

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa sebagai berikut:

1. Variabel pelayanan jasa kehandalan harapan terhadap kepuasan konsumen dilakukan uji hipotesis ada pengaruh yang signifikan, hal ini mengidentifikasi bahwa ada pengaruh kehandalan harapan terhadap kepuasan konsumen di Hotel Nirwana Jakarta Timur hal tersebut dapat dilihat pada uji t yang menunjukkan hubungan besaran $t_{hitung} = 3,430 > t_{tabel} = 1,661$. Variabel pelayanan jasa kehandalan kinerja terhadap kepuasan konsumen ada pengaruh yang signifikan di Hotel Nirwana Jakarta Timur, hal tersebut dapat dilihat pada uji t yang menunjukkan hubungan besaran $t_{hitung} = 3,618 > t_{tabel} = 1,661$.
2. Variabel pelayanan jasa kesigapan harapan terhadap kepuasan konsumen dilakukan uji hipotesis ada pengaruh yang signifikan, hal ini mengidentifikasi bahwa ada pengaruh kesigapan harapan terhadap kepuasan konsumen di Hotel Nirwana Jakarta Timur hal tersebut dapat dilihat pada uji t yang menunjukkan hubungan besaran $t_{hitung} = 2,318 > t_{tabel} = 1,661$. Variabel pelayanan jasa kesigapan kinerja terhadap kepuasan konsumen ada pengaruh

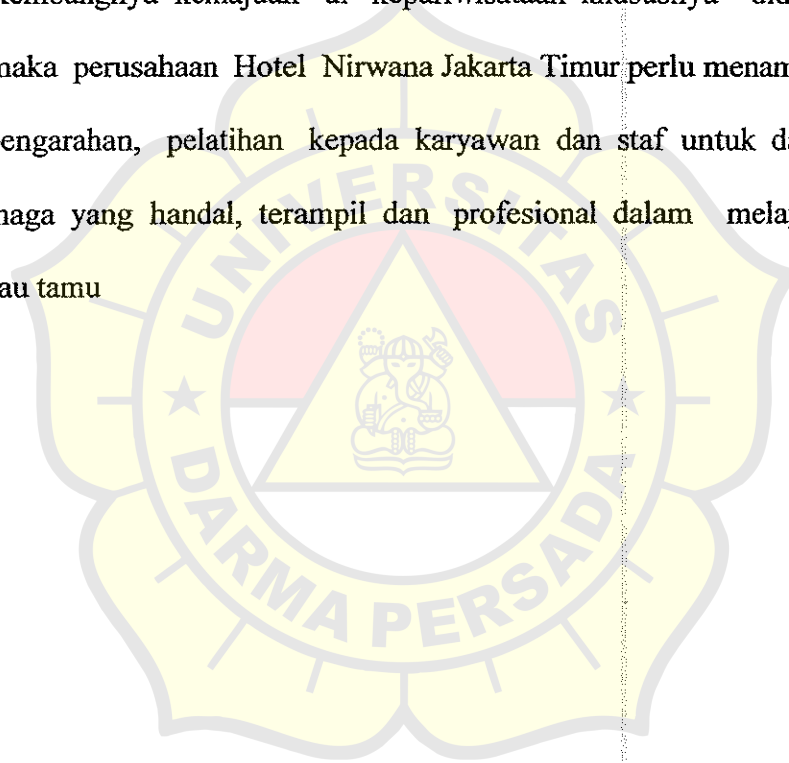
yang signifikan di Hotel Nirwana Jakarta Timur, hal tersebut dapat dilihat pada uji t yang menunjukkan hubungan besaran $t_{hitung} = 2,917 > t_{tabel} = 1,661$.

3. Variabel pelayanan jasa jaminan harapan terhadap kepuasan konsumen dilakukan uji hipotesis ada pengaruh yang signifikan, hal ini mengidentifikasi bahwa ada pengaruh jaminan harapan terhadap kepuasan konsumen di Hotel Nirwana Jakarta Timur hal tersebut dapat dilihat pada uji t yang menunjukkan hubungan besaran $t_{hitung} = 2,688 > t_{tabel} = 1,661$. Variabel pelayanan jasa jaminan kinerja terhadap kepuasan konsumen ada pengaruh yang signifikan di Hotel Nirwana Jakarta Timur, hal tersebut dapat dilihat pada uji t yang menunjukkan hubungan besaran $t_{hitung} = 3,669 > t_{tabel} = 1,661$.
4. Variabel pelayanan jasa empati harapan terhadap kepuasan konsumen dilakukan uji hipotesis ada pengaruh yang signifikan, hal ini mengidentifikasi bahwa ada pengaruh empati harapan terhadap kepuasan konsumen di Hotel Nirwana Jakarta Timur hal tersebut dapat dilihat pada uji t yang menunjukkan hubungan besaran $t_{hitung} = 3,959 > t_{tabel} = 1,661$. Variabel pelayanan jasa empati kinerja terhadap kepuasan konsumen ada pengaruh yang signifikan di Hotel Nirwana Jakarta Timur, hal tersebut dapat dilihat pada uji t yang menunjukkan hubungan besaran $t_{hitung} = 3,223 > t_{tabel} = 1,661$.

5. Variabel Pelayanan jasa wujud nyata harapan terhadap kepuasan konsumen dilakukan uji hipotesis ada pengaruh yang signifikan, hal ini mengidentifikasi bahwa ada pengaruh wujud nyata harapan terhadap kepuasan konsumen di Hotel Nirwana Jakarta Timur hal tersebut dapat dilihat pada uji t yang menunjukkan hubungan besaran $t_{hitung} = 2,095 > t_{tabel} = 1,661$. Variabel pelayanan jasa wujud nyata kinerja terhadap kepuasan konsumen ada pengaruh yang signifikan di Hotel Nirwana Jakarta Timur ,hal tersebut dapat dilihat pada uji t yang menunjukkan hubungan besaran $t_{hitung} = 2,665 > t_{tabel} = 1,661$.
6. Apabila dilihat secara bersama- sama yakni kehandalan harapan dan kinerja, kesigapan harapan dan kinerja, jaminan harapan dan kinerja, empati harapan dan kinerja, wujud nyata harapan dan kinerja terhadap kepuasan konsumen di Hotel Nirwana Jakarta Timur. Hal tersebut terdapat pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen dapat dilihat di uji f yang menunjukkan besaran $f_{hitung} 35,003 > f_{tabel} 3,097$.
- 7 Koefisien determinasi / R^2 sebesar 80,1 % menunjukkan bahwa besarnya pengaruh kehandalan harapan dan kinerja, kesigapan harapan dan kinerja, jaminan harapan dan kinerja, empati harapan dan kinerja, wujud nyata harapan dan kinerja terhadap kepuasan konsumen di Hotel Nirwana Jakarta Timur adapun sisanya yaitu 19,9% dipengaruhi oleh faktor lain.

B. Saran

1. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Hotel Nirwana Jakarta Timur kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan dan staf perlu untuk dipertahankan dan lebih ditingkatkan. Upaya ini dapat dilakukan untuk mendapatkan konsumen yang baru sekaligus mempertahankan konsumen lama.
2. Dengan berkembangnya kemajuan di kepariwisataan khususnya di dunia perhotelan, maka perusahaan Hotel Nirwana Jakarta Timur perlu menambah wawasan, pengarahan, pelatihan kepada karyawan dan staf untuk dapat menjadi tenaga yang handal, terampil dan profesional dalam melayani konsumen atau tamu.



DAFTAR PUSTAKA

- Irawan , Handi .2009. Prinsip kepuasan konsumen cetakan ke11 . Penerbit PT Elex Media Komputindo,Jakarta
- Kotler dan Armstrong. 2005 . Prinsip- Prinsip Pemasaran edisi ke 12 jilid satu. Penerbit Erlangga ,Jakarta
- Kotler, Philip. 2005. Manajemen Pemasaran jilid satu. Penerbit Indeks, Jakarta
- Lupiyoadi , Rambat- A. Hamdani.2006.Manajemen Pemasaran Jasa Edisi dua.Penerbit Salemba Empat,Jakarta
- Rangkuti,Freddy.2006. *Measuring Customer Satisfaction* . Penerbit Gramedia, Jakarta
- Rumekso.2005. *House keeping Hotel Floor Section*. Penerbit Andi, Yogyakarta
- Sangadji,Etta Mamang dan Sopiah. 2010. Metode Penelitian .Penerbit Andi, Yogyakarta
- Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Penerbit Alfabeta Bandung
- Suhardi S.K,Purwanto. 2008. *Statistika Untuk Ekonomi Keuangan Modern*. Penerbit Salemba Empat,Jakarta
- Tarmoezi,Trizno,Heldin,Manurung. 2007. *Professional Hotel Front Liner*. Penerbit Kesaint Blanc,Jakarta
- Tjiptono,Fandy,Chandra,Gregorius,2005.*Service, Quality Satisfaction*.Penerbit Andi, Yogyakarta

**KUESIONER KUALITAS JASA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
DI HOTEL NIRWANA JAKARTA TIMUR**

Selamat Pagi/Siang/Sore,

Nama saya **Metha Olivia**. Saya adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada, Jurusan Manajemen. Saat ini saya sedang mengadakan penelitian mengenai **Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen di Hotel Nirwana Jakarta Timur**. Tujuan penelitian ini semata-mata hanya untuk kepentingan akademik, bukan untuk menguji anda. Oleh karena itu, saya mengharapkan kesediaan saudara/i dalam meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini secara lengkap.

Pengisian kuesioner ini dapat dilakukan dengan mengikuti petunjuk-petunjuk yang diberikan. Terimakasih atas perhatian dan kesediaannya dalam mengisi kuesioner ini.

Bagian I. Identitas Pribadi Responden

Istilah pertanyaan ini dengan memberikan tanda silang (x) sesuai dengan data diri anda.

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : (1). Pria (2). Wanita
3. Umur - : (1) 20-29-tahun (2) >29-30 tahun
(3) > 30-40 tahun (4) > 40 tahun
- 4 Pekerjaan : (1) Mahasiwa/ i
(2) Pegawai Negeri
(3) Pegawai Swasta
(4) Wiraswasta
(5) Ibu rumah tangga
5. Frekuensi berkunjung : (1) Dua kali dalam dua bulan terakhir
(2) lebih dari dua kali dalam dua bulan terakhir

Isilah pertanyaan di bawah ini dengan memberikan tanda (x) pada jawaban yang telah disediakan:

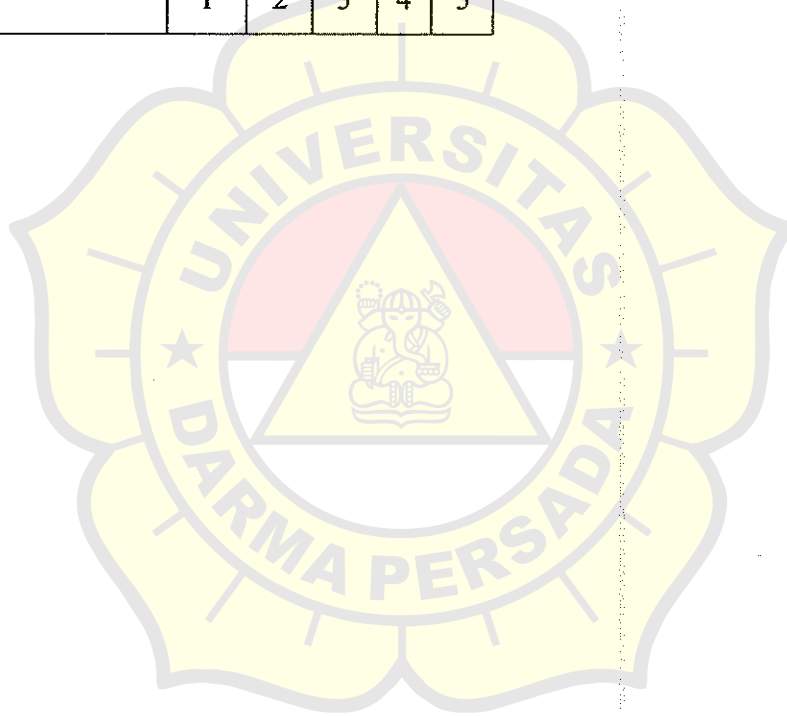
No	Keterangan Harapan	Keterangan Kinerja	Keterangan Kepuasan Konsumen	Nilai
1	Sangat Penting	Sangat Baik	Sangat Puas	5
2	Penting	Baik	Puas	4
3	Cukup Penting	Cukup Baik	Cukup puas	3
4	Kurang Penting	Kurang Baik	Kurang Puas	2
5	Tidak Penting	Tidak Baik	tidak puas	1

Dimensi kualitas jasa		Harapan					Kenyataan/Kinerja				
		TP	KP	CP	P	SP	TB	KB	CB	B	SB
A. Reliability/Kehandalan											
1	menepati janji promosi atau iklan yang disampaikan.	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
2	Kemudahan pemesanan kamar	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
3	Kemudahan cara pembayaran	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
B. Responsiveness/Kesigapan											
4	Kesigapan karyawan Hotel dalam melayani konsumen	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
5	Pelayanan yang cepat dan tepat.	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
6	Pemberian informasi yang jelas dan dimengerti	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
C. Assurance/Jaminan											
7	Kejujuran karyawan hotel	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
8	Pelayanan yang sopan dan ramah	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
9	Keamanan dan kenyamanan hotel	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
D. Emphaty/Empati											
10	Kepekaan karyawan hotel terhadap keperluan dan kebutuhan tamu	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
11	Pemberian pelayanan tanpa terhadap semua konsumen tanpa pilih-pilih.	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
12	Perhatian terhadap keluhan konsumen	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5

E. <i>Tangibles</i> / wujud nyata											
13	Penampilan karyawan bersih dan rapi	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
14	Tempat parkir yang tersedia	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
15	Kebersihan kamar hotel.	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5

Dimensi kepuasan Konsumen						
		TP	KP	CP	P	SP
A. Kualitas Pelayanan						
1	Melayani keluhan konsumen	1	2	3	4	5
2	Melayani konsumen datang (check in) dan keluar (check out)	1	2	3	4	5
3	Mengutamakan kepentingan tamu	1	2	3	4	5
B. Faktor Emosional						
4	Menginap di Hotel Nirwana memberikan rasa nyaman	1	2	3	4	5
5	Menginap di Hotel Nirwana memberikan rasa senang	1	2	3	4	5
6	Menginap di Hotel Nirwana memberikan rasa aman	1	2	3	4	5
C. Harga						
7	Menetapkan harga sesuai dengan fasilitas yang disediakan	1	2	3	4	5
8	Kebijakan memberikan diskon harga kamar	1	2	3	4	5
9	Memberikan harga yang murah dibanding hotel lain.	1	2	3	4	5
D. Kualitas produk						
1. Kinerja (<i>Performance</i>)						
10	Melayani kebutuhan konsumen dengan cepat.	1	2	3	4	5
11	Keamanan dan kenyamanan dalam menginap.	1	2	3	4	5
2. <i>Serviceability</i>						
12	Melayani keluhan konsumen	1	2	3	4	5
13	Keramahtamahan karyawan	1	2	3	4	5

3.Eстетика (<i>Aesthetics</i>)						
14	Kamar mandi dan kamar hotel yang bersih.	1	2	3	4	5
15	Loby hotel memiliki desain tata ruang yang indah.	1	2	3	4	5
4.Kesesuaian (<i>Conformance</i>)						
16	Pelayanan sesuai yang dijanjikan	1	2	3	4	5
17	Kenyamanan sesuai dengan yang dijanjikan	1	2	3	4	5
E. Biaya dan Kemudahan						
18	Fasilitas ATM	1	2	3	4	5
19	Pemesanan kamar via online	1	2	3	4	5
20	Kemudahan dalam memesan taksi.	1	2	3	4	5



Frekuensi Tanggapan Responden Kualitas Jasa

Menepati janji promosi atau iklan yang disampaikan

TINGKAT PENTINGAN	HARAPAN			TINGKAT PENGALAMAN	KENYATAAN/KINERJA		
	Frekuensi	Skor	%		Frekuensi	Skor	%
Sangat Penting	41	205	41	Sangat Baik	57	285	57
Penting	26	148	26	Baik	29	116	29
Cukup Penting	24	57	24	Cukup Baik	12	36	12
Kurang Penting	7	0	7	Kurang Baik	2	4	2
Tidak Penting	2	0	2	Tidak Baik	0	0	0
JUMLAH	100	410	100	JUMLAH	100	441	100

Kemudahan pemesanan kamar

TINGKAT PENTINGAN	HARAPAN			TINGKAT PENGALAMAN	KENYATAAN/KINERJA		
	Frekuensi	Skor	%		Frekuensi	Skor	%
Sangat Penting	49	245	49	Sangat Baik	56	280	56
Penting	26	104	26	Baik	33	132	33
Cukup Penting	18	54	18	Cukup Baik	7	21	7
Kurang Penting	5	15	5	Kurang Baik	4	8	4
Tidak Penting	2	0	2	Tidak Baik	0	0	0
JUMLAH	100	418	100	JUMLAH	100	441	100

Kemudahan cara pembayaran

TINGKAT PENTINGAN	HARAPAN			TINGKAT PENGALAMAN	KENYATAAN/KINERJA		
	Frekuensi	Skor	%		Frekuensi	Skor	%
Sangat Penting	51	255	51	Sangat Baik	49	245	49
Penting	29	116	29	Baik	30	120	30
Cukup Penting	16	48	16	Cukup Baik	13	39	13
Kurang Penting	4	8	4	Kurang Baik	6	12	6
Tidak Penting	0	0	0	Tidak Baik	2	2	2
JUMLAH	100	427	100	JUMLAH	100	418	100

Kesigapan karyawan Hotel dalam melayani konsumen

TINGKAT PENTINGAN	HARAPAN			TINGKAT PENGALAMAN	KENYATAAN/KINERJA		
	Frekuensi	Skor	%		Frekuensi	Skor	%
Sangat Penting	43	215	43	Sangat Baik	43	215	43
Cukup Penting	31	124	31	Baik	33	132	33
Cukup Penting	24	72	24	Cukup Baik	20	60	20
Kurang Penting	2	4	2	Kurang Baik	4	8	4
Tidak Penting	0	0	0	Tidak Baik	0	0	0
JUMLAH	100	415	100	JUMLAH	100	415	100

Pelayanan yang cepat dan tepat

TINGKAT PENTINGAN	HARAPAN			TINGKAT PENGALAMAN	KENYATAAN/KINERJA		
	Frekuensi	Skor	%		Frekuensi	Skor	%
Sangat Penting	64	320	64	Sangat Baik	40	200	40
Cukup Penting	22	88	22	Baik	32	128	32
Cukup Penting	8	24	8	Cukup Baik	23	69	23
Kurang Penting	4	0	0	Kurang Baik	5	10	5
Tidak Penting	2	2	2	Tidak Baik	0	0	0
JUMLAH	100	434	96	JUMLAH	100	407	100

Pemberian informasi yang jelas dan dimengerti

TINGKAT PENTINGAN	HARAPAN			TINGKAT PENGALAMAN	KENYATAAN/KINERJA		
	Frekuensi	Skor	%		Frekuensi	Skor	%
Sangat Penting	43	215	43	Sangat Baik	52	260	52
Cukup Penting	31	124	31	Baik	26	104	26
Cukup Penting	24	72	24	Cukup Baik	19	57	19
Kurang Penting	2	4	2	Kurang Baik	3	6	3
Tidak Penting	0	0	0	Tidak Baik	0	0	0
JUMLAH	100	415	100	JUMLAH	100	427	100

Kejujuran karyawan Hotel

TINGKAT PENTINGAN	HARAPAN			TINGKAT PENGALAMAN	KENYATAAN/KINERJA		
	Frekuensi	Skor	%		Frekuensi	Skor	%
Sangat Penting	49	245	49	Sangat Baik	50	250	50
Cukup Penting	32	128	32	Baik	31	124	31
Cukup Penting	17	51	17	Cukup Baik	17	51	17
Kurang Penting	2	4	2	Kurang Baik	1	2	1
Tidak Penting	0	0	0	Tidak Baik	1	1	1
JUMLAH	100	428	100	JUMLAH	100	428	100

Pelayanan yang sopan dan ramah

TINGKAT KEPENTINGAN	HARAPAN			TINGKAT PENGALAMAN	KENYATAAN/KINERJA		
	Frekuensi	Skor	%		Frekuensi	Skor	%
Sangat Penting	37	185	37	Sangat Baik	50	250	50
Penting	36	144	36	Baik	34	136	34
Cukup Penting	23	69	23	Cukup Baik	14	42	14
Kurang Penting	4	8	4	Kurang Baik	2	4	2
Tidak Penting	0	0	0	Tidak Baik	0	0	0
JUMLAH	100	406	100	JUMLAH	100	432	100

Keamanan dan kenyamanan Hotel

TINGKAT KEPENTINGAN	HARAPAN			TINGKAT PENGALAMAN	KENYATAAN/KINERJA		
	Frekuensi	Skor	%		Frekuensi	Skor	%
Sangat Penting	39	195	39	Sangat Baik	45	225	45
Penting	37	148	37	Baik	39	156	39
Cukup Penting	22	66	22	Cukup Baik	16	48	16
Kurang Penting	2	0	2	Kurang Baik	0	0	0
Tidak Penting	0	0	0	Tidak Baik	0	0	0
JUMLAH	100	409	100	JUMLAH	100	429	100

Kepekaan karyawan Hotel terhadap keperluan dan kebutuhan konsumen

TINGKAT KEPENTINGAN	HARAPAN			TINGKAT PENGALAMAN	KENYATAAN/KINERJA		
	Frekuensi	Skor	%		Frekuensi	Skor	%
Sangat Penting	47	235	47	Sangat Baik	50	250	50
Penting	46	184	46	Baik	31	124	31
Cukup Penting	7	21	7	Cukup Baik	17	51	17
Kurang Penting	0	0	0	Kurang Baik	1	2	1
Tidak Penting	0	0	0	Tidak Baik	1	1	1
JUMLAH	100	440	100	JUMLAH	100	428	100

Pemberian pelayanan terhadap konsumen tanpa pilih-pilih

TINGKAT KEPENTINGAN	HARAPAN			TINGKAT PENGALAMAN	KENYATAAN/KINERJA		
	Frekuensi	Skor	%		Frekuensi	Skor	%
Sangat Penting	44	220	44	Sangat Baik	46	230	46
Penting	31	124	31	Baik	34	136	34
Cukup Penting	25	75	25	Cukup Baik	14	42	14
Kurang Penting	0	0	0	Kurang Baik	5	10	5
Tidak Penting	0	0	0	Tidak Baik	1	1	1
JUMLAH	100	419	100	JUMLAH	100	419	100

Perhatian Terhadap keluhan konsumen

TINGKAT KEPENTINGAN	HARAPAN			TINGKAT PENGALAMAN	KENYATAAN/KINERJA		
	Frekuensi	Skor	%		Frekuensi	Skor	%
Sangat Penting	60	300	60	Sangat Baik	44	220	44
Penting	29	116	29	Baik	31	124	31
Cukup Penting	11	33	11	Cukup Baik	25	75	25
Kurang Penting	0	0	0	Kurang Baik	0	0	0
Tidak Penting	0	0	0	Tidak Baik	0	0	0
JUMLAH	100	449	100	JUMLAH	100	419	100

Penampilan karyawan bersih dan rapi

TINGKAT KEPENTINGAN	HARAPAN			TINGKAT PENGALAMAN	KENYATAAN/KINERJA		
	Frekuensi	Skor	%		Frekuensi	Skor	%
Sangat Penting	56	280	56	Sangat Baik	40	200	40
Penting	36	144	36	Baik	33	132	33
Cukup Penting	8	24	8	Cukup Baik	21	63	21
Kurang Penting	0	0	0	Kurang Baik	6	12	6
Tidak Penting	0	0	0	Tidak Baik	0	0	0
JUMLAH	100	448	100	JUMLAH	100	407	100

Tempat parkir yang tersedia

TINGKAT KEPENTINGAN	HARAPAN			TINGKAT PENGALAMAN	KENYATAAN/KINERJA		
	Frekuensi	Skor	%		Frekuensi	Skor	%
Sangat Penting	66	330	66	Sangat Baik	46	230	46
Penting	30	120	30	Baik	34	136	34
Cukup Penting	4	12	4	Cukup Baik	14	42	14
Kurang Penting	0	0	0	Kurang Baik	5	10	5
Tidak Penting	0	0	0	Tidak Baik	1	1	1
JUMLAH	100	462	100	JUMLAH	100	419	100

Kebersihan kamar hotel

TINGKAT KEPENTINGAN	HARAPAN			TINGKAT PENGALAMAN	KENYATAAN/KINERJA		
	Frekuensi	Skor	%		Frekuensi	Skor	%
Sangat Penting	72	360	72	Sangat Baik	52	260	52
Penting	26	104	26	Baik	33	132	33
Cukup Penting	2	6	2	Cukup Baik	15	45	15
Kurang Penting	0	0	0	Kurang Baik	0	0	0
Tidak Penting	0	0	0	Tidak Baik	0	0	0
JUMLAH	100	470	100	JUMLAH	100	437	100

Analisis Tanggapan Responden Kepuasan Konsumen

Analisis Kualitas Pelayanan

Melayani Keluhan Konsumen

KEPUASAN KONSUMEN	Frekwensi	Skor	%
Sangat Puas	47	235	47
Puas	46	184	46
Kurang Puas	4	12	4
Tidak Puas	1	2	1
sangat Tidak Puas	2	2	2
JUMLAH	100	435	100

Melayani Konsumen Datang (check in) dan keluar (check out)

KEPUASAN KONSUMEN	Frekwensi	Skor	%
Sangat Puas	51	255	51
Puas	27	108	27
Kurang Puas	18	54	18
Tidak Puas	3	6	3
sangat Tidak Puas	1	1	1
JUMLAH	100	424	100

Mengutamakan Kepentingan Konsumen

KEPUASAN KONSUMEN	Frekwensi	Skor	%
Sangat Puas	56	280	56
Puas	35	140	35
Kurang Puas	5	15	5
Tidak Puas	3	6	3
sangat Tidak Puas	1	1	1
JUMLAH	100	442	100

or Emosional

Menginap di Hotel Nirwana Memberikan Rasa Nyaman

KEPUASAN KONSUMEN	Frekwensi	Skor	%
Sangat Puas	50	250	50
Puas	26	104	26
Kurang Puas	16	48	16
Tidak Puas	8	16	8
sangat Tidak Puas	0	0	0
JUMLAH	100	418	100

Menginap di Hotel Nirwana Memberikan Rasa Senang

KEPUASAN KONSUMEN	Frekwensi	Skor	%
Sangat Puas	47	235	47
Puas	31	124	31
Kurang Puas	12	36	12
Tidak Puas	10	20	10
sangat Tidak Puas	0	0	0
JUMLAH	100	415	100

Menginap di Hotel Nirwana Memberikan Rasa Aman

KEPUASAN KONSUMEN	Frekwensi	Skor	%
Sangat Puas	53	265	53
Puas	27	108	27
Kurang Puas	18	54	18
Tidak Puas	2	4	2
sangat Tidak Puas	0	0	0
JUMLAH	100	431	100

ga

Menetapkan Harga Sesuai Sesuai Dengan Fasilitas Yang Disediakan

KEPUASAN KONSUMEN	Frekwensi	Skor	%
Sangat Puas	50	250	50
Puas	39	156	39
Kurang Puas	11	33	11
Tidak Puas	0	0	0
sangat Tidak Puas	0	0	0
JUMLAH	100	439	100

Kebijakan Memberikan Diskon Harga kamar

KEPUASAN KONSUMEN	Frekwensi	Skor	%
Sangat Puas	44	220	44
Puas	43	172	43
Kurang Puas	11	33	11
Tidak Puas	2	4	2
sangat Tidak Puas	0	0	0
JUMLAH	100	429	100

Memberikan Harga yang Murah Dibanding Hotel lain

KEPUASAN KONSUMEN	Frekwensi	Skor	%
Sangat Puas	48	240	48
Puas	47	188	47
Kurang Puas	5	15	5
Tidak Puas	0	0	0
sangat Tidak Puas	0	0	0
JUMLAH	100	443	100

alitas Produk

Kinerja (*Perfomance*)

a. Melayani Kebutuhan Konsumen Dengan Cepat

KEPUASAN KONSUMEN	Frekwensi	Skor	%
Sangat Puas	52	260	52
Puas	42	168	42
Kurang Puas	5	15	5
Tidak Puas	1	2	1
sangat Tidak Puas	0	0	0
JUMLAH	100	445	100

b. Keamanan dan Kenyamanan Dalam Menginap

KEPUASAN KONSUMEN	Frekwensi	Skor	%
Sangat Puas	53	265	53
Puas	37	148	37
Kurang Puas	6	18	6
Tidak Puas	4	8	4
sangat Tidak Puas	0	0	0
JUMLAH	100	439	100

erviceability

. Melayani Keluhan Konsumen

KEPUASAN KONSUMEN	Frekwensi	Skor	%
Sangat Puas	52	260	52
Puas	42	168	42
Kurang Puas	5	15	5
Tidak Puas	1	2	1
sangat Tidak Puas	0	0	0
JUMLAH	100	445	100

d. Keramahatamahan Karyawan

KEPUASAN KONSUMEN	Frekwensi	Skor	%
Sangat Puas	52	260	52
Puas	42	168	42
Kurang Puas	5	15	5
Tidak Puas	1	2	1
sangat Tidak Puas	0	0	0
JUMLAH	100	445	100

e. Estetika (*aesthetics*)

l. Kamar mandi dan kamar hotel yang Bersih

KEPUASAN KONSUMEN	Frekwensi	Skor	%
Sangat Puas	65	325	65
Puas	28	112	28
Kurang Puas	4	12	4
Tidak Puas	3	6	3
sangat Tidak Puas	0	0	0
JUMLAH	100	455	100

m. Lobby Hotel Memiliki Desain Tata Ruang Yang Indah

KEPUASAN KONSUMEN	Frekwensi	Skor	%
Sangat Puas	55	275	55
Puas	39	156	39
Kurang Puas	5	15	5
Tidak Puas	1	2	1
sangat Tidak Puas	0	0	0
JUMLAH	100	448	100

kesesuaian (conformance)

Pelayanan Sesuai Yang Dijanjikan

KEPUASAN KONSUMEN	Frekwensi	Skor	%
Sangat Puas	59	295	59
Puas	33	132	33
Kurang Puas	6	18	6
Tidak Puas	2	4	2
sangat Tidak Puas	0	0	0
JUMLAH	100	449	100

Kenyamanan Sesuai Yang Dijanjikan

KEPUASAN KONSUMEN	Frekwensi	Skor	%
Sangat Puas	64	320	64
Puas	29	116	29
Kurang Puas	5	15	5
Tidak Puas	1	2	1
sangat Tidak Puas	1	1	1
JUMLAH	100	454	100

biaya dan Kemudahan

Fasilitas ATM

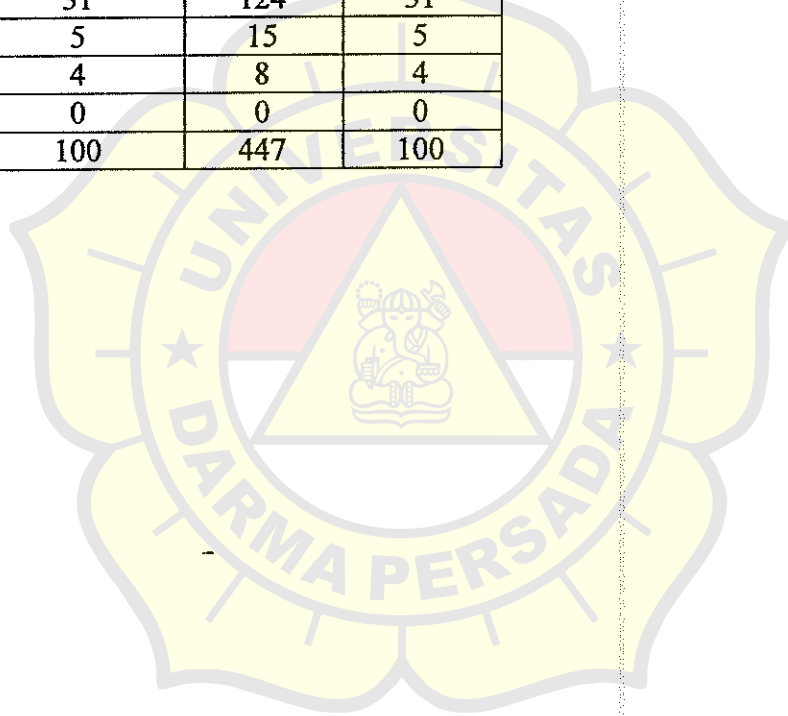
KEPUASAN KONSUMEN	Frekwensi	Skor	%
Sangat Puas	60	300	60
Puas	28	112	28
Kurang Puas	5	15	5
Tidak Puas	6	12	6
sangat Tidak Puas	1	1	1
JUMLAH	100	440	100

4. Pemesanan Kamar Via Online

KEPUASAN KONSUMEN	Frekwensi	Skor	%
Sangat Puas	61	305	61
Puas	34	136	34
Kurang Puas	5	15	5
Tidak Puas	0	0	0
sangat Tidak Puas	0	0	0
JUMLAH	100	456	100

5. Kemudahan dalam memesan Taksi

KEPUASAN KONSUMEN	Frekwensi	Skor	%
Sangat Puas	60	300	60
Puas	31	124	31
Kurang Puas	5	15	5
Tidak Puas	4	8	4
sangat Tidak Puas	0	0	0
JUMLAH	100	447	100



Lampiran 4

Output Hasil Dari Olahan SPSS Uji Validitas Harapan

Validitas Kehandalan Harapan

Correlations					
		Menepati janji yang disampaikan	Kemudahan Pemesanan Kamar	Kemudahan Cara Pembayaran	Total kehandalan Harapan
Menepati Janji Komosi atau yang disampaikan	Pearson Correlation	1	.357	.328	.731
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
Kemudahan Pemesanan Kamar	Pearson Correlation	.357	1	.427	.731
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
Kemudahan Cara Pembayaran	Pearson Correlation	.328	.427	1	.777
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
Total kehandalan Harapan	Pearson Correlation	.731	.731	.777	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

Validitas kesigapan harapan

Correlations					
		Kesigapan Karyawan Hotel Dalam Melayani Tamu	Pelayanan Yang Cepat dan Tepat	Pemberian Informasi Yang Jelas dan Dimengerti	Total Kesigapan Harapan
Kesigapan Karyawan Hotel Dalam Melayani Tamu	Pearson Correlation	1	.465	.323	.744
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
Pelayanan Yang Cepat dan Tepat	Pearson Correlation	.465	1	.593	.865
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
Pemberian Informasi yang Jelas dan Dimengerti	Pearson Correlation	.323	.593	1	.791
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
Total Kesigapan Harapan	Pearson Correlation	.744	.865	.791	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

Validitas Jaminan harapan

Correlations					
		Kejujuran Karyawan Hotel	Pelayanan Yang Sopan dan Ramah	Keamanan dan Kenyamanan	Total jaminan Harapan
n Karyawan	Pearson Correlation	1	.419	.437	.812
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
an Yang an Ramah	Pearson Correlation	.419	1	.352	.737
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
an dan anan	Pearson Correlation	.437	.352	1	.776
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
ninan Harapan	Pearson Correlation	.812	.737	.776	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

Validitas Empati harapan

Correlations					
		Kepekaan Karyawan Hotel Terhadap Keperluan dan Kebutuhan Konsumen	Pemberian Pelayanan Terhadap semua Konsumen Tanpa pilih-pilih	Perhatian Terhadap Keluhan Konsumen	Total Empati Harapan
an Karyawan rhadap an dan an Konsumen	Pearson Correlation	1	.502	.285	.764
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
an Pelayanan p semua en Tanpa pilih-	Pearson Correlation	.502	1	.408	.833
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
n Terhadap Konsumen	Pearson Correlation	.285	.408	1	.724
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
mpati Harapan	Pearson Correlation	.764	.833	.724	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

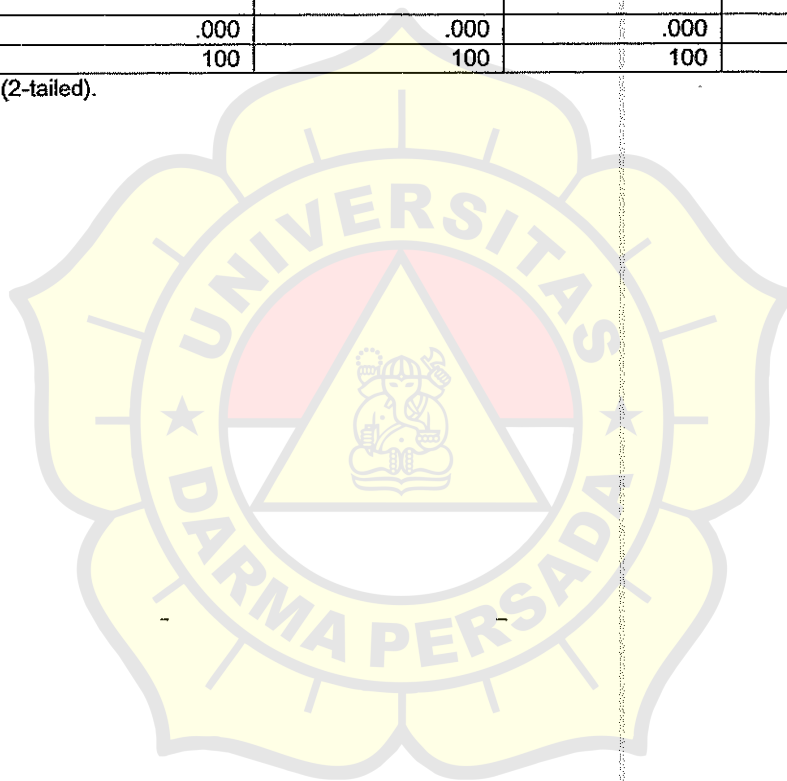
ation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Validitas Wujud nyata harapan

Correlations

		Penampilan Karyawan Bersih dan rapi	Tempat parkir Yang Tersedia	Kebersihan Kamar Hotel	Total Wujud nyata Harapan
Penampilan Karyawan Bersih dan rapi	Pearson Correlation	1	.465	.323	.744
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
Tempat parkir Yang Tersedia	Pearson Correlation	.465	1	.593	.865
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
Kebersihan Kamar	Pearson Correlation	.323	.593	1	.791
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
Total Wujud nyata Harapan	Pearson Correlation	.744	.865	.791	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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



Lampiran 5

Output Hasil Dari Olahan SPSS Uji Validitas Kinerja

Validitas kehandalan kinerja

		Correlations			
		Menepati Janji Promosi atau Iklan Yang Disampaikan	Kemudahan Pemesanan Kamar	Kemudahan Cara Pembayaran	Total Kehandalan Kinerja
Janji atau Iklan disampaikan	Pearson Correlation	1	.449**	.491**	.822**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
Kemudahan Kamar	Pearson Correlation	.449**	1	.447**	.788**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
Kemudahan Cara	Pearson Correlation	.491**	.447**	1	.792**
	Sig. (2-tailed)	.002	.016		.161
	N	100	100	100	100
Kehandalan	Pearson Correlation	.822**	.788**	.792**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

Validitas kesigapan kinerja

		Correlations			
		Kesigapan Karyawan Hotel Dalam Melayani Konsumen	Pelayanan Yang Cepat dan Tepat	Pemberian Informasi Yang jelas dan dimengerti	Total Kesigapan Kinerja
Kemampuan Hotel Melayani Konsumen	Pearson Correlation	1	.375**	.638**	.841**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
Kemudahan Pelayanan Yang Cepat dan Tepat	Pearson Correlation	.375**	1	.474**	.724**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
Pemberian Informasi Yang jelas dan dimengerti	Pearson Correlation	.638**	.474**	1	.877**
	Sig. (2-tailed)	.002	.161		.451
	N	100	100	100	100
Total Kesigapan	Pearson Correlation	.841**	.724**	.877**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

Validitas jaminan kinerja

Correlations					
		Kejujuran Karyawan Hotel	Pelayanan Yang Sopan dan Ramah	Keamanan dan Kenyamanan Hotel	Total Jaminan Kinerja
Karyawan	Pearson Correlation	1	.375	.638	.841
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
Yang Ramah	Pearson Correlation	.375	1	.474	.724
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
dan Hotel	Pearson Correlation	.638	.474	1	.877
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
jaminan	Pearson Correlation	.841	.724	.877	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

Validitas empati kinerja

Correlations					
		Kepekaan Karyawan Hotel Terhadap Keperluan dan Kebutuhan Konsumen	Pemberian Pelayanan Tanpa Terhadap Semua Konsumen Tanpa Pilih-Pilih	Perhatian Terhadap Keluhan Konsumen	Total Empati Kinerja
Karyawan Terhadap dan	Pearson Correlation	1	.563	.442	.836
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
Tanpa Semua Tanpa	Pearson Correlation	.563	1	.420	.839
	Sig. (2-tailed)	.007		.004	.370
	N	100	100	100	100
Terhadap Konsumen	Pearson Correlation	.442	.420	1	.741
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
Empati Kinerja	Pearson Correlation	.836	.839	.741	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

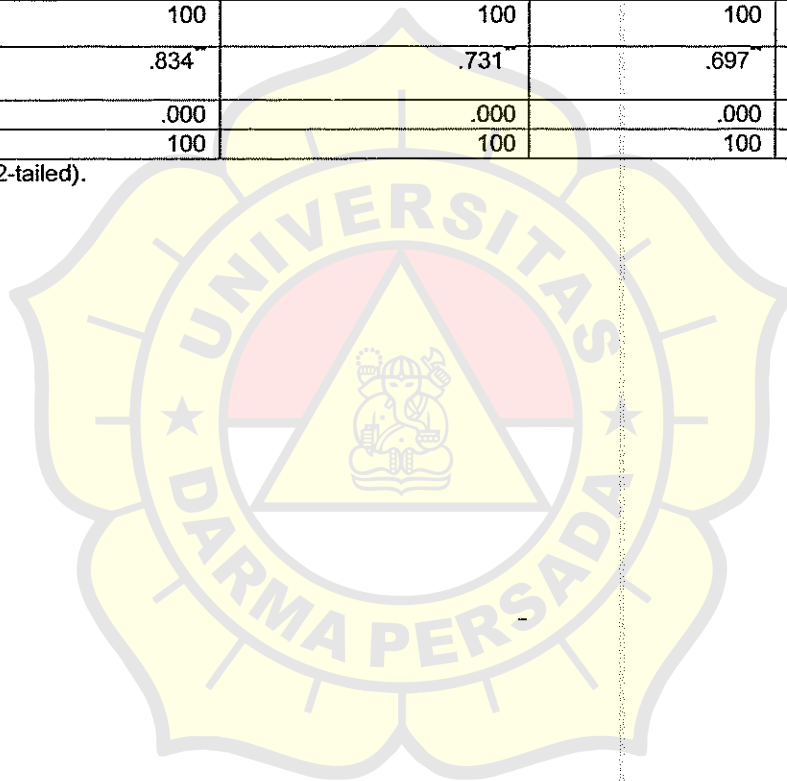
Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Validitas tangible kinerja

Correlations

		Penampilan Karyawan Bersih dan Rapi	Tempat Parkir Yang Tersedia	Kebersihan Kamar Hotel	Total Tangible Kinerja
Karyawan Bersih dan Rapi	Pearson Correlation	1	.467**	.414**	.834**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
Tempat Parkir Yang Tersedia	Pearson Correlation	.467**	1	.179**	.731**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
Kebersihan Kamar Hotel	Pearson Correlation	.414**	.179**	1	.697**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
Total Tangible Kinerja	Pearson Correlation	.834**	.731**	.697**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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



Lampiran 6

OUTPUT HASIL DARI OLAHAN SPSS UJI VALIDITAS KEPUASAN KONSUMEN

Validitas kualitas pelayanan

Correlations

		Melayani Keluhan Konsumen	Melayani Konsumen datang (check in) dan keluar (check out)	Mengutamakan Kepentingan Konsumen	Total kualitas pelayanan
ian	Pearson Correlation	1	.357	.328	.731
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
men (n) dan ut)	Pearson Correlation	.357	1	.427	.777
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
onsumen	Pearson Correlation	.328	.427	1	.777
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
elayanan	Pearson Correlation	.731	.777	.777	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

s significant at the 0.01 level (2-tailed).

Validitas faktor emosional

Correlations

		Menginap di Hotel Nirwana memberikan rasa Nyaman	Menginap di Hotel Nirwana memberikan rasa Senang	Menginap di Hotel Nirwana memberikan rasa aman	Total emosional
otel Nirwana sa Nyaman	Pearson Correlation	1	.465	.323	.744
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
otel Nirwana sa Senang	Pearson Correlation	.465	1	.593	.865
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
otel Nirwana sa aman	Pearson Correlation	.323	.593	1	.791
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
l	Pearson Correlation	.744	.865	.791	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

significant at the 0.05 level (2-tailed).

Validitas harga

Correlations					
		Menetapkan Harga Sesuai dengan Fasilitas Yang disediakan	Kebijakan Memberikan Diskon Harga Kamar	Memberikan Harga Yang Murah dibanding Hotel lain	Total harga
arga Sesuai as Yang	Pearson Correlation	1	.419**	.437**	.812**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
nberikan Kamar	Pearson Correlation	.419**	1	.352**	.737**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
arga Yang ng Hotel	Pearson Correlation	.437**	.352**	1	.776**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
harga	Pearson Correlation	.812**	.737**	.776**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

Validitas kinerja

Correlations				
		Melayani Kebutuhan Konsumen Dengan Cepat	Keamanan dan Kenyamanan Dalam Menginap	Total kinerja
ni Kebutuhan Konsumen i Cepat	Pearson Correlation	1	.117	.402**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	100	100	100
an dan Kenyamanan Menginap	Pearson Correlation	.117	1	.312**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	100	100	100
erja	Pearson Correlation	.402**	.312**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	100	100	100

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

Validitas serviceability

Correlations				
		Melayani Keluhan Konsumen	Keramahtamahan Karyawan	Total Serviceability
Melayani Keluhan Konsumen	Pearson Correlation	1	.082	.311
	Sig. (2-tailed)		.417	.002
	N	100	100	100
Keramahtamahan Karyawan	Pearson Correlation	.082	1	.459
	Sig. (2-tailed)	.417		.000
	N	100	100	100
Total Serviceability	Pearson Correlation	.311	.459	1
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	
	N	100	100	100

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

validitas estetika

Correlations				
		Kamar mandi dan Kamar Hotel yang Bersih	Lobby Hotel memiliki desain tata ruang yang indah	Total validitas Estetika
Kamar mandi dan Kamar Hotel yang Bersih	Pearson Correlation	1	.415	.387
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	100	100	100
Lobby Hotel memiliki desain tata ruang yang indah	Pearson Correlation	.415	1	.418
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	100	100	100
Total validitas Estetika	Pearson Correlation	.387	.418	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	100	100	100

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

Validitas kesesuaian

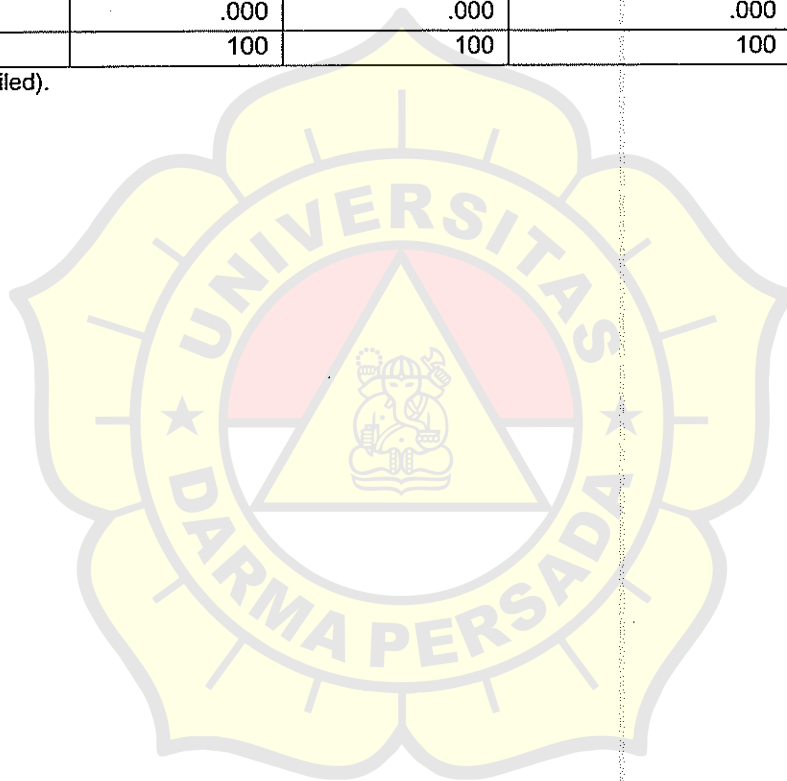
Correlations				
		Pelayanan sesuai yang dijanjikan	Kenyamanan sesuai yang dijanjikan	Total kesesuaian
Pelayanan sesuai yang dijanjikan	Pearson Correlation	1	.301	.453
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	100	100	100
Kenyamanan sesuai yang dijanjikan	Pearson Correlation	.301	1	.652
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	100	100	100
Total kesesuaian	Pearson Correlation	.453	.652	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	100	100	100

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

Validitas biaya dan kemudahan

Correlations					
		fasilitas ATM	Pemesanan Kamar Via online	Kemudahan dalam memesan kamar	Total biaya kemudahan
	Pearson Correlation	1	.502	.285	.764
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
amar Via	Pearson Correlation	.502	1	.408	.833
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
alam lar	Pearson Correlation	.285	.408	1	.724
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
udahan	Pearson Correlation	.764	.833	.724	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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



Lampiran 7

OUTPUT HASIL DARI OLAHAN SPSS RELIABILITY KINERJA DAN HARAPAN

Keandalan kinerja / *reliability*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.638	3

Kesigapan kinerja / *Responsiveness*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.669	3

Keamanan / *Jaminan kinerja*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.667	3

Empati / *empati kinerja* *tangible/* Wujud nyata kinerja

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.622	3

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.641	3

Keandalan harapan / *reliability*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.720	3

Kesigapan Harapan / *Responsiveness*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.622	3

Keamanan harapan / *assurance*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.638	3

Empati harapan / *emphaty*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.669	3

Wujud nyata harapan/ *tangible*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.667	3

Lampiran 8

UTPUT HASIL DARI OLAHAN SPSS RELIABILITY KEPUASAN KONSUMEN

Kualitas Pelayanan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.638	3

2. Faktor Emosional

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.720	3

3. Harga

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.669	3

Kinerja

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.606	2

5. Serviceability

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.670	2

6. Estetika

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.713	2

Kesesuaian

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.670	2

8. Biaya dan kemudahan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.715	3

Lampiran 9

OUTPUT HASIL DARI OLAHAN SPSS KUALITAS JASA TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN

Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.780	.754	.670	.915	.000
kehandalan harapan	.365	.556	.131	.658	.512
kesigapan Harapan	.618	.560	.342	.543	.073
jaminan Harapan	.915	.746	.319	.240	.146
empati Harapan	.461	.663	.102	.696	.489
tangible Harapan	.331	.694	.063	.477	.635
kehandalan Kinerja	.373	.607	.091	.615	.540
kesigapan Kinerja	.206	.628	.055	.328	.744
jaminan Kinerja	.304	.599	.079	.507	.613
empati Kinerja	.411	.700	.099	.587	.559
tangible Kinerja	.603	.562	.168	.815	.285

Dependent Variable: Kepuasan konsumen

Source: output SPSS diolah Tahun 2014

Korelasi Berganda

Correlations

		Kinerja Kualitas Jasa	harapan Kualitas Jasa
Kinerja Kualitas Jasa	Pearson Correlation	1	.744**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
harapan Kualitas Jasa	Pearson Correlation	.744**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

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

Dependent variabel :kepuasan konsumen

Source: output SPSS diolah Tahun 2014

Uji T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	25.009	1.341		2,050	.043
kehandalan harapan	.148	.043	.271	3,430	.001
kesigapan Harapan	.183	.079	.197	2,318	.023
jaminan Harapan	.193	.072	.201	2,688	.008
empati Harapan	.322	.081	.316	3,959	.000
tangible Harapan	.218	.104	.165	2,095	.039
kehandalan Kinerja	.325	.090	.274	3,618	.000
kesigapan Kinerja	.176	.060	.218	2,917	.004
jaminan Kinerja	.301	.082	.270	3,669	.000
empati Kinerja	.288	.089	.238	3,223	.002
tangible Kinerja	.201	.075	.207	2,665	.009

Dependent Variable: Kepuasan konsumen

Sumber : output spss diolah Tahun 2014

Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	325.907	10		35.003	.000 ^b
Residual	3881.749	97			
Total	4207.657	100			

Dependent Variable: kepuasan konsumen

Predictors: (Constant), tangible kinerja, tangible harapan, kehandalan harapan, empati harapan, kehandalan kinerja, kesigapan kinerja, jaminan kinerja, empati kinerja, kesigapan harapan, jaminan harapan

Koefisien determinasi ((R²))

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
	.895 ^a	.801	.794	4.501

Predictor (constant), kehandalan, kesigapan, jaminan, empati dan wujud nyata kinerja dan harapan

Dependent variabel: kepuasan konsumen

sumber: output spss diolah tahun 2014

HASIL PROFIL RESPONDEN

Responden Menurut Jenis Kelamin

Jenis kelamin	Jumlah Responden	Presentase
Pria	63	63
Wanita	37	37
Total	100	100

Sumber : data primer diolah, 2014

Responden Menurut Umur

Umur	Jumlah	Presentase
18-29 Tahun	13 orang	13
30-39 Tahun	43 orang	43
40-49 Tahun	39 orang	39
50 Tahun	5 orang	5
Total	100 orang	100

Sumber: data kuesioner diolah. 2014

Responden Menurut Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah responden	presentase
Pekerja Rumah Tangga	7 orang	7
Pegawai Swasta	22 orang	22
Pegawai Negeri	55 orang	55
Wiraswasta	11 orang	11
Mahasiswa/ i	5 orang	5
Total	100 orang	100

Sumber: data kuesioner diolah 2014

Frekuensi Kunjungan Responden

Frekuensi berkunjung	Jumlah	Presentase
Dua kali	48	48
Lebih dari dua kali	52	52
Total	100	100

Sumber: data kuesioner diolah Tahun 2014

LAMPIRAN 11

f tabel

$\alpha = 0,05$	$df_1=(k-1)$							
$df_2=(n-k-1)$	1	2	3	4	5	6	7	8
1	161.448	199.500	215.707	224.583	230.162	233.986	236.768	238.883
2	18.513	19.000	19.164	19.247	19.296	19.330	19.353	19.371
3	10.128	9.552	9.277	9.117	9.013	8.941	8.887	8.845
4	7.709	6.944	6.591	6.388	6.256	6.163	6.094	6.041
5	6.608	5.786	5.409	5.192	5.050	4.950	4.876	4.818
6	5.987	5.143	4.757	4.534	4.387	4.284	4.207	4.147
7	5.591	4.737	4.347	4.120	3.972	3.866	3.787	3.726
8	5.318	4.459	4.066	3.838	3.687	3.581	3.500	3.438
9	5.117	4.256	3.863	3.633	3.482	3.374	3.293	3.230
10	4.965	4.103	3.708	3.478	3.326	3.217	3.135	3.072
11	4.844	3.982	3.587	3.357	3.204	3.095	3.012	2.948
12	4.747	3.885	3.490	3.259	3.106	2.996	2.913	2.849
13	4.667	3.806	3.411	3.179	3.025	2.915	2.832	2.767
14	4.600	3.739	3.344	3.112	2.958	2.848	2.764	2.699
15	4.543	3.682	3.287	3.056	2.901	2.790	2.707	2.641
16	4.494	3.634	3.239	3.007	2.852	2.741	2.657	2.591
17	4.451	3.592	3.197	2.965	2.810	2.699	2.614	2.548
18	4.414	3.555	3.160	2.928	2.773	2.661	2.577	2.510
19	4.381	3.522	3.127	2.895	2.740	2.628	2.544	2.477
20	4.351	3.493	3.098	2.866	2.711	2.599	2.514	2.447
21	4.325	3.467	3.072	2.840	2.685	2.573	2.488	2.420
22	4.301	3.443	3.049	2.817	2.661	2.549	2.464	2.397
23	4.279	3.422	3.028	2.796	2.640	2.528	2.442	2.375
24	4.260	3.403	3.009	2.776	2.621	2.508	2.423	2.355
25	4.242	3.385	2.991	2.759	2.603	2.490	2.405	2.337
26	4.225	3.369	2.975	2.743	2.587	2.474	2.388	2.321
27	4.210	3.354	2.960	2.728	2.572	2.459	2.373	2.305
28	4.196	3.340	2.947	2.714	2.558	2.445	2.359	2.291
29	4.183	3.328	2.934	2.701	2.545	2.432	2.346	2.278
30	4.171	3.316	2.922	2.690	2.534	2.421	2.334	2.266
31	4.160	3.305	2.911	2.679	2.523	2.409	2.323	2.255
32	4.149	3.295	2.901	2.668	2.512	2.399	2.313	2.244
33	4.139	3.285	2.892	2.659	2.503	2.389	2.303	2.235
34	4.130	3.276	2.883	2.650	2.494	2.380	2.294	2.225
35	4.121	3.267	2.874	2.641	2.485	2.372	2.285	2.217
36	4.113	3.259	2.866	2.634	2.477	2.364	2.277	2.209
37	4.105	3.252	2.859	2.626	2.470	2.356	2.270	2.201
38	4.098	3.245	2.852	2.619	2.463	2.349	2.262	2.194
39	4.091	3.238	2.845	2.612	2.456	2.342	2.255	2.187
40	4.085	3.232	2.839	2.606	2.449	2.336	2.249	2.180
41	4.079	3.226	2.833	2.600	2.443	2.330	2.243	2.174
42	4.073	3.220	2.827	2.594	2.438	2.324	2.237	2.168
43	4.067	3.214	2.822	2.589	2.432	2.318	2.232	2.163
44	4.062	3.209	2.816	2.584	2.427	2.313	2.226	2.157
45	4.057	3.204	2.812	2.579	2.422	2.308	2.221	2.152
46	4.052	3.200	2.807	2.574	2.417	2.304	2.216	2.147
47	4.047	3.195	2.802	2.570	2.413	2.299	2.212	2.143
48	4.043	3.191	2.798	2.565	2.409	2.295	2.207	2.138
49	4.038	3.187	2.794	2.561	2.404	2.290	2.203	2.134
50	4.034	3.183	2.790	2.557	2.400	2.286	2.199	2.130
51	4.030	3.179	2.786	2.553	2.397	2.283	2.195	2.126
52	4.027	3.175	2.783	2.550	2.393	2.279	2.192	2.122
53	4.023	3.172	2.779	2.546	2.389	2.275	2.188	2.119

54	4.020	3.168	2.776	2.543	2.386	2.272	2.185	2.115
55	4.016	3.165	2.773	2.540	2.383	2.269	2.181	2.112
56	4.013	3.162	2.769	2.537	2.380	2.266	2.178	2.109
57	4.010	3.159	2.766	2.534	2.377	2.263	2.175	2.106
58	4.007	3.156	2.764	2.531	2.374	2.260	2.172	2.103
59	4.004	3.153	2.761	2.528	2.371	2.257	2.169	2.100
60	4.001	3.150	2.758	2.525	2.368	2.254	2.167	2.097
61	3.998	3.148	2.755	2.523	2.366	2.251	2.164	2.094
62	3.996	3.145	2.753	2.520	2.363	2.249	2.161	2.092
63	3.993	3.143	2.751	2.518	2.361	2.246	2.159	2.089
64	3.991	3.140	2.748	2.515	2.358	2.244	2.156	2.087
65	3.989	3.138	2.746	2.513	2.356	2.242	2.154	2.084
66	3.986	3.136	2.744	2.511	2.354	2.239	2.152	2.082
67	3.984	3.134	2.742	2.509	2.352	2.237	2.150	2.080
68	3.982	3.132	2.740	2.507	2.350	2.235	2.148	2.078
69	3.980	3.130	2.737	2.505	2.348	2.233	2.145	2.076
70	3.978	3.128	2.736	2.503	2.346	2.231	2.143	2.074
71	3.976	3.126	2.734	2.501	2.344	2.229	2.142	2.072
72	3.974	3.124	2.732	2.499	2.342	2.227	2.140	2.070
73	3.972	3.122	2.730	2.497	2.340	2.226	2.138	2.068
74	3.970	3.120	2.728	2.495	2.338	2.224	2.136	2.066
75	3.968	3.119	2.727	2.494	2.337	2.222	2.134	2.064
76	3.967	3.117	2.725	2.492	2.335	2.220	2.133	2.063
77	3.965	3.115	2.723	2.490	2.333	2.219	2.131	2.061
78	3.963	3.114	2.722	2.489	2.332	2.217	2.129	2.059
79	3.962	3.112	2.720	2.487	2.330	2.216	2.128	2.058
80	3.960	3.111	2.719	2.486	2.329	2.214	2.126	2.056
81	3.959	3.109	2.717	2.484	2.327	2.213	2.125	2.055
82	3.957	3.108	2.716	2.483	2.326	2.211	2.123	2.053
83	3.956	3.107	2.715	2.482	2.324	2.210	2.122	2.052
84	3.955	3.105	2.713	2.480	2.323	2.209	2.121	2.051
85	3.953	3.104	2.712	2.479	2.322	2.207	2.119	2.049
86	3.952	3.103	2.711	2.478	2.321	2.206	2.118	2.048
87	3.951	3.101	2.709	2.476	2.319	2.205	2.117	2.047
88	3.949	3.100	2.708	2.475	2.318	2.203	2.115	2.045
89	3.948	3.099	2.707	2.474	2.317	2.202	2.114	2.044
90	3.947	3.098	2.706	2.473	2.316	2.201	2.113	2.043
91	3.946	3.097	2.705	2.472	2.315	2.200	2.112	2.042
92	3.945	3.095	2.704	2.471	2.313	2.199	2.111	2.041
93	3.943	3.094	2.703	2.470	2.312	2.198	2.110	2.040
94	3.942	3.093	2.701	2.469	2.311	2.197	2.109	2.038
95	3.941	3.092	2.700	2.467	2.310	2.196	2.108	2.037
96	3.940	3.091	2.699	2.466	2.309	2.195	2.106	2.036
97	3.939	3.090	2.698	2.465	2.308	2.194	2.105	2.035
98	3.938	3.089	2.697	2.465	2.307	2.193	2.104	2.034
99	3.937	3.088	2.696	2.464	2.306	2.192	2.103	2.033
100	3.936	3.087	2.696	2.463	2.305	2.191	2.103	2.032

LAMPIRAN 12

T tabel

df=(n-k)	$\alpha = 0.05$	$\alpha = 0.025$
1	6.314	12.706
2	2.920	4.303
3	2.353	3.182
4	2.132	2.776
5	2.015	2.571
6	1.943	2.447
7	1.895	2.365
8	1.860	2.306
9	1.833	2.262
10	1.812	2.228
11	1.796	2.201
12	1.782	2.179
13	1.771	2.160
14	1.761	2.145
15	1.753	2.131
16	1.746	2.120
17	1.740	2.110
18	1.734	2.101
19	1.729	2.093
20	1.725	2.086
21	1.721	2.080
22	1.717	2.074
23	1.714	2.069
24	1.711	2.064

df=(n-k)	$\alpha = 0.05$	$\alpha = 0.025$
51	1.675	2.008
52	1.675	2.007
53	1.674	2.006
54	1.674	2.005
55	1.673	2.004
56	1.673	2.003
57	1.672	2.002
58	1.672	2.002
59	1.671	2.001
60	1.671	2.000
61	1.670	2.000
62	1.670	1.999
63	1.669	1.998
64	1.669	1.998
65	1.669	1.997
66	1.668	1.997
67	1.668	1.996
68	1.668	1.995
69	1.667	1.995
70	1.667	1.994
71	1.667	1.994
72	1.666	1.993
73	1.666	1.993
74	1.666	1.993

25	1.708	2.060
26	1.706	2.056
27	1.703	2.052
28	1.701	2.048
29	1.699	2.045
30	1.697	2.042
31	1.696	2.040
32	1.694	2.037
33	1.692	2.035
34	1.691	2.032
35	1.690	2.030
36	1.688	2.028
37	1.687	2.026
38	1.686	2.024
39	1.685	2.023
40	1.684	2.021
41	1.683	2.020
42	1.682	2.018
43	1.681	2.017
44	1.680	2.015
45	1.679	2.014
46	1.679	2.013
47	1.678	2.012
48	1.677	2.011
49	1.677	2.010
50	1.676	2.009

75	1.665	1.992
76	1.665	1.992
77	1.665	1.991
78	1.665	1.991
79	1.664	1.990
80	1.664	1.990
81	1.664	1.990
82	1.664	1.989
83	1.663	1.989
84	1.663	1.989
85	1.663	1.988
86	1.663	1.988
87	1.663	1.988
88	1.662	1.987
89	1.662	1.987
90	1.662	1.987
91	1.662	1.986
92	1.662	1.986
93	1.661	1.986
94	1.661	1.986
95	1.661	1.985
96	1.661	1.985
97	1.661	1.985
98	1.661	1.984
99	1.660	1.984
100	1.660	1.984

N	DB	R
3	1	0.997
4	2	0.950
5	3	0.878
6	4	0.811
7	5	0.754
8	6	0.707
9	7	0.666
10	8	0.632
11	9	0.602
12	10	0.576
13	11	0.553
14	12	0.532
15	13	0.514
16	14	0.497
17	15	0.482
18	16	0.468
19	17	0.456
20	18	0.444
21	19	0.433
22	20	0.423
23	21	0.413
24	22	0.404
25	23	0.396
26	24	0.388
27	25	0.381
28	26	0.374
29	27	0.367
30	28	0.361
31	29	0.355
32	30	0.349
33	31	0.344
34	32	0.339
35	33	0.334

N	DB	R
36	34	0.329
37	35	0.325
38	36	0.320
39	37	0.316
40	38	0.312
41	39	0.308
42	40	0.304
43	41	0.301
44	42	0.297
45	43	0.294
46	44	0.291
47	45	0.288
48	46	0.285
49	47	0.282
50	48	0.279
51	49	0.276
52	50	0.273
53	51	0.271
54	52	0.268
55	53	0.266
56	54	0.263
57	55	0.261
58	56	0.259
59	57	0.256
60	58	0.254
61	59	0.252
62	60	0.250
63	61	0.248
64	62	0.246
65	63	0.244
66	64	0.242
67	65	0.240
68	66	0.239

N	DB	R
69	67	0.237
70	68	0.235
71	69	0.234
72	70	0.232
73	71	0.230
74	72	0.229
75	73	0.227
76	74	0.226
77	75	0.224
78	76	0.223
79	77	0.221
80	78	0.220
81	79	0.219
82	80	0.217
83	81	0.216
84	82	0.215
85	83	0.213
86	84	0.212
87	85	0.211
88	86	0.210
89	87	0.208
90	88	0.207
91	89	0.206
92	90	0.205
93	91	0.204
94	92	0.203
95	93	0.202
96	94	0.201
97	95	0.200
98	96	0.199
99	97	0.198
100	98	0.197
101	99	0.196

N	DB	R
102	100	0.195
103	101	0.194
104	102	0.193
105	103	0.192
106	104	0.191
107	105	0.190
108	106	0.189
109	107	0.188
110	108	0.187
111	109	0.187
112	110	0.186
113	111	0.185
114	112	0.184
115	113	0.183
116	114	0.182
117	115	0.182
118	116	0.181
119	117	0.180
120	118	0.179
121	119	0.179
122	120	0.178
123	121	0.177
124	122	0.176
125	123	0.176
126	124	0.175
127	125	0.174
128	126	0.174
129	127	0.173
130	128	0.172
131	129	0.172
132	130	0.171
133	131	0.170
134	132	0.170

N	DB	R
135	133	0.169
136	134	0.168
137	135	0.168
138	136	0.167
139	137	0.167
140	138	0.166
141	139	0.165
142	140	0.165
143	141	0.164
144	142	0.164
145	143	0.163
146	144	0.163
147	145	0.162
148	146	0.161
149	147	0.161
150	148	0.160
151	149	0.160
152	150	0.159
153	151	0.159
154	152	0.158
155	153	0.158
156	154	0.157
157	155	0.157
158	156	0.156
159	157	0.156
160	158	0.155
161	159	0.155
162	160	0.154
163	161	0.154
164	162	0.153
165	163	0.153
166	164	0.152
167	165	0.152

N	DB	R
168	166	0.151
169	167	0.151
170	168	0.151
171	169	0.150
172	170	0.150
173	171	0.149
174	172	0.149
175	173	0.148
176	174	0.148
177	175	0.148
178	176	0.147
179	177	0.147
180	178	0.146
181	179	0.146
182	180	0.146
183	181	0.145
184	182	0.145
185	183	0.144
186	184	0.144
187	185	0.144
188	186	0.143
189	187	0.143
190	188	0.142
191	189	0.142
192	190	0.142
193	191	0.141
194	192	0.141
195	193	0.141
196	194	0.140
197	195	0.140
198	196	0.139
199	197	0.139
200	198	0.139

LAMPIRAN 14

NO	A. Reliability/Kehandalan			Empathy / Empati	Tangibles / wujud nyata
	Harapan 1	Harapan 2	Harapan 3		
1	4	4	4	13	14
2	5	5	4	12	10
3	5	5	5	15	15
4	4	3	4	12	10
5	3	3	4	12	11
6	5	5	5	15	15
7	4	4	4	10	12
8	3	2	3	8	11
9	4	4	4	13	13
10	5	5	5	15	15
11	4	4	3	12	11
12	5	5	5	14	14
13	5	4	4	13	14
14	4	4	4	11	11
15	4	5	4	13	13
16	2	1	4	4	10
17	3	3	4	13	13
18	4	5	4	13	14
19	3	4	5	12	13
20	4	4	4	13	14
21	5	5	5	15	15
22	5	4	4	14	14
23	5	5	5	15	15
24	3	4	3	12	13
25	2	3	2	10	7
26	3	4	3	11	11
27	4	4	4	11	10
28	4	4	4	14	13
29	5	5	5	14	14
30	4	4	5	12	13
31	4	3	3	8	11
32	2	2	3	8	10
33	3	3	4	11	9
34	4	4	4	11	13
35	5	5	5	15	15
36	4	4	4	11	12
37	3	4	4	12	13
38	3	3	4	11	12
39	5	5	5	14	14
40	3	3	4	10	11
41	4	4	4	11	10
42	4	4	5	12	14
43	3	4	3	12	13
44	1	4	2	12	10
45	4	4	5	12	13
46	4	4	4	13	14
47	5	5	4	12	10
48	5	5	5	15	15
49	4	3	4	12	10
50	3	3	4	12	11
51	5	5	5	15	15
52	4	4	4	10	12
53	3	2	3	8	10
54	4	4	4	13	13
55	5	5	5	15	15
56	4	4	3	12	11
57	5	5	5	14	14
58	5	4	4	13	14
59	4	4	4	11	11
60	4	5	4	13	13
61	2	1	4	4	10
62	3	3	4	13	13
63	4	5	4	13	14

64	3	4	5	12	13	13	15
65	4	4	4	13	14	12	12
66	5	5	5	15	15	15	14
67	5	4	4	14	14	13	14
68	5	5	5	15	15	15	15
69	3	4	3	12	13	15	14
70	2	3	2	10	7	11	12
71	3	4	3	11	11	13	15
72	4	4	4	11	10	12	12
73	4	4	4	14	13	12	13
74	5	5	5	14	14	12	13
75	4	4	5	12	13	14	13
76	4	3	3	8	11	12	12
77	2	2	3	8	10	10	12
78	3	3	4	11	9	11	12
79	4	4	4	11	13	13	13
80	5	5	5	15	15	13	15
81	4	4	4	11	12	12	12
82	3	4	4	12	13	14	13
83	3	3	4	11	12	15	14
84	5	5	5	14	14	15	15
85	3	3	4	10	11	12	12
86	4	4	4	11	10	10	12
87	4	4	5	12	14	13	14
88	3	4	3	12	13	13	11
89	1	4	2	12	10	12	10
90	4	4	5	12	13	14	12
91	4	4	4	14	13	12	13
92	5	5	5	14	14	12	13
93	4	4	5	12	13	14	13
94	4	3	3	8	11	12	12
95	2	2	3	8	10	10	12
96	3	3	4	11	9	11	12
97	4	4	4	11	13	13	13
98	5	5	5	15	15	13	15
99	4	4	4	11	12	12	12
100	3	4	4	12	13	14	13
Total	382	392	405				



NO	A. Reff		iveness / Kesigapan	Assurance / jaminan	Empathy / Empati	Tangibles / wujud nyata
	Kinerja 1					
1	4					
2	4	13		11	10	9
3	5	12		12	12	13
4	3	11		13	12	14
5	4	9		10	9	12
6	4	11		13	11	12
7	4	12		11	10	14
8	4	11		13	10	12
9	4	12		12	12	11
10	3	13		13	13	10
11	3	8		11	10	10
12	5	11		12	10	10
13	5	12		14	13	13
14	3	13		14	11	12
15	4	10		12	9	12
16	3	13		15	14	15
17	4	11		13	10	11
18	4	10		11	9	13
19	3	11		12	11	10
20	4	11		13	11	11
21	4	10		11	9	9
22	3	10		9	10	9
23	4	10		11	11	13
24	3	10		13	11	10
25	4	13		12	11	12
26	4	14		12	11	11
27	4	13		14	12	12
28	3	11		13	11	10
29	3	11		12	10	12
30	4	10		12	10	12
31	3	12		14	13	12
32	4	11		14	13	12
33	4	11		13	13	13
34	4	13		12	13	14
35	4	11		13	10	12
36	4	14		14	14	13
37	4	15		15	12	13
38	4	14		15	15	13
39	4	14		14	14	12
40	5	8		11	10	11
41	5	11		13	11	15
42	5	12		15	12	15
43	4	15		15	15	15
44	4	9		11	9	9
45	3	11		10	11	11
46	4	9		9	9	9
47	4	10		11	9	11
48	5	14		14	12	15
49	4	13		14	13	13
50	5	13		14	11	11
51	4	15		15	13	13
52	4	11		12	11	11
53	3	11		12	13	14
54	4	9		11	10	12
55	3	11		11	12	13
56	3	11		9	9	10
57	4	9		10	9	9
58	4	10		10	11	12
59	2	12		12	11	10
60	3	13		14	13	12
61	4	8		8	9	8
62	4	13		13	10	14
63	3	12		11	12	12
64	3	12		10	10	9
65	4	11		10	7	8
66	4	12		10	12	10
67	4	12		12	12	12
68	4	12		12	12	12
69	3	12		13	10	12
70	5	11		12	10	12
71	5	15		15	13	13
72	4	15		15	14	15
73	4	12		12	12	12
74	4	11		14	12	13
75	4	15		12	14	13
76	3	9		8	10	10
77	3	9		9	10	10
		13		10	11	11

78	3	4	3	12	13	12	11
79	4	3	3	11	12	12	12
80	4	3	3	11	11	10	10
81	5	3	3	13	11	12	11
82	5	4	1	15	15	13	15
83	4	4	2	11	12	10	12
84	4	4	3	10	9	10	10
85	4	3	3	10	13	11	11
86	3	4	4	11	11	11	12
87	4	4	4	11	13	11	14
88	4	3	4	9	12	10	10
89	4	3	4	13	13	12	10
90	4	4	4	11	11	9	10
91	3	3	4	10	11	9	9
92	4	4	1	11	11	10	10
93	3	3	4	10	11	9	9
94	3	3	3	12	10	11	10
95	2	5	2	12	14	13	11
96	4	3	5	12	11	10	11
97	3	3	2	10	10	11	12
98	3	3	2	9	11	8	7
99	3	3	4	11	13	10	13
100	4	4	4	12	12	12	12
Total	379	343	344				



No	A. Kualitas Pelayanan			e	Serviceability	Estetika / esthetic	Kesesuaian / conformance	Biaya dan Kemudahan
	Y1	Y2	Y3					
1	3	4	4					
2	3	3	4					
3	5	5	5	8	10	8	10	15
4	3	3	4	10	10	9	8	15
5	4	4	4	10	10	10	6	8
6	4	4	5	8	8	8	10	15
7	3	4	2	7	7	8	10	12
8	1	4	5	9	9	10	8	15
9	4	4	4	9	7	8	10	15
10	4	4	4	8	7	7	10	15
11	5	5	3	8	9	8	8	10
12	4	4	5	9	9	8	7	8
13	4	4	3	5	8	8	7	14
14	4	4	3	7	7	8	8	8
15	3	4	3	8	6	8	8	11
16	3	3	3	7	7	7	9	12
17	4	3	3	6	8	8	7	10
18	3	3	3	8	8	8	9	11
19	4	3	3	2	9	8	8	10
20	4	4	4	9	9	8	8	11
21	4	4	4	7	8	8	8	18
22	4	4	3	8	9	10	9	11
23	4	3	5	7	7	8	8	10
24	5	5	4	9	10	10	8	8
25	3	3	4	7	10	8	9	14
26	4	4	5	9	10	10	6	15
27	4	4	3	1	8	8	7	10
28	3	4	2	7	7	8	10	14
29	1	4	5	1	8	10	9	8
30	4	4	4	2	7	8	7	10
31	4	4	5	7	7	7	6	10
32	5	5	5	2	9	8	8	10
33	4	4	3	1	9	8	6	9
34	4	3	3	2	8	9	7	9
35	5	3	3	2	9	8	7	11
36	4	3	3	1	9	8	9	10
37	5	3	3	1	9	10	9	14
38	3	3	3	1	10	8	9	12
39	5	5	3	1	9	9	9	18
40	4	4	3	2	9	10	9	10
41	4	4	2	1	6	9	6	11
42	4	3	3	1	6	8	8	14
43	4	3	4	1	10	9	8	14
44	4	4	4	1	10	10	10	14
45	5	4	5	1	7	7	6	10
46	4	4	5	1	7	7	7	11
47	3	4	5	1	6	6	6	10
48	3	4	5	1	7	7	6	10
49	4	4	4	1	9	10	7	15
50	3	4	4	1	9	9	9	14
51	4	4	3	1	9	9	7	11
52	5	5	4	1	10	9	9	14
53	4	3	3	1	7	9	7	12
54	4	3	3	1	8	8	9	14
55	5	4	4	1	7	8	6	13
56	5	3	5	1	6	10	7	11
57	5	5	3	1	6	6	6	10
58	4	3	4	1	7	6	6	8
59	4	4	3	1	6	8	7	10
60	3	3	3	1	8	8	7	11
61	4	3	3	1	10	8	8	13
62	4	3	4	1	5	5	7	8
63	5	4	3	1	10	9	6	14
64	4	3	5	1	8	7	6	12
65	5	4	3	1	8	9	8	13
66	4	3	5	1	7	5	8	10
67	5	5	4	1	6	6	10	11
68	5	4	4	1	8	8	6	10
69	4	4	5	1	7	7	6	9
70	5	5	4	1	7	6	8	11
71	3	5	4	1	7	6	7	10
72	4	4	5	1	8	7	8	13
73	5	5	3	1	8	7	5	9
74	3	4	3	1	9	9	8	11
75	3	2	4	1	6	7	6	12
76	5	4	5	1	8	6	8	10
77	5	5	4	1	8	8	7	6
78	4	4	4	1	9	8	9	9
79	5	5	4	1	8	8	7	12
80	5	4	3	1	7	10	7	12
81	5	3	5	1	9	6	6	11
82	4	4	1	1	8	6	6	11
83	2	1	4	1	9	10	10	12
84	5	4	4	1	9	10	10	11
85	4	5	4	1	8	10	9	12
86	4	4	4	1	9	8	9	12
87	5	4	5	1	10	7	9	14
88	5	5	5	1	9	8	10	9
89	5	4	5	1	9	7	8	9
					9	8	9	10
						6	7	11

90	5	5	5	4	5	5	5	9	8	7	11
91	3	4	3	2	5	4	5	9	7	7	9
92	3	4	5	5	2	3	4	7	6	7	13
93	5	5	4	4	5	5	5	10	8	10	13
94	4	3	3	4	4	4	4	8	8	8	10
95	4	5	5	5	3	4	5	8	9	6	10
96	4	4	4	2	5	5	5	10	8	9	10
97	4	2	4	2	2	5	3	7	7	8	11
98	3	2	4	4	2	5	4	7	5	8	13
99	3	3	3	4	5	4	4	7	8	7	9
100	3	4	5	5	4	4	4	7	8	10	10
Total	399	382	384	399	403	405	411				

