783	27	699.696	2.199	.002
* PERSEPSI		Linearity	274.484	1	274.484	.863	.355
		Deviation from Linearity	18617.299	26	716.050	2.251	.002
	Within Groups		34993.753	110	318.125		
	Total		53885.536	137			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
KEPUASAN * PERSEPSI	-.071	.005	.592	.351

*Lampiran 14. Uji Hipotesis*

**Correlations**

		KEPUASAN	PERSEPSI
KEPUASAN	Pearson Correlation	1	-.071
	Sig. (1-tailed)		.203
	N	138	138
PERSEPSI	Pearson Correlation	-.071	1
	Sig. (1-tailed)	.203	
	N	138	138