

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini membahas tentang “Pengaruh Word of Mouth dan *Customer Experience* terhadap Kepuasan Pelanggan pada Dilan Coffee Shop Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal.” Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Word of Mouth dan *Customer Experience* terhadap Kepuasan Pelanggan pada Dilan Coffee Shop. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jumlah 96 responden yang sesuai dengan kriteria penelitian.

Berdasarkan hasil penelitian, Word of Mouth berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} sebesar 7,678 > t_{tabel} 1,985 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. *Customer Experience* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dengan nilai t_{hitung} sebesar 8,560 > t_{tabel} 1,985 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa informasi dan rekomendasi yang diterima pelanggan serta pengalaman yang dirasakan selama berada di Dilan Coffee Shop dapat memengaruhi kepuasan pelanggan.

Secara simultan, Word of Mouth dan *Customer Experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai F_{hitung} sebesar 106,867 > F_{tabel} sebesar 3,09 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,690 menunjukkan bahwa Word of Mouth dan *Customer Experience* mampu menjelaskan 69,0% variasi Kepuasan Pelanggan, sedangkan 31,0% sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar penelitian. Berdasarkan nilai Standardized Beta, *Customer Experience* memiliki koefisien yang lebih besar dibandingkan Word of Mouth, yaitu sebesar 0,529, sedangkan Word of Mouth sebesar 0,474.

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Pengaruh Word of Mouth dan *Customer Experience* terhadap Kepuasan Pelanggan pada Dilan Coffee Shop Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal, dapat disimpulkan bahwa Word of Mouth dan *Customer Experience* masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Secara bersama-sama, kedua variabel tersebut juga

berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Word of Mouth dan *Customer Experience* mampu menjelaskan 69 % variasi Kepuasan Pelanggan, sedangkan 31% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. *Customer Experience* memiliki pengaruh yang relatif lebih besar dibandingkan Word of Mouth.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, Dilan Coffee Shop diharapkan dapat mempertahankan dan meningkatkan Word of Mouth yang positif dengan memberikan pengalaman dan pelayanan yang baik kepada pelanggan sehingga pelanggan memiliki alasan yang positif untuk membicarakan dan merekomendasikan Dilan Coffee Shop kepada orang lain. Selain itu, Dilan Coffee Shop perlu memberikan perhatian lebih terhadap *Customer Experience* karena variabel tersebut memiliki pengaruh yang relatif lebih besar terhadap Kepuasan Pelanggan. Peningkatan *Customer Experience* dapat dilakukan dengan memperhatikan kenyamanan tempat, kondisi suhu dan sirkulasi udara, suasana coffee shop, variasi menu, fasilitas pendukung, serta konsistensi pelayanan kepada pelanggan. Dengan pengalaman yang semakin baik, diharapkan pelanggan merasa lebih puas dan memiliki keinginan untuk melakukan pembelian kembali.

Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi untuk mengembangkan penelitian mengenai Kepuasan Pelanggan dengan menambahkan variabel lain yang belum digunakan dalam penelitian ini, seperti harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, suasana tempat, maupun faktor lainnya. Penelitian selanjutnya juga dapat menggunakan jumlah responden dan ruang lingkup penelitian yang lebih luas agar dapat memberikan hasil yang lebih beragam dalam mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi Kepuasan Pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, R. A. K., Kurniawan, A. P., & Juru, P. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Borwita Citra Prima Maumere. *Jurnal Penelitian Mahasiswa*, 3(1).
- Agustiono, Listyorini, S., & Nugraha, H. S. (2022). Pengaruh *Customer Experience* terhadap Customer Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Masyarakat Semarang Pengguna LinkAja). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(2), 244–256. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.34564>
- Anandia, R., & Abrian, Y. (2024). Pengaruh *Customer Experiences* Terhadap Customer Loyalty (Studi Pada Tamu Meeting di Hotel Pangeran City Padang). *Jurnal Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 2(3), 125–135. <https://doi.org/10.59581/jmpp-widyakarya.v2i3.3791>
- Anggara, E. P., Rustiyanti, S., & Mayang, A. A. (2023). Komodifikasi budaya minum kopi di kedai sang pejoang lembang. *Jurnal Budaya Etnika*, 7(1), 55–66.
- Anggraini, M., Fitriani, & Sanjaya, V. F. (2021). Pengaruh Kelompok Referensi, Media Sosial Dan Work Of Mouth Pada Generasi Mlenial Terhadap Keputusan Pembelian. *JEMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 19–25. <http://jema.unw.ac.id>
- Aristo, E., & Keni. (2023). Studi Mengenai Faktor-Faktor yang Memengaruhi Kepuasan Pelanggan Coffee Shop di Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 7(6).
- Arkan, M., Haikal, R., & Alhamda, N. S. (2025). Pengaruh Coffe Shop Terhadap Life Style Hidup Mahasiswa Yogyakarta. *Multiple Journal of Global and Multidisciplinary*, 3(1), 4821–4828.
- Ayummi, P., Raharja, S. J., & Rasmini, M. (2025). Pengaruh Word of Mouth Terhadap Brand Awareness pada Konsumen Coffee Shop Titik Awal Jatinangor. *JMPIS: Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 6(3), 2124–2135.
- BPS. (2024). Indonesian Coffee Statistics. *Nucl. Phys.*, 8(1), 104–116.
- Devialesti, V., & Zabara, D. R. (2024). Pengaruh atmosfer toko, wom, kepuasan pelanggan, minat berkunjung ulang di coffee shop. *EBIMA (Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Manajemen)*, 1(1), 40–47.
- Fuatqi, F. A., & Pertiwi, P. C. (2023). Pengaruh Word Of Mouth dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Nasabah Bank Muamalat Kcp Ponorogo Menggunakan Kartu Shar-E Debit Reguler GPN. *Japp: Jurnal Akuntansi, Perpajakan Dan Portofolio*, 3(1), 51–63. <https://doi.org/10.24269/japp.v3i1.6822>

- Hamenda, K., & Kristiningsih. (2026). Pengaruh Kualitas Layanan Dan *Customer Experience* Terhadap Loyalitas Pelanggan, Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi Pada Rumah Makan Primarasa. *Journal of Innovative and Creativity (Joecy)*, 6(1), 568–578. <https://doi.org/10.31004/joecy.v6i1.5829>
- Hidayat, A., & Ariffin, K. (2023). Pengaruh Word Of Mouth (Wom) Terhadap Keputusan Pembelian Caffe And Tea Sintesa Tanjung Tabalong. *JAPB Jurnal Mahasiswa Administrasi Publik Dan Administrasi Bisnis*, 6(2), 763–780.
- Hutasuhut, D. S., & Nasution, M. F. (2026). Pengaruh Servqual , Harga Dan *Customer Experience* Terhadap Kepuasan Pelanggan Coffee Shop HDS. *Bongaya Journal for Research in Management*, 9(2), 78–90.
- JAYA, I. M. L. M. (2025). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF DAN KUALITATIF*.
- Koto, F. F., Soebijakto, G. S. A., & Adriana, E. (2023). Analisis Pengaruh Atmosfer Café Dan *Customer Experience* Terhadap Pengambilan Keputusan Customer Yaitu Mahasiswa Malang Dalam Pemilihan Tempat Coffee Shop Untuk Belajar. *CEMERLANG : Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 3(3), 08–19. <https://doi.org/10.55606/cemerlang.v3i3.1332>
- Lie, Y. F., & Panjaitan, A. R. S. (2024). Pengaruh *Customer Experience*, Customer Satisfaction, Dan Word of Mouth Terhadap Customer Loyalty Pada Aplikasi Tiket Bioskop. *Jurnal Riset Akuntansi Politika*, 7(3), 713–722. <https://doi.org/10.34128/jra.v7i3.398>
- Maisaroh, N. (2025). Pengaruh Digital Marketing Dan Word Of Mouth Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Barokah Catering. *Jurnal Nusa Manajemen*, 12(2). <https://www.city.kawasaki.jp/500/page/0000174493.html>
- Marzuqi, A. M., & Fardani, F. F. (2024). Kepuasan konsumsi kopi lokal gen z ditinjau dari store atmosphere dan *Customer Experience* di kota solo tahun 2024 gen z local coffee consumption satisfaction reviewed from store atmosphere and *Customer Experience* in solo city in 2024. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(6).
- Musari, F. F., Hardilawati, W. L., & Akhmad, I. (2023). Pengaruh *Customer Experience*, Nilai Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Point Coffee Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, 3.
- Nugroho, R. R. D., Anomsari, A., Sari, R. A. A. R. P., & Farida, I. (2025). Customer Satisfaction Sebagai Variabel Moderasi Hubungan *Customer Experience* Dan Customer Value Terhadap Customer Loyalty Pada Produk Parfum Saff & Co Di Tiktok Shop. *Jurnal Maneksi*, 14(1), 140–153. <https://doi.org/10.31959/jm.v14i1.2823>

- Pesa Nugraha, P. (2023). Keunikan Model Marketing Dari Mulut Ke Mulut Dalam Era Digital. *Jurnal Multidisiplin Indonesia*, 2(10), 3160–3169. <https://doi.org/10.58344/jmi.v2i10.589>
- Rahayu, S. (2025). *Peningkatan Kepuasan Pelanggan Melalui Persepsi Harga Dan E-Service Quality Untuk Menciptakan Loyalitas Pelanggan*.
- Rifdah. (2026). *Wawancara*.
- Rizky, M. L., & Suyuthie, H. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmiah Dan Karya Mahasiswa*, 2(4), 129–141. <https://doi.org/10.62421/jibema.v2i2.79>
- Salsabila. (2026). *Wawancara*.
- Sari, J. P. M., Hardini, R., & Digdowiseiso, K. (2023). Influence Brand Awareness, Product Variations and Word of Mouth Towards Customer Satisfaction at Coffee Shop Tuku Cipete Branch, South Jakarta. *Jurnal Syntax Admiration*, 4(1), 164–177. <https://doi.org/10.46799/jsa.v4i1.802>
- Septian, B. P., & Handaruwati, I. (2021). Pengaruh *Customer Experience* Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Kuliner Lokal Soto Mbok Geger Pedan Klaten. *Jurnal Bisnisan: Riset Bisnis Dan Manajemen*, 3(2), 16–33.
- Sholihah, S. M., Aditiya, N. Y., Evani, E. S., & Maghfiroh, S. (2023). Konsep uji asumsi klasik pada regresi linier berganda. *JURNAL RISET AKUNTANSI SOEDIRMAN (JRAS)*, 2(2), 102–110.
- Siregar, M. R. (2026). *Wawancara*.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Sutrisno, G., KaniaMasneno, M., & Umiyati, H. (2026). *Customer Experience* Dan Customer Engagement Sebagai Prediktor Loyalitas Pelanggan Tuku Coffee Di Kota Tangerang: Peran Kepuasan Pelanggan Sebagai Pemediasi. *Jurnal Penelitian Manajemen*, 4(01), 53–65.
- Upekca, I. W. A., Adrian, W. D., Syafendra, Y., Arnolt, & Pakpahan, K. (2022). Antaseden Dari Word Of Mouth Pada Kedai Kopi Lokal Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi*, XXVII(03), 441–459.
- Wijayanti, R. M., Saidani, B., & Fidhyallah, N. F. (2021). Pengaruh Harga dan Kepercayaan pada Jasa Pengiriman X terhadap Kepuasan Pelanggan E-Commerce di Jakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 2(1), 6.
- Zahran, M. W., Indrawijaya, S., & Amri, A. D. (2026). Pengaruh kepercayaan, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap keberlanjutan usaha berbasis etika bisnis islam pada pt. Amanah umat sukses kota jambi. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 14(2), 49–63.

LAMPIRAN

KUESIONER

Petunjuk Pengisian Kuesioner:

1. Sebelum mengisi kuesioner, mohon melengkapi identitas responden
2. Jawaban atas pertanyaan dilakukan dengan memberikan tanda checklist/centang (✓) pada salah satu jawaban yang dianggap paling sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Responden dimohon untuk dapat menjawab setiap pernyataan dengan keyakinan pribadi serta dapat menjawab setiap pernyataan hanya boleh ada satu tanda jawaban.

Keterangan:

- 1 = Sangat Tidak Setuju
- 2 = Tidak Setuju
- 3 = Kurang Setuju
- 4 = Setuju
- 5 = Sangat setuju

Identitas Responden:

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
3. Usia :

NO	PERNYATAAN	PENILAIAN				
		SS	S	KS	TS	STS
Word of Mouth (X1)						
A	Talkers (siapa yang menyampaikan informasi)					
	1. Saya mengetahui Dilan Coffee Shop karena mendapat informasi dari teman, keluarga, atau orang yang saya kenal.					
	2. Orang yang memberikan informasi tentang Dilan Coffee Shop kepada saya dapat dipercaya.					
B	Topics (apa yang dibicarakan)					
	3. Informasi dari orang lain membuat saya mengetahui makanan dan minuman yang tersedia di Dilan Coffee Shop.					

	4. Saya mendapatkan informasi dari orang lain mengenai suasana, pelayanan, atau kondisi Dilan Coffee Shop.					
C	Tools (melalui apa informasi disampaikan)					
	5. Saya mendapatkan informasi mengenai Dilan Coffee Shop melalui percakapan langsung dengan orang lain.					
	6. Saya mendapatkan informasi mengenai Dilan Coffee Shop melalui media sosial atau media komunikasi lainnya.					
D	Talking Part (keterlibatan dalam pembicaraan)					
	7. Informasi yang saya dengar dari orang lain membuat saya tertarik untuk mencari tahu lebih banyak tentang Dilan Coffee Shop.					
	8. Saya ikut membicarakan Dilan Coffee Shop ketika sedang berbincang dengan teman atau orang lain.					
E	Tracking (Mengikuti/mencari informasi)					
	9. Saya memperhatikan informasi atau tanggapan orang lain tentang Dilan Coffee Shop sebelum berkunjung.					
	10. Saya mencari informasi tambahan mengenai Dilan Coffee Shop setelah mendengar rekomendasi dari orang lain.					

NO	PERNYATAAN	PENILAIAN				
		SS	S	KS	TS	STS
CUSTOMER EXPERIENCE (X2)						
A	Sense (Apa yang dirasakan pancaindra)					
	1. Rasa makanan dan minuman di Dilan Coffee Shop sesuai dengan selera saya.					
	2. Aroma makanan dan minuman di Dilan Coffee Shop memberikan pengalaman yang menyenangkan bagi saya.					
B	Feel (Perasaan/emosi)					

	3. Saya merasa nyaman dan rileks ketika berada di Dilan Coffee Shop.					
	4. Saya merasa senang ketika menikmati makanan, minuman, dan suasana di Dilan Coffee Shop.					
C	Think (Pemikiran/penilaian)					
	5. Saya menilai konsep Dilan Coffee Shop menarik dan berbeda dari coffee shop lain.					
	6. Saya merasa pilihan menu di Dilan Coffee Shop menarik untuk dicoba.					
D	Act (Tindakan/aktivitas)					
	7. Pengalaman saya di Dilan Coffee Shop membuat saya tertarik mencoba menu lain yang tersedia.					
	8. Dilan Coffee Shop sesuai dengan aktivitas saya ketika ingin menikmati waktu di coffee shop.					
E	Relate (Hubungan sosial/gaya hidup)					
	9. Suasana dan konsep Dilan Coffee Shop sesuai dengan gaya hidup saya.					
	10. Saya merasa Dilan Coffee Shop menjadi tempat yang sesuai untuk menghabiskan waktu bersama teman atau orang lain.					

NO	PERNYATAAN	PENILAIAN				
		SS	S	KS	TS	STS
KEPUASAN PELANGGAN (Y)						
A	Perasaan puas (Perasaan setelah menerima produk/jasa)					
	1. Saya merasa puas setelah membeli makanan dan minuman di Dilan Coffee Shop.					
	2. Saya merasa senang dengan pelayanan yang diberikan oleh Dilan Coffee Shop.					
	3. Secara keseluruhan, saya merasa puas dengan pengalaman saya di Dilan Coffee Shop.					

B	Terpenuhinya Harapan (Kesesuaian hasil dengan harapan)					
	4. Kualitas makanan dan minuman yang saya terima sesuai dengan harapan saya.					
	5. Pelayanan yang saya terima di Dilan Coffee Shop sesuai dengan harapan saya					
	6. Harga yang saya bayarkan sesuai dengan kualitas makanan dan minuman yang saya terima.					
	7. Suasana Dilan Coffee Shop sesuai dengan harapan saya ketika berkunjung.					
C	Pembelian Ulang (Keinginan kembali membeli)					
	8. Saya berminat untuk kembali membeli makanan atau minuman di Dilan Coffee Shop.					
	9. Saya akan memilih Dilan Coffee Shop kembali ketika ingin membeli makanan atau minuman.					
	10. Saya bersedia melakukan pembelian kembali di Dilan Coffee Shop pada kesempatan berikutnya.					

Tabulasi Kuesioner Variabel Word of Mouth (X1)

No	PX1 .1	PX1 .2	PX1 .3	PX1 .4	PX1 .5	PX1 .6	PX1 .7	PX1 .8	PX1 .9	PX1 .10	total
1	4	4	3	5	4	5	3	4	4	3	39
2	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	42
3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	42
4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	42
5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	44
6	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	42
7	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	47
8	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
9	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	37
10	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	38
11	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	47
12	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	36
13	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	48
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
15	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
18	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	48
19	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	42
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
21	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	42
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
23	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	42
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
25	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	43
26	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	42
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
28	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	35
29	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	48
30	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	38
31	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	42
32	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	42
33	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	48

34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
36	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	43
37	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	42
38	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	38
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
40	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	35
41	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	36
42	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	47
43	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
44	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	36
45	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	36
46	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
47	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	48
48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
49	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	42
50	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	43
51	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
52	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	42
53	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	41
54	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	42
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
56	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	42
57	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	42
58	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	43
59	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	47
60	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	42
61	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	43
62	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	43
63	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	43
64	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	42
65	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	48
66	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	47
67	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	47
68	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	43
69	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	47

70	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	36
71	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	42
72	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
73	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	42
74	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	44
75	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	42
76	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	48
77	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	48
78	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	42
79	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	35
80	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
81	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
82	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	38
83	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
84	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	35
85	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	48
86	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
87	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
88	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
89	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	47
90	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
91	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	42
92	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	38
93	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
94	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	36
95	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	48
96	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	47

Tabulasi Kuesioner Variabel *Customer Experience* (X2)

No	PX2 .1	PX2 .2	PX2 .3	PX2 .4	PX2 .5	PX2 .6	PX2 .7	PX2 .8	PX2 .9	PX2 .10	Tot al
1	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	40
2	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	46
3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	43
5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	40
6	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	42
7	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	45
8	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	43
9	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	35
10	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
11	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
12	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	36
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
14	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	47
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
19	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
25	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	42
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
28	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	35
29	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	43
30	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
32	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	43
33	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39

34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
36	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	43
37	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
38	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	46
39	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	38
40	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	36
41	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	43
42	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	42
43	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	38
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
47	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	37
48	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	38
49	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
50	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	43
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
52	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
53	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	37
54	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
55	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	38
56	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
57	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
58	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	43
59	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	42
60	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	42
61	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	43
62	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	43
63	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
64	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	37
65	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	37
66	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
68	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
69	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	43

[illegible]

Tabulasi Kuesioner Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

No	PY. 1	PY. 2	PY. 3	PY. 4	PY. 5	PY. 6	PY. 7	PY. 8	PY. 9	PY. 10	Tot al
1	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	43
2	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	44
3	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	44
4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	42
5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	44
6	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	42
7	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	43
8	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	41
9	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	37
10	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	38
11	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
12	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	36
13	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
18	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39
19	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	42
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
21	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	42
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
23	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
25	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	42
26	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	42
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
28	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	33
29	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	43
30	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	38
31	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
32	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	43
33	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39

34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
36	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	43
37	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	42
38	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	38
39	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	38
40	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	33
41	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	36
42	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	42
43	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	38
44	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	36
45	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	36
46	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
47	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
48	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	38
49	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	42
50	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	43
51	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
52	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	42
53	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	41
54	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	42
55	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	38
56	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	43
57	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	42
58	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	43
59	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	42
60	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	42
61	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	43
62	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	43
63	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	43
64	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	37
65	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
66	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
68	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	43
69	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	43

[illegible]

Hasil Uji Validitas Variabel Word of Mouth (X¹)

		Correlations										
		PX1_1	PX1_2	PX1_3	PX1_4	PX1_5	PX1_6	PX1_7	PX1_8	PX1_9	PX1_10	total
PX1_1	Pearson Correlation	1	.871**	.418**	.603**	.478**	.775**	.557**	.693**	.817**	-.061	.810**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.555	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
PX1_2	Pearson Correlation	.871**	1	.401**	.549**	.604**	.678**	.521**	.793**	.749**	.153	.844**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.137	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
PX1_3	Pearson Correlation	.418**	.401**	1	.161	.604**	.358**	.397**	.555**	.605**	.468**	.688**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.118	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
PX1_4	Pearson Correlation	.603**	.549**	.161	1	.175	.721**	.389**	.460**	.566**	.017	.608**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.118		.087	.000	.000	.000	.000	.866	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
PX1_5	Pearson Correlation	.478**	.604**	.604**	.175	1	.413**	.502**	.617**	.600**	.494**	.760**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.087		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
PX1_6	Pearson Correlation	.775**	.678**	.358**	.721**	.413**	1	.457**	.603**	.750**	-.024	.758**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.817	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
PX1_7	Pearson Correlation	.557**	.521**	.397**	.389**	.502**	.457**	1	.368**	.636**	.492**	.737**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
PX1_8	Pearson Correlation	.693**	.793**	.555**	.460**	.617**	.603**	.368**	1	.603**	.356**	.822**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
PX1_9	Pearson Correlation	.817**	.749**	.605**	.566**	.600**	.750**	.636**	.603**	1	.124	.862**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.227	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
PX1_10	Pearson Correlation	-.061	.153	.468**	.017	.494**	-.024	.492**	.356**	.124	1	.457**
	Sig. (2-tailed)	.555	.137	.000	.866	.000	.817	.000	.000	.227		.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
total	Pearson Correlation	.810**	.844**	.688**	.608**	.760**	.758**	.737**	.822**	.862**	.457**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96

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

Hasil uji Validitas Variabel *Customer Experience* (X²)

		Correlations										
		PX2_1	PX2_2	PX2_3	PX2_4	PX2_5	PX2_6	PX2_7	PX2_8	PX2_9	PX2_10	Jumlah
PX2_1	Pearson Correlation	1	.844**	.640**	.534**	.676**	.667**	.722**	.681**	.760**	.530**	.870**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
PX2_2	Pearson Correlation	.844**	1	.659**	.544**	.730**	.668**	.594**	.732**	.764**	.555**	.875**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
PX2_3	Pearson Correlation	.640**	.659**	1	.424**	.582**	.614**	.716**	.748**	.678**	.765**	.876**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
PX2_4	Pearson Correlation	.534**	.544**	.424**	1	.352**	.478**	.381**	.456**	.643**	.402**	.627**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
PX2_5	Pearson Correlation	.676**	.730**	.582**	.352**	1	.450**	.470**	.683**	.572**	.543**	.756**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
PX2_6	Pearson Correlation	.667**	.668**	.614**	.478**	.450**	1	.487**	.513**	.837**	.546**	.775**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
PX2_7	Pearson Correlation	.722**	.594**	.716**	.381**	.470**	.487**	1	.482**	.561**	.511**	.750**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
PX2_8	Pearson Correlation	.681**	.732**	.748**	.456**	.683**	.513**	.482**	1	.555**	.632**	.819**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
PX2_9	Pearson Correlation	.760**	.764**	.678**	.643**	.572**	.837**	.561**	.555**	1	.650**	.866**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
PX2_10	Pearson Correlation	.530**	.555**	.765**	.402**	.543**	.546**	.511**	.632**	.650**	1	.779**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Jumlah	Pearson Correlation	.870**	.875**	.876**	.627**	.756**	.775**	.750**	.819**	.866**	.779**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96

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

Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Kerja (Y)

		Correlations										Keterangan
		PY_1	PY_2	PY_3	PY_4	PY_5	PY_6	PY_7	PY_8	PY_9	PY_10	
PY_1	Pearson Correlation	1	.618**	.362**	.248*	.523**	.370**	.578**	.284**	.709**	.331**	.691**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.015	.000	.000	.000	.005	.000	.001	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
PY_2	Pearson Correlation	.618**	1	.515**	.327**	.709**	.362**	.523**	.459**	.761**	.531**	.814**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
PY_3	Pearson Correlation	.362**	.515**	1	.212*	.393**	.334**	.671**	.531**	.528**	.519**	.754**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.038	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
PY_4	Pearson Correlation	.248*	.327**	.212*	1	.250*	.301**	.356**	.381**	.306**	.549**	.576**
	Sig. (2-tailed)	.015	.001	.038		.014	.003	.000	.000	.002	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
PY_5	Pearson Correlation	.523**	.709**	.393**	.250*	1	.223*	.440**	.393**	.532**	.546**	.714**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.014		.029	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
PY_6	Pearson Correlation	.370**	.362**	.334**	.301**	.223*	1	.239*	.234*	.549**	.151	.508**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.003	.029		.019	.022	.000	.142	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
PY_7	Pearson Correlation	.578**	.523**	.671**	.356**	.440**	.239*	1	.325**	.477**	.478**	.744**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.019		.001	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
PY_8	Pearson Correlation	.284**	.459**	.531**	.381**	.393**	.234*	.325**	1	.285**	.491**	.644**
	Sig. (2-tailed)	.005	.000	.000	.000	.000	.022	.001		.005	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
PY_9	Pearson Correlation	.709**	.761**	.528**	.306**	.532**	.549**	.477**	.285**	1	.347**	.759**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.002	.000	.000	.000	.005		.001	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
PY_10	Pearson Correlation	.331**	.531**	.519**	.549**	.546**	.151	.478**	.491**	.347**	1	.741**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000	.142	.000	.000	.001		.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Keterangan	Pearson Correlation	.691**	.814**	.754**	.576**	.714**	.508**	.744**	.644**	.759**	.741**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96

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

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

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Word of mouth (X¹)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.899	10

Hasil Uji Validitas Variabel *Customer Experience* (X²)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.934	10

Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

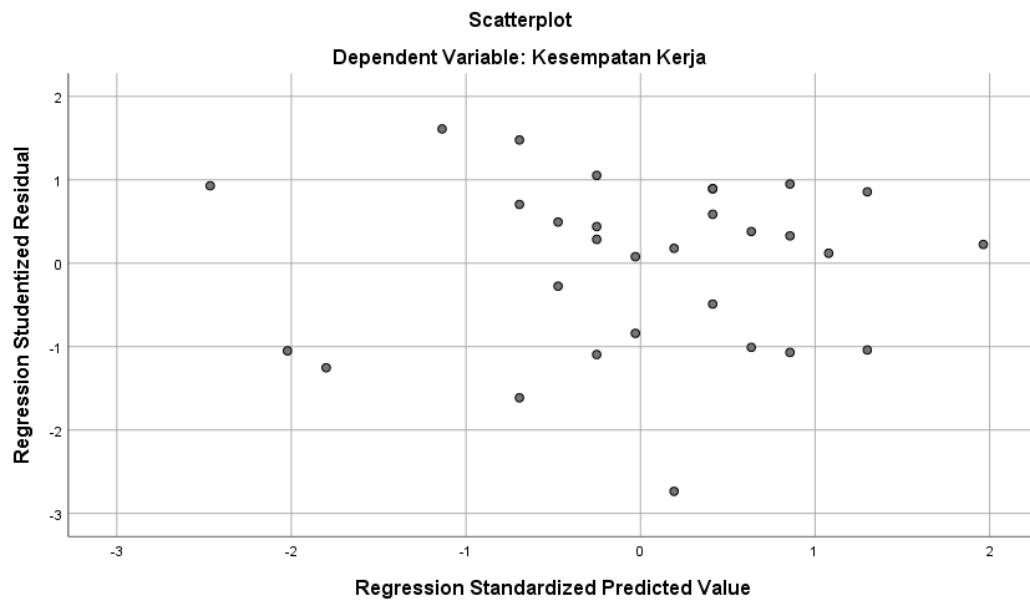
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.876	10

Hasil Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.87694137
Most Extreme Differences	Absolute	.077
	Positive	.069
	Negative	-.077
Test Statistic		.077
Asymp. Sig. (2-tailed)		.199 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Hasil Uji Heteroskedastisitas



Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.005	2.394	2.509	.014		
	X1	.417	.054	.474	.000	.854	1.171
	X2	.405	.047	.529	.000	.854	1.171

a. Dependent Variable: Y

Hasil Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.005	2.394	2.509	.014
	X1	.417	.054	.474	.000
	X2	.405	.047	.529	.000

a. Dependent Variable: Y

Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	769.157	2	384.578	106.867	.000 ^b
	Residual	334.676	93	3.599		
	Total	1103.833	95			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X2, X1						

Hasil Uji Regresi linear Berganda

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	6.005	2.394		.014
	X1	.417	.054	.474	.000
	X2	.405	.047	.529	.000
a. Dependent Variable: Y					

Hasil Uji (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.835 ^a	.697	.690	1.897

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

LAMPIRAN 10

R TABEL

<u>df</u>	<u>0.10</u>	<u>0.05</u>	<u>0.02</u>	<u>0.01</u>
<u>1</u>	<u>0.9877</u>	<u>0.9969</u>	<u>0.9995</u>	<u>0.9999</u>
<u>2</u>	<u>0.9000</u>	<u>0.9500</u>	<u>0.9800</u>	<u>0.9900</u>
<u>3</u>	<u>0.8054</u>	<u>0.8783</u>	<u>0.9343</u>	<u>0.9587</u>
<u>4</u>	<u>0.7293</u>	<u>0.8114</u>	<u>0.8822</u>	<u>0.9172</u>
<u>5</u>	<u>0.6694</u>	<u>0.7545</u>	<u>0.8329</u>	<u>0.8745</u>
<u>6</u>	<u>0.6215</u>	<u>0.7067</u>	<u>0.7887</u>	<u>0.8343</u>
<u>7</u>	<u>0.5822</u>	<u>0.6664</u>	<u>0.7498</u>	<u>0.7977</u>
<u>8</u>	<u>0.5494</u>	<u>0.6319</u>	<u>0.7155</u>	<u>0.7646</u>
<u>9</u>	<u>0.5214</u>	<u>0.6021</u>	<u>0.6851</u>	<u>0.7348</u>
<u>10</u>	<u>0.4973</u>	<u>0.5760</u>	<u>0.6581</u>	<u>0.7079</u>
<u>11</u>	<u>0.4762</u>	<u>0.5529</u>	<u>0.6339</u>	<u>0.6835</u>
<u>12</u>	<u>0.4575</u>	<u>0.5324</u>	<u>0.6120</u>	<u>0.6614</u>
<u>13</u>	<u>0.4409</u>	<u>0.5140</u>	<u>0.5923</u>	<u>0.6411</u>
<u>14</u>	<u>0.4259</u>	<u>0.4973</u>	<u>0.5742</u>	<u>0.6226</u>
<u>15</u>	<u>0.4124</u>	<u>0.4821</u>	<u>0.5577</u>	<u>0.6055</u>
<u>16</u>	<u>0.4000</u>	<u>0.4683</u>	<u>0.5425</u>	<u>0.5897</u>
<u>17</u>	<u>0.3887</u>	<u>0.4555</u>	<u>0.5285</u>	<u>0.5751</u>
<u>18</u>	<u>0.3783</u>	<u>0.4438</u>	<u>0.5155</u>	<u>0.5614</u>
<u>19</u>	<u>0.3687</u>	<u>0.4329</u>	<u>0.5034</u>	<u>0.5487</u>
<u>20</u>	<u>0.3598</u>	<u>0.4227</u>	<u>0.4921</u>	<u>0.5368</u>

<u>21</u>	<u>0.3515</u>	<u>0.4132</u>	<u>0.4815</u>	<u>0.5256</u>
<u>22</u>	<u>0.3438</u>	<u>0.4044</u>	<u>0.4716</u>	<u>0.5151</u>
<u>23</u>	<u>0.3365</u>	<u>0.3961</u>	<u>0.4622</u>	<u>0.5052</u>
<u>24</u>	<u>0.3297</u>	<u>0.3882</u>	<u>0.4534</u>	<u>0.4958</u>
<u>25</u>	<u>0.3233</u>	<u>0.3809</u>	<u>0.4451</u>	<u>0.4869</u>
<u>26</u>	<u>0.3172</u>	<u>0.3739</u>	<u>0.4372</u>	<u>0.4785</u>
<u>27</u>	<u>0.3115</u>	<u>0.3673</u>	<u>0.4297</u>	<u>0.4705</u>
<u>28</u>	<u>0.3061</u>	<u>0.3610</u>	<u>0.4226</u>	<u>0.4629</u>
<u>29</u>	<u>0.3009</u>	<u>0.3550</u>	<u>0.4158</u>	<u>0.4556</u>
<u>30</u>	<u>0.2960</u>	<u>0.3494</u>	<u>0.4093</u>	<u>0.4487</u>
<u>31</u>	<u>0.2913</u>	<u>0.3440</u>	<u>0.4032</u>	<u>0.4421</u>
<u>32</u>	<u>0.2869</u>	<u>0.3388</u>	<u>0.3972</u>	<u>0.4357</u>
<u>33</u>	<u>0.2826</u>	<u>0.3338</u>	<u>0.3916</u>	<u>0.4296</u>
<u>34</u>	<u>0.2785</u>	<u>0.3291</u>	<u>0.3862</u>	<u>0.4238</u>
<u>35</u>	<u>0.2746</u>	<u>0.3246</u>	<u>0.3810</u>	<u>0.4182</u>
<u>36</u>	<u>0.2709</u>	<u>0.3202</u>	<u>0.3760</u>	<u>0.4128</u>
<u>37</u>	<u>0.2673</u>	<u>0.3160</u>	<u>0.3712</u>	<u>0.4076</u>
<u>38</u>	<u>0.2638</u>	<u>0.3120</u>	<u>0.3665</u>	<u>0.4026</u>
<u>39</u>	<u>0.2605</u>	<u>0.3081</u>	<u>0.3621</u>	<u>0.3978</u>
<u>40</u>	<u>0.2573</u>	<u>0.3044</u>	<u>0.3578</u>	<u>0.3932</u>
<u>41</u>	<u>0.2542</u>	<u>0.3008</u>	<u>0.3536</u>	<u>0.3887</u>
<u>42</u>	<u>0.2512</u>	<u>0.2973</u>	<u>0.3496</u>	<u>0.3843</u>
<u>43</u>	<u>0.2483</u>	<u>0.2940</u>	<u>0.3457</u>	<u>0.3801</u>

<u>44</u>	<u>0.2455</u>	<u>0.2907</u>	<u>0.3420</u>	<u>0.3761</u>
<u>45</u>	<u>0.2429</u>	<u>0.2876</u>	<u>0.3384</u>	<u>0.3721</u>
<u>46</u>	<u>0.2403</u>	<u>0.2845</u>	<u>0.3348</u>	<u>0.3683</u>
<u>47</u>	<u>0.2377</u>	<u>0.2816</u>	<u>0.3314</u>	<u>0.3646</u>
<u>48</u>	<u>0.2353</u>	<u>0.2787</u>	<u>0.3281</u>	<u>0.3610</u>
<u>49</u>	<u>0.2329</u>	<u>0.2759</u>	<u>0.3249</u>	<u>0.3575</u>
<u>50</u>	<u>0.2306</u>	<u>0.2732</u>	<u>0.3218</u>	<u>0.3542</u>
<u>51</u>	<u>0.2284</u>	<u>0.2706</u>	<u>0.3188</u>	<u>0.3509</u>
<u>52</u>	<u>0.2262</u>	<u>0.2681</u>	<u>0.3158</u>	<u>0.3477</u>
<u>53</u>	<u>0.2241</u>	<u>0.2656</u>	<u>0.3129</u>	<u>0.3445</u>
<u>54</u>	<u>0.2221</u>	<u>0.2632</u>	<u>0.3102</u>	<u>0.3415</u>
<u>55</u>	<u>0.2201</u>	<u>0.2609</u>	<u>0.3074</u>	<u>0.3385</u>
<u>56</u>	<u>0.2181</u>	<u>0.2586</u>	<u>0.3048</u>	<u>0.3357</u>
<u>57</u>	<u>0.2162</u>	<u>0.2564</u>	<u>0.3022</u>	<u>0.3328</u>
<u>58</u>	<u>0.2144</u>	<u>0.2542</u>	<u>0.2997</u>	<u>0.3301</u>
<u>59</u>	<u>0.2126</u>	<u>0.2521</u>	<u>0.2972</u>	<u>0.3274</u>
<u>60</u>	<u>0.2108</u>	<u>0.2500</u>	<u>0.2948</u>	<u>0.3248</u>
<u>61</u>	<u>0.2091</u>	<u>0.2480</u>	<u>0.2925</u>	<u>0.3223</u>
<u>62</u>	<u>0.2075</u>	<u>0.2461</u>	<u>0.2902</u>	<u>0.3198</u>
<u>63</u>	<u>0.2058</u>	<u>0.2441</u>	<u>0.2880</u>	<u>0.3173</u>
<u>64</u>	<u>0.2042</u>	<u>0.2423</u>	<u>0.2858</u>	<u>0.3150</u>
<u>65</u>	<u>0.2027</u>	<u>0.2404</u>	<u>0.2837</u>	<u>0.3126</u>

<u>66</u>	<u>0.2012</u>	<u>0.2387</u>	<u>0.2816</u>	<u>0.3104</u>
<u>67</u>	<u>0.1997</u>	<u>0.2369</u>	<u>0.2796</u>	<u>0.3081</u>
<u>68</u>	<u>0.1982</u>	<u>0.2352</u>	<u>0.2776</u>	<u>0.3060</u>
<u>69</u>	<u>0.1968</u>	<u>0.2335</u>	<u>0.2756</u>	<u>0.3038</u>
<u>70</u>	<u>0.1954</u>	<u>0.2319</u>	<u>0.2737</u>	<u>0.3017</u>
<u>71</u>	<u>0.1940</u>	<u>0.2303</u>	<u>0.2718</u>	<u>0.2997</u>
<u>72</u>	<u>0.1927</u>	<u>0.2287</u>	<u>0.2700</u>	<u>0.2977</u>
<u>73</u>	<u>0.1914</u>	<u>0.2272</u>	<u>0.2682</u>	<u>0.2957</u>
<u>74</u>	<u>0.1901</u>	<u>0.2257</u>	<u>0.2664</u>	<u>0.2938</u>
<u>75</u>	<u>0.1888</u>	<u>0.2242</u>	<u>0.2647</u>	<u>0.2919</u>
<u>76</u>	<u>0.1876</u>	<u>0.2227</u>	<u>0.2630</u>	<u>0.2900</u>
<u>77</u>	<u>0.1864</u>	<u>0.2213</u>	<u>0.2613</u>	<u>0.2882</u>
<u>78</u>	<u>0.1852</u>	<u>0.2199</u>	<u>0.2597</u>	<u>0.2864</u>
<u>79</u>	<u>0.1841</u>	<u>0.2185</u>	<u>0.2581</u>	<u>0.2847</u>
<u>80</u>	<u>0.1829</u>	<u>0.2172</u>	<u>0.2565</u>	<u>0.2830</u>
<u>81</u>	<u>0.1818</u>	<u>0.2159</u>	<u>0.2550</u>	<u>0.2813</u>
<u>82</u>	<u>0.1807</u>	<u>0.2146</u>	<u>0.2535</u>	<u>0.2796</u>
<u>83</u>	<u>0.1796</u>	<u>0.2133</u>	<u>0.2520</u>	<u>0.2780</u>
<u>84</u>	<u>0.1786</u>	<u>0.2120</u>	<u>0.2505</u>	<u>0.2764</u>
<u>85</u>	<u>0.1775</u>	<u>0.2108</u>	<u>0.2491</u>	<u>0.2748</u>
<u>86</u>	<u>0.1765</u>	<u>0.2096</u>	<u>0.2477</u>	<u>0.2732</u>
<u>87</u>	<u>0.1755</u>	<u>0.2084</u>	<u>0.2463</u>	<u>0.2717</u>
<u>88</u>	<u>0.1745</u>	<u>0.2072</u>	<u>0.2449</u>	<u>0.2702</u>

<u>89</u>	<u>0.1735</u>	<u>0.2061</u>	<u>0.2435</u>	<u>0.2687</u>
<u>90</u>	<u>0.1726</u>	<u>0.2050</u>	<u>0.2422</u>	<u>0.2673</u>
<u>91</u>	<u>0.1716</u>	<u>0.2039</u>	<u>0.2409</u>	<u>0.2659</u>
<u>92</u>	<u>0.1707</u>	<u>0.2028</u>	<u>0.2396</u>	<u>0.2645</u>
<u>93</u>	<u>0.1698</u>	<u>0.2017</u>	<u>0.2384</u>	<u>0.2631</u>
<u>94</u>	<u>0.1689</u>	<u>0.2006</u>	<u>0.2371</u>	<u>0.2617</u>
<u>95</u>	<u>0.1680</u>	<u>0.1996</u>	<u>0.2359</u>	<u>0.2604</u>
<u>96</u>	<u>0.1671</u>	<u>0.1986</u>	<u>0.2347</u>	<u>0.2591</u>
<u>97</u>	<u>0.1663</u>	<u>0.1975</u>	<u>0.2335</u>	<u>0.2578</u>
<u>98</u>	<u>0.1654</u>	<u>0.1966</u>	<u>0.2324</u>	<u>0.2565</u>
<u>99</u>	<u>0.1646</u>	<u>0.1956</u>	<u>0.2312</u>	<u>0.2552</u>
<u>100</u>	<u>0.1638</u>	<u>0.1946</u>	<u>0.2301</u>	<u>0.2540</u>
<u>1000</u>	<u>0.0519</u>	<u>0.0619</u>	<u>0.0734</u>	<u>0.0812</u>
<u>10000</u>	<u>0.0164</u>	<u>0.0196</u>	<u>0.0233</u>	<u>0.0258</u>

Lampiran T tabel

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
1	1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2	0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3	0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4	0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5	0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6	0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7	0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8	0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9	0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10	0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11	0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12	0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13	0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14	0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15	0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16	0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17	0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18	0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19	0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20	0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21	0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22	0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23	0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24	0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25	0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26	0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27	0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28	0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29	0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30	0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31	0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32	0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33	0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34	0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35	0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36	0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37	0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38	0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
39	0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40	0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688

