

LAMPIRAN

KUESIONER PENELITIAN
ANALISIS PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS
PELAYANAN JASA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA
PENGIRIMAN JNE DI KEDIRI

A. DATA PENELITIAN

Nama Peneliti : Aditya Fatmala Santi
 NPM : 18.1.02.02.0244

Dosen Pembimbing I : Bambang Agus Sumantri, S.IP., M.M
 NIDN. 0730088001

Dosen Pembimbing II : Poniran Yudho Leksono, M.M.
 NIDN. 0704047306

B. IDENTITAS RESPONDEN

Nama :

Jenis kelamin :

Usia :

Kuesioner ini merupakan bagian dari tugas akhir yang akan saya selesaikan. Semua informasi dari hasil kuesioner ini bersifat rahasia dan hanya untuk kepentingan akademik. Tidak ada jawaban yang salah dalam menjawab kuesioner ini. Atas kerjasama saudara/i saya ucapkan terima kasih.

C. PETUNJUK PENGISIAN

Pilihlah jawaban berikut sesuai dengan pendapat anda, dengan cara memberikan tanda (√) pada kolom yang tersedia. Adapun makna tanda tersebut adalah :

5=Sangat Setuju (SS)	4= Setuju (S)	3= Netral (N)	2= Tidak Setuju (TS)	1= Sangat Tidak Setuju (STS)
----------------------	---------------	---------------	----------------------	------------------------------

D. PERTANYAAN

Harga						
No.	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Apakah harga yang ditetapkan oleh JNE dapat dijangkau oleh tingkat pendapatan masyarakat.					
2	Apakah konsumen tertarik dengan ongkos kirim yang ditetapkan JNE.					
3	Apakah harga yang ditetapkan oleh JNE mampu bersaing dengan jasa pengiriman lain.					
4	Apakah harga yang ditetapkan oleh JNE sudah terpenuhi dibanding jasa pengiriman lain					
5	Apakah harga yang ditawarkan oleh JNE sebanding dengan kualitas yang diberikan.					
6	Apakah harga yang ditawarkan oleh JNE memenuhi keinginan konsumen					
7	Apakah harga yang ditawarkan oleh JNE sesuai dengan manfaat yang diperoleh dari perusahaan pengiriman.					
8	Apakah harga yang ditawarkan oleh JNE telah sesuai dengan manfaat yang konsumen dapatkan.					

Promosi						
No.	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Apakah JNE dalam melakukan promosi melalui tayangan televisi					
2	Apakah promosi yang dilakukan oleh JNE melalui media sosial sudah menarik					
3	Strategi dalam melakukan promosi yang dilakukan oleh JNE melalui penyebaran brosur					
4	Dalam menarik konsumen JNE belum memberikan harga yang terjangkau					
5	Karyawan JNE dalam menyampaikan kelebihan produk jasa dengan baik					

6	Karyawan JNE sudah memenuhi dalam memberi informasi secara lisan kepada konsumen					
7	Pada saat kurir JNE melakukan pengantaran barang telah sesuai dengan alamat yang dituju					
8	JNE telah menjaga hubungan yang baik dengan konsumen					
9	Konsumen JNE belum mendapat informasi langsung dengan komunikasi yang baik					
10	Karyawan JNE belum memberikan tanggapan bagi konsumen					

Kualitas Pelayanan						
No.	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	JNE sudah memberikan perlengkapan pegawai yang rapih.					
2	Terpenuhinya fasilitas dengan memadai yang diberikan oleh JNE.					
3	Kecepatan dan ketepatan dalam pengiriman barang yang dilakukan oleh JNE sudah memenuhi standar hari ekstimasi yang diberikan.					
4	JNE belum memberikan pelayanan yang memuaskan.					
5	Keterlambatan karyawan JNE dalam menanggapi keluhan konsumen saat mengalami kesulitan.					
6	Apakah dalam memberikan kualitas pelayanan yang sudah baik, dibandingkan dengan ekspedisi lain (kualitas pelayanan dalam hal ketepatan waktu, keamanan barang dan pelayanan kurir)					
7	Karyawan JNE belum memiliki kemampuan melayani konsumen dengan baik.					
8	Pengetahuan karyawan JNE tentang jasa masih belum meluas.					

9	Apakah dalam memberikan pelayanan tanpa melihat status maupun kedudukan konsumen.					
10	Apakah JNE memudahkan konsumen dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik dengan karyawan JNE.					

Kepuasan Konsumen						
No.	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Apakah harapan konsumen terhadap produk jasa yang diberikan JNE Agen Mrican telah terpenuhi.					
2	Kepuasan pada konsumen akan terpenuhi keinginan dan kebutuhan dari JNE Agen Mrican.					
3	Konsumen merasa belum puas dengan JNE sebab kurangnya pelayanan yang diberikan.					
4	Konsumen merasa belum puas dengan JNE sebab kurir yang pernah ceroboh dalam tanggung jawab pengiriman.					
5	Konsumen berpikir ulang untuk merekomendasikan JNE kepada konsumen.					
6	Konsumen merasa belum puas antara harga dan pelayanan JNE sehingga anda tidak merekomendasikan JNE kepada konsumen lain.					
7	Keamanan dan kenyamanan yang diberikan belum memenuhi harapan.					
8	Konsumen belum merasakan kepuasan akan layanan yang diberikan oleh JNE					

Lampiran 2
Output SPSS Uji Validitas

Kepuasan Konsumen (Y)

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6
Y1	Pearson Correlation	1	.564**	.385*	.409*	.315	-.132
	Sig. (2-tailed)		.001	.035	.025	.090	.486
	N	30	30	30	30	30	30
Y2	Pearson Correlation	.564**	1	.698**	.537**	.474**	.056
	Sig. (2-tailed)	.001		.000	.002	.008	.767
	N	30	30	30	30	30	30
Y3	Pearson Correlation	.385*	.698**	1	.443*	.239	.000
	Sig. (2-tailed)	.035	.000		.014	.204	1.000
	N	30	30	30	30	30	30
Y4	Pearson Correlation	.409*	.537**	.443*	1	.144	.059
	Sig. (2-tailed)	.025	.002	.014		.448	.756
	N	30	30	30	30	30	30
Y5	Pearson Correlation	.315	.474**	.239	.144	1	.430*
	Sig. (2-tailed)	.090	.008	.204	.448		.018
	N	30	30	30	30	30	30
Y6	Pearson Correlation	-.132	.056	.000	.059	.430*	1
	Sig. (2-tailed)	.486	.767	1.000	.756	.018	
	N	30	30	30	30	30	30
Y7	Pearson Correlation	.137	.078	-.082	.407*	.296	.306
	Sig. (2-tailed)	.472	.683	.665	.026	.112	.100
	N	30	30	30	30	30	30
Y8	Pearson Correlation	-.007	.344	.239	.410*	.588**	.584**
	Sig. (2-tailed)	.971	.063	.203	.024	.001	.001
	N	30	30	30	30	30	30
Y9	Pearson Correlation	.634**	.593**	.360	.445*	.450*	.438*
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.050	.014	.012	.015
	N	30	30	30	30	30	30
Y10	Pearson Correlation	.104	.287	.129	.313	.084	.000

	Sig. (2-tailed)	.586	.124	.497	.093	.658	1.000
	N	30	30	30	30	30	30
	Pearson Correlation	.546**	.770**	.571**	.683**	.660**	.458*
Y.TOT	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.001	.000	.000	.011
	N	30	30	30	30	30	30

Correlations

		Y7	Y8	Y9	Y10	Y.TOT
	Pearson Correlation	.137	-.007**	.634*	.104*	.546
Y1	Sig. (2-tailed)	.472	.971	.000	.586	.002
	N	30	30	30	30	30
	Pearson Correlation	.078**	.344	.593**	.287**	.770**
Y2	Sig. (2-tailed)	.683	.063	.001	.124	.000
	N	30	30	30	30	30
	Pearson Correlation	-.082*	.239**	.360	.129*	.571
Y3	Sig. (2-tailed)	.665	.203	.050	.497	.001
	N	30	30	30	30	30
	Pearson Correlation	.407*	.410**	.445*	.313	.683
Y4	Sig. (2-tailed)	.026	.024	.014	.093	.000
	N	30	30	30	30	30
	Pearson Correlation	.296	.588**	.450	.084	.660
Y5	Sig. (2-tailed)	.112	.001	.012	.658	.000
	N	30	30	30	30	30
	Pearson Correlation	.306	.584	.438	.000	.458*
Y6	Sig. (2-tailed)	.100	.001	.015	1.000	.011
	N	30	30	30	30	30
	Pearson Correlation	1	.522	.129	.299*	.487
Y7	Sig. (2-tailed)		.003	.496	.108	.006
	N	30	30	30	30	30
	Pearson Correlation	.522	1	.362	.354*	.729**
Y8	Sig. (2-tailed)	.003		.049	.055	.000
	N	30	30	30	30	30

	Pearson Correlation	.129**	.362**	1	.000*	.724*
Y9	Sig. (2-tailed)	.496	.049		1.000	.000
	N	30	30	30	30	30
	Pearson Correlation	.299	.354	.000	1	.437
Y10	Sig. (2-tailed)	.108	.055	1.000		.016
	N	30	30	30	30	30
	Pearson Correlation	.487**	.729**	.724**	.437**	1**
Y.TOT	Sig. (2-tailed)	.006	.000	.000	.016	
	N	30	30	30	30	30

Harga (X1)

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5
	Pearson Correlation	1	.723**	.501**	.527**	.437**
X1.1	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000	.005
	N	40	40	40	40	40
	Pearson Correlation	.723**	1	.530**	.478**	.416**
X1.2	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.002	.008
	N	40	40	40	40	40
	Pearson Correlation	.501**	.530**	1	.528**	.427**
X1.3	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000	.006
	N	40	40	40	40	40
	Pearson Correlation	.527**	.478**	.528**	1	.451**
X1.4	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.000		.004
	N	40	40	40	40	40
	Pearson Correlation	.437**	.416**	.427**	.451**	1
X1.5	Sig. (2-tailed)	.005	.008	.006	.004	
	N	40	40	40	40	40

	Pearson Correlation	.347*	.292	.364*	.100	.516**
X1.6	Sig. (2-tailed)	.028	.067	.021	.540	.001
	N	40	40	40	40	40
	Pearson Correlation	.513**	.554**	.340*	.414**	.437**
X1.7	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.032	.008	.005
	N	40	40	40	40	40
	Pearson Correlation	.610**	.492**	.352*	.417**	.649**
X1.8	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.026	.007	.000
	N	40	40	40	40	40
	Pearson Correlation	.804**	.773**	.676**	.662**	.733**
X1.Tot	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	40	40	40	40	40

Correlations

		X1.6	X1.7	X1.8	VAR00009
	Pearson Correlation	.347	.513**	.610**	.804**
X1.1	Sig. (2-tailed)	.028	.001	.000	.000
	N	40	40	40	40
	Pearson Correlation	.292**	.554	.492**	.773**
X1.2	Sig. (2-tailed)	.067	.000	.001	.000
	N	40	40	40	40
	Pearson Correlation	.364**	.340**	.352	.676**
X1.3	Sig. (2-tailed)	.021	.032	.026	.000
	N	40	40	40	40
	Pearson Correlation	.100**	.414**	.417**	.662
X1.4	Sig. (2-tailed)	.540	.008	.007	.000
	N	40	40	40	40
	Pearson Correlation	.516**	.437**	.649**	.733**
X1.5	Sig. (2-tailed)	.001	.005	.000	.000
	N	40	40	40	40
	Pearson Correlation	1*	.568	.516*	.631
X1.6	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000

	N	40	40	40	40
X1.7	Pearson Correlation	.568**	1**	.610*	.768**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	40	40	40	40
X1.8	Pearson Correlation	.516**	.610**	1*	.799**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000
	N	40	40	40	40
X1.TOT	Pearson Correlation	.631**	.768**	.799**	1**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40

Promosi (X2)

Correlations

	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	
X2.1	Pearson Correlation	1	.581**	.404**	.467**	.414**	.388*
	Sig. (2-tailed)		.000	.010	.002	.008	.013
X2.2	N	40	40	40	40	40	40
	Pearson Correlation	.581**	1	.280	.499**	.451**	.561**
X2.3	Sig. (2-tailed)	.000		.080	.001	.004	.000
	N	40	40	40	40	40	40
X2.4	Pearson Correlation	.404**	.280	1	.339*	.367*	.430**
	Sig. (2-tailed)	.010	.080		.032	.020	.006
X2.5	N	40	40	40	40	40	40
	Pearson Correlation	.467**	.499**	.339*	1	.639**	.386*
X2.6	Sig. (2-tailed)	.002	.001	.032		.000	.014
	N	40	40	40	40	40	40
X2.5	Pearson Correlation	.414**	.451**	.367*	.639**	1	.507**
	Sig. (2-tailed)	.008	.004	.020	.000		.001
	N	40	40	40	40	40	40

	Pearson Correlation	.388*	.561**	.430**	.386*	.507**	1
X2.6	Sig. (2-tailed)	.013	.000	.006	.014	.001	
	N	40	40	40	40	40	40
	Pearson Correlation	.559**	.622**	.372*	.508**	.541**	.563**
X2.7	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.018	.001	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40
	Pearson Correlation	.361*	.505**	.213	.586**	.435**	.455**
X2.8	Sig. (2-tailed)	.022	.001	.188	.000	.005	.003
	N	40	40	40	40	40	40
	Pearson Correlation	.611**	.552**	.412**	.492**	.547**	.637**
X2.9	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.008	.001	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40
	Pearson Correlation	.410**	.478**	.373*	.471**	.632**	.628**
X2.10	Sig. (2-tailed)	.009	.002	.018	.002	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40
	Pearson Correlation	.711**	.751**	.561**	.728**	.749**	.756**
X2total	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40

Correlations

		X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2total
	Pearson Correlation	.559	.361**	.611**	.410**	.711**
X2.1	Sig. (2-tailed)	.000	.022	.000	.009	.000
	N	40	40	40	40	40
	Pearson Correlation	.622**	.505	.552	.478**	.751**
X2.2	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.002	.000
	N	40	40	40	40	40
	Pearson Correlation	.372**	.213	.412	.373*	.561*
X2.3	Sig. (2-tailed)	.018	.188	.008	.018	.000
	N	40	40	40	40	40
	Pearson Correlation	.508**	.586**	.492*	.471	.728**
X2.4	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.001	.002	.000

	N	40	40	40	40	40
	Pearson Correlation	.541**	.435**	.547*	.632**	.749
X2.5	Sig. (2-tailed)	.000	.005	.000	.000	.000
	N	40	40	40	40	40
	Pearson Correlation	.563*	.455**	.637**	.628*	.756**
X2.6	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.000	.000	.000
	N	40	40	40	40	40
	Pearson Correlation	1**	.512**	.630*	.562**	.796**
X2.7	Sig. (2-tailed)		.001	.000	.000	.000
	N	40	40	40	40	40
	Pearson Correlation	.512*	1**	.546	.583**	.714**
X2.8	Sig. (2-tailed)	.001		.000	.000	.000
	N	40	40	40	40	40
	Pearson Correlation	.630**	.546**	1**	.497**	.814**
X2.9	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.001	.000
	N	40	40	40	40	40
	Pearson Correlation	.562**	.583**	.497*	1**	.769**
X2.10	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001		.000
	N	40	40	40	40	40
	Pearson Correlation	.796**	.714**	.814**	.769**	1**
X2total	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40	40

Kualitas Pelayanan (X3)**Correlations**

	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	
	Pearson Correlation	1	.473**	.313 [†]	.025	.475**	.606**
X3.1	Sig. (2-tailed)		.002	.049	.878	.002	.000
	N	40	40	40	40	40	40
	Pearson Correlation	.473**	1	.633**	.207	.491**	.409**
X3.2	Sig. (2-tailed)	.002		.000	.200	.001	.009
	N	40	40	40	40	40	40
	Pearson Correlation	.313 [†]	.633**	1	.284	.573**	.308
X3.3	Sig. (2-tailed)	.049	.000		.075	.000	.054
	N	40	40	40	40	40	40
	Pearson Correlation	.025	.207	.284	1	.337 [†]	.304
X3.4	Sig. (2-tailed)	.878	.200	.075		.034	.056
	N	40	40	40	40	40	40
	Pearson Correlation	.475**	.491**	.573**	.337 [†]	1	.486**
X3.5	Sig. (2-tailed)	.002	.001	.000	.034		.001
	N	40	40	40	40	40	40
	Pearson Correlation	.606**	.409**	.308	.304	.486**	1
X3.6	Sig. (2-tailed)	.000	.009	.054	.056	.001	
	N	40	40	40	40	40	40
	Pearson Correlation	.159	.366 [*]	.259	.214	.298	.423**
X3.7	Sig. (2-tailed)	.326	.020	.107	.185	.062	.007
	N	40	40	40	40	40	40
	Pearson Correlation	.219	.418**	.456**	.264	.458**	.443**
X3.8	Sig. (2-tailed)	.175	.007	.003	.100	.003	.004
	N	40	40	40	40	40	40
	Pearson Correlation	.404**	.485**	.275	.374 [*]	.462**	.572**
X3.9	Sig. (2-tailed)	.010	.001	.086	.017	.003	.000
	N	40	40	40	40	40	40
X3.10	Pearson Correlation	.223	.402 [*]	.424**	.278	.495**	.330 [*]

	Sig. (2-tailed)	.166	.010	.006	.083	.001	.038
	N	40	40	40	40	40	40
	Pearson Correlation	.558**	.720**	.657**	.467**	.729**	.710**
X3.tot	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.002	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40

Correlations

		X3.7	X3.8	X3.9	X3.10	X3.tot
	Pearson Correlation	.159	.219**	.404*	.223	.558**
X3.1	Sig. (2-tailed)	.326	.175	.010	.166	.000
	N	40	40	40	40	40
	Pearson Correlation	.366**	.418	.485**	.402	.720**
X3.2	Sig. (2-tailed)	.020	.007	.001	.010	.000
	N	40	40	40	40	40
	Pearson Correlation	.259 [†]	.456**	.275	.424	.657**
X3.3	Sig. (2-tailed)	.107	.003	.086	.006	.000
	N	40	40	40	40	40
	Pearson Correlation	.214	.264	.374	.278	.467*
X3.4	Sig. (2-tailed)	.185	.100	.017	.083	.002
	N	40	40	40	40	40
	Pearson Correlation	.298**	.458**	.462**	.495*	.729
X3.5	Sig. (2-tailed)	.062	.003	.003	.001	.000
	N	40	40	40	40	40
	Pearson Correlation	.423**	.443**	.572	.330	.710**
X3.6	Sig. (2-tailed)	.007	.004	.000	.038	.000
	N	40	40	40	40	40
	Pearson Correlation	1	.624*	.574	.416	.652
X3.7	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.008	.000
	N	40	40	40	40	40
X3.8	Pearson Correlation	.624	1**	.594**	.749	.784**

	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	40	40	40	40	40
	Pearson Correlation	.574**	.594**	1	.645*	.796**
X3.9	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	40	40	40	40	40
	Pearson Correlation	.416	.749*	.645**	1	.738**
X3.10	Sig. (2-tailed)	.008	.000	.000		.000
	N	40	40	40	40	40
	Pearson Correlation	.652**	.784**	.796**	.738**	1**
X3.tot	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40	40

Lampiran 3
Output SPSS Uji Reliabilitas

Reliability X1 Harga

Cronbach's Alpha	N of Items
.877	8

Reliability X2 Promosi

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.905	10

Reliability X3 Kualitas Pelayanan

Reliability Statistics

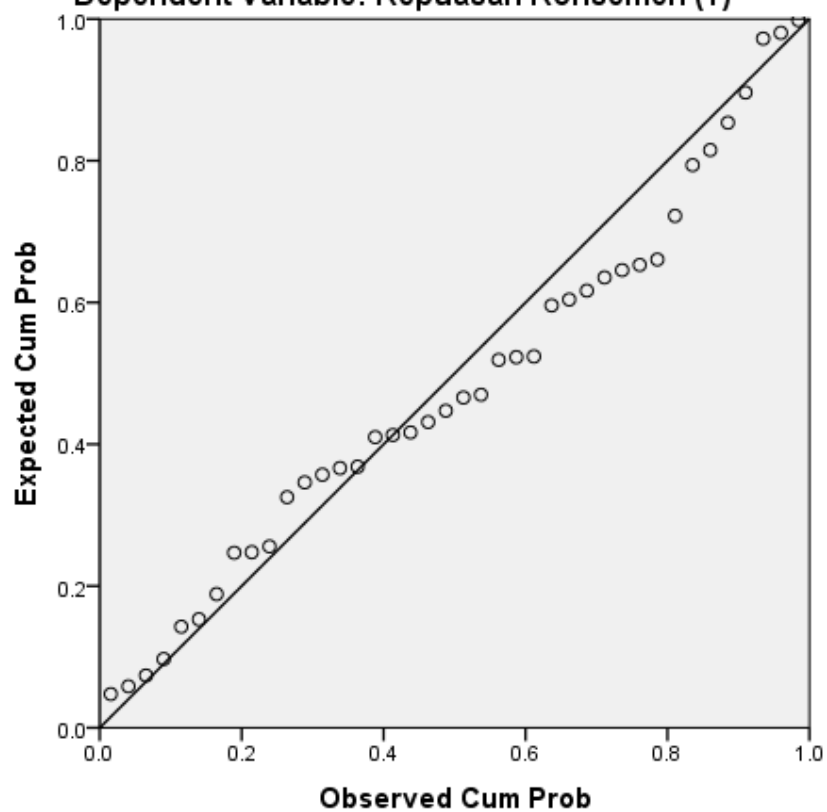
Cronbach's Alpha	N of Items
.873	10

Lampiran 4

Output SPSS Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Kepuasan Konsemen (Y)



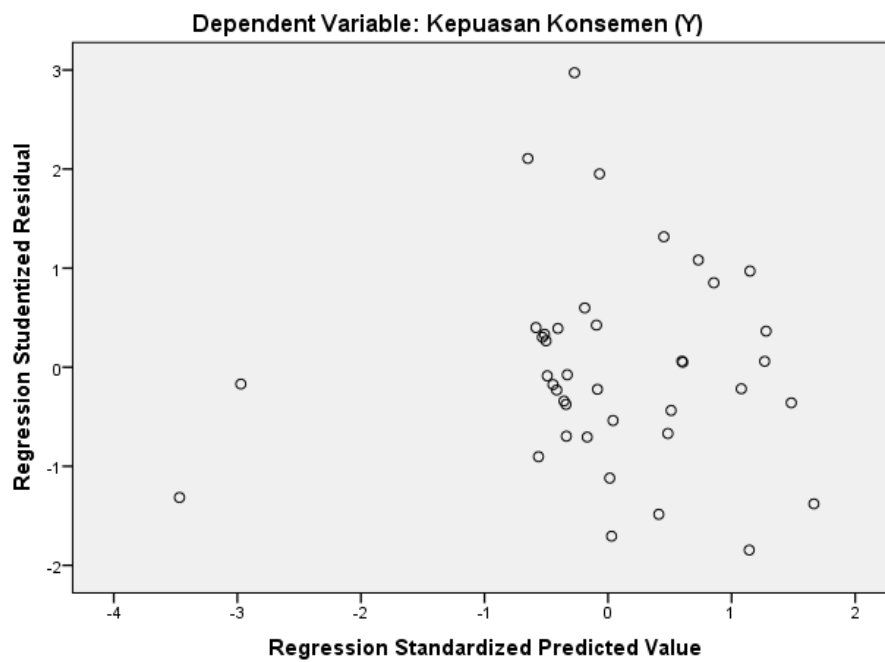
Lampiran 5
Output SPSS Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Sig.	Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1 (Constant)	.224		
Harga (X1)	.028	.857	1.167
Promosi (X2)	.860	.951	1.051
Kualitas Pelayanan (X3)	.000	.898	1.114

Lampiran 6
Output SPSS Uji Heteroskedasitas

Scatterplot



Lampiran 7
Output SPSS Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.759	4.658		1.236	.224
Harga (X1)	-.176	.077	-.190	-2.298	.028
Promosi (X2)	.020	.111	.014	.178	.860
Kualitas Pelayanan (X3)	1.007	.088	.930	11.481	.000

Lampiran 8
Output SPSS Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.888 ^a	.788	.770	3.23278	2.512

Lampiran 9
Output SPSS UJI F (SIMULTAN)

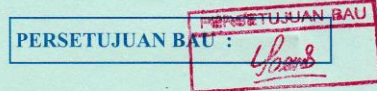
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1398.744	3	466.248	44.613	.000 ^b
	Residual	376.231	36	10.451		
	Total	1774.975	39			

Lampiran 10
Output SPSS UJI T (PARSIAL)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.759	4.658		1.236	.224
1 Harga (X1)	-.176	.077	-.190	-2.298	.028
1 Promosi (X2)	.020	.111	.014	.178	.860
1 Kualitas Pelayanan (X3)	1.007	.088	.930	11.481	.000



BERITA ACARA KEMAJUAN PEMBIMBINGAN PENULISAN KARYA TULIS ILMIAH

1. NAMA MAHASISWA : ADITYA FATMALA SANTI
 NPM : 18.1.02.02.0244
 Fak/Jur/Prodi : FEB / MANAJEMEN
 Alamat Rumah : Jl. Sersan Bahrun NO. 55 / VI , RT/RT : 002/002
 Alamat email : adityafatmala17.cah@gmail.com
 No. Telp. / HP : 081 359 659 971
2. DOSEN PEMBIMBING I : BAMBANG AGUS SUMANTRI, S.P., M.M.
 Alamat Rumah : Ds. Semanding, kec. Pagu, RT/RW : 04/02
 Alamat email : bambang.as@unpkediri.ac.id
 No. Telp. / HP : 085 235 684 085
3. DOSEN PEMBIMBING II : PONIRAN YUDHO LERSONO, M.M.
 Alamat Rumah : Jl. Sunan Giri 39 Ngasinan Pegomulyo Kota Kediri
 Alamat email : poniranyudho@unpkediri.ac.id
 No. Telp. / HP : 081 335 015 353
4. JUDUL KTI :

ANALISIS PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS
PELAYANAN JASA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA
PENGIPIMAN JNE DI KEDIRI

Catatan :

1. Periode Bimbingan (Sesuai SK Rektor) : _____
 2. Jadwal Bimbingan : _____

	Hari	Pukul	Tempat / Ruang
Pembimbing I	Senin	10.00	J19
	Selasa	10.00	J19
Pembimbing II	Selasa	10.00	Prodi Manajemen
	Kamis	11.00	Prodi Manajemen

3. Kemajuan Bimbingan :

Pembimbing I

NO.	TANGGAL	MATERI	MASALAH	TT. DOSEN
I	28 Maret 2022	Judul	Latar belakang masalah	
II	29 Maret 2022	Judul	ACC	
III	05 April 2022	Bab I	Revisi identifikasi masalah, GAP Penelitian, fenomena Penelitian	
IV	11 April 2022	Bab II	ACC	
V	19 April 2022	Bab II	Revisi Kerapian tabel Penelitian terdahulu, TYPO Penulisan	
VI	26 April 2022	Bab II	ACC	
VII	10 Mei 2022	Bab III	Revisi Keterangan tabel, Paragraf & Definisi operasional, Penjelasan sebelum tabel	
VIII	17 Mei 2022	Bab III	ACC	
IX	24 Mei 2022	Bab IV	Revisi Keterangan Struktur organisasi, tambahan penjelasan sebelum tabel, kerapian	
X	07 Juni 2022	Bab IV & V	Revisi Pembahasan, Saran, Kerapian Penulisan	
XI	21 Juni 2022	Bab IV & V	ACC	

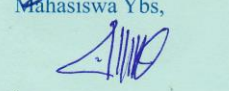
Pembimbing II

NO.	TANGGAL	MATERI	MASALAH	TT. DOSEN
I	05-04-22	Judul	judul lain dengan pendahuluan yg ot	
II	26-04-22	Bab I & II	pendahuluan di tulis berulang ulang	
III	16-05-22	Bab I & II	konten tabel belakang dan foto penulisan	
IV	23-05-22	Bab I & II	ACC	
V	30-05-22	Bab III	konten di tulis ulang dan	
VI	07-06-22	Bab III	konten di tulis ulang di operasi penulisan di tulis	
VII	14-06-22	Bab III	ACC	
VIII	14-06-22	Bab IV	konten di tulis ulang dan	
IX	05-07-22	Bab IV	ACC	
X	05-07-22	Bab V	konten di tulis ulang dan	
XI	07-07-22	Bab V	ACC	
XII	08-07-22	Bab I - V	Final	

Mengetahui,
Kaprodi


RESTI MULIYA, SE, M.M.
NIDN 0720058605

Kediri,
Mahasiswa Ybs,


ADITYA FATMALA S.
NPM 181.02.02.0244



LEMBAR PENGAJUAN JUDUL SKRIPSI/TUGAS AKHIR

1. NAMA MAHASISWA : ADITYA FATMALA SANTI
 2. NPM : 18.1.02.02.0244
 3. FAK./PRODI : EKONOMI DAN BISNIS/MANAJEMEN
 4. JUDUL YANG DIAJUKAN : ANALISIS PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN JASA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PENGIRIMAN JNE DI KEDIRI
-
5. RENCANA RUMUSAN MASALAH/PERTANYAAN PENELITIAN :
 - 1) Apakah harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada jasa pengiriman JNE di Kediri?
 - 2) Apakah promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada jasa pengiriman JNE di Kediri?
 - 3) Apakah kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada jasa pengiriman JNE di Kediri?
 - 4) Apakah harga, promosi dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa pengiriman JNE di Kediri?
-
6. RENCANA MODEL/DESAIN PENELITIAN :
 Penelitian Kuantitatif/Eksperimental

Kediri, 24 Maret 2022
 MAHASISWA

ADITYA FATMALA SANTI
 NPM. 18.1.02.02.0244

MENYETUJUI

PEMBIMBING 1

BAMBANG AGUS SUMANTRI, S.IP., M.M.
 NIDN. 073008801

PEMBIMBING 2

PONIKAN YUDHO LEKSONO, M.M.
 NIDN. 0704047306

MENGETAHUI
 KAPRODI,

RESTIN MEILINA, M.M.
 NIDN. 0721058605



Yayasan Pembina Lembaga Pendidikan Perguruan Tinggi PGRI Kediri
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN PADA MASYARAKAT (LPPM)
 Alamat: Kampus I Jl. KH. Achmad Dahlan No. 76 Kediri (64112) Telp.(0354) 771576, Fax. 771576
 Website: <http://lp2m.unpkediri.ac.id>, Email: lemlit@unpkediri.ac.id; lemlit.unpkediri@gmail.com

Nomor : 20430.07/LPPM.UN PGRI Kd/VI/2022
 Lampiran : -
 Hal : Permohonan Ijin Melakukan Penelitian

06 Juni 2022

Kepada Yth. Kepala JNE Cabang Mrican
 di : Jalan Gatot Subroto No 169-A, Mrican, Kecamatan Mojojoto, Kota Kediri

Dengan ini kami hadapkan mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri:

NAMA : ADITYA FATMALA SANTI
 NPM : 18.1.02.02.0244
 FAK - PRODI : FEB- Manajemen
 Maksud : Ijin melakukan penelitian untuk penulisan Skripsi
 JUDUL :

**ANALISIS PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PELAYANAN JASA
 TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PENGIRIMAN JNE DI KEDIRI**

Sehubungan dengan hal tersebut, kami mohon bantuannya untuk memberi ijin kepada mahasiswa yang bersangkutan guna mendapatkan data-data penelitian pada lembaga yang bapak/ibu/sdr. pimpin sebagai bahan penulisan Skripsi Program Sarjana (S1).

a.n. Ketua
 Sekretaris LPPM,

 Dr. Rizki Aswi Ramadhani, M.Kom
 NIDN. 0708049001

Tembusan :
 1. Kaprodi
 2. Dosen Pembimbing 1 dan 2

Lembaga Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat Universitas Nusantara PGRI Kediri