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

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374



Lampiran F tabel

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	161	199	216	225	230	234	237	239	241	242	243	244	245	245	246
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38	19.40	19.40	19.41	19.42	19.42	19.43
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.76	8.74	8.73	8.71	8.70
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.94	5.91	5.89	5.87	5.86
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.70	4.68	4.66	4.64	4.62
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.03	4.00	3.98	3.96	3.94
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.60	3.57	3.55	3.53	3.51
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35	3.31	3.28	3.26	3.24	3.22
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.10	3.07	3.05	3.03	3.01
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.94	2.91	2.89	2.86	2.85
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.82	2.79	2.76	2.74	2.72
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75	2.72	2.69	2.66	2.64	2.62
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.63	2.60	2.58	2.55	2.53
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.57	2.53	2.51	2.48	2.46
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.51	2.48	2.45	2.42	2.40
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.46	2.42	2.40	2.37	2.35
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.41	2.38	2.35	2.33	2.31
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.37	2.34	2.31	2.29	2.27
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.34	2.31	2.28	2.26	2.23
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.31	2.28	2.25	2.22	2.20
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32	2.28	2.25	2.22	2.20	2.18
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.26	2.23	2.20	2.17	2.15
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27	2.24	2.20	2.18	2.15	2.13
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	2.22	2.18	2.15	2.13	2.11
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24	2.20	2.16	2.14	2.11	2.09
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22	2.18	2.15	2.12	2.09	2.07
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25	2.20	2.17	2.13	2.10	2.08	2.06
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15	2.12	2.09	2.06	2.04
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18	2.14	2.10	2.08	2.05	2.03
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	2.13	2.09	2.06	2.04	2.01
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.20	2.15	2.11	2.08	2.05	2.03	2.00
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24	2.19	2.14	2.10	2.07	2.04	2.01	1.99
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03	2.00	1.98
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17	2.12	2.08	2.05	2.02	1.99	1.97
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11	2.07	2.04	2.01	1.99	1.96
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21	2.15	2.11	2.07	2.03	2.00	1.98	1.95
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20	2.14	2.10	2.06	2.02	2.00	1.97	1.95
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14	2.09	2.05	2.02	1.99	1.96	1.94
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46	2.34	2.26	2.19	2.13	2.08	2.04	2.01	1.98	1.95	1.93
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08	2.04	2.00	1.97	1.95	1.92
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44	2.33	2.24	2.17	2.12	2.07	2.03	2.00	1.97	1.94	1.92
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17	2.11	2.06	2.03	1.99	1.96	1.94	1.91
43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43	2.32	2.23	2.16	2.11	2.06	2.02	1.99	1.96	1.93	1.91
44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16	2.10	2.05	2.01	1.98	1.95	1.92	1.90
45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15	2.10	2.05	2.01	1.97	1.94	1.92	1.89

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

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77

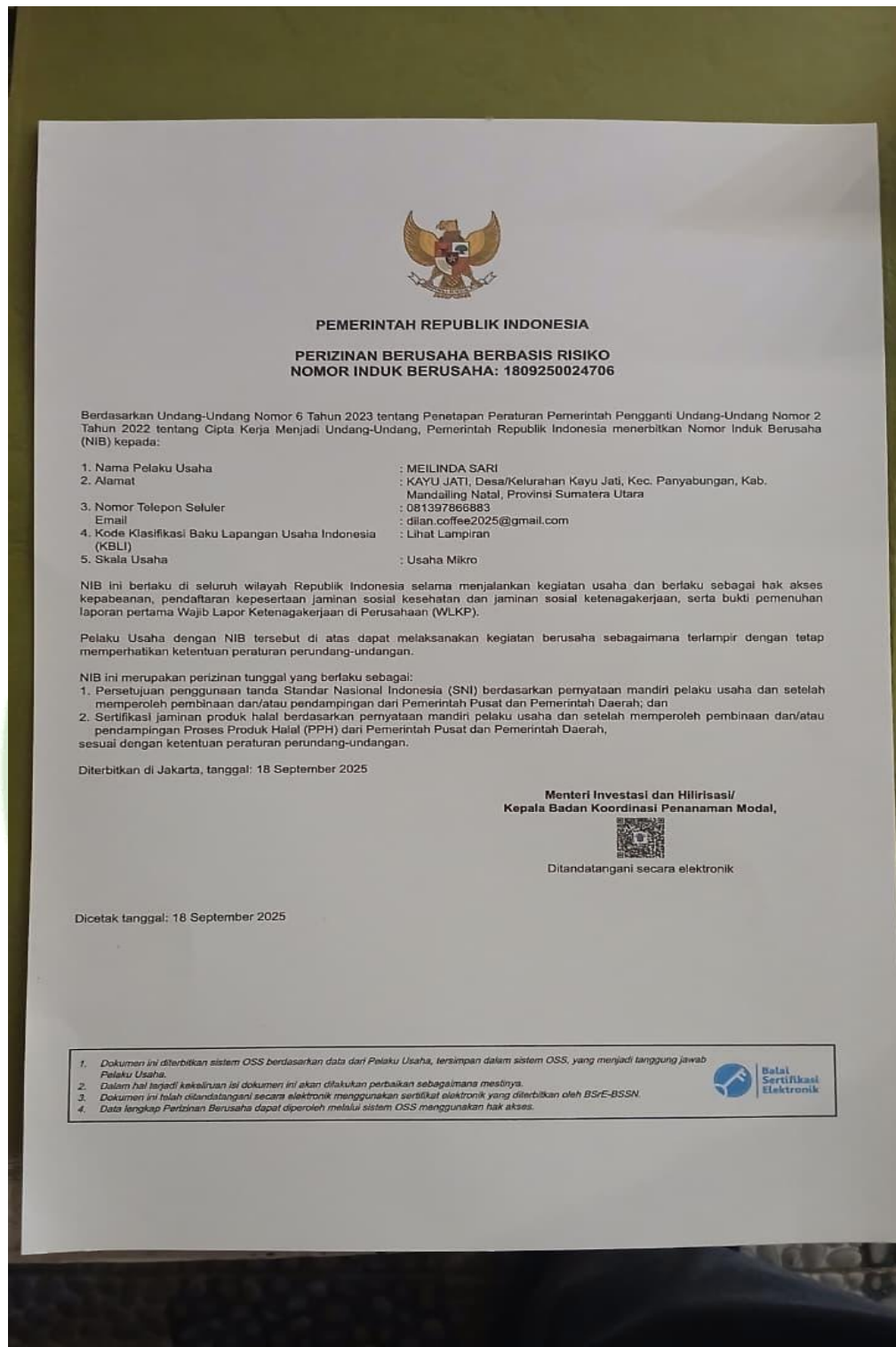


A. Lampiran

1. Documentasi



Gambar 1. Tanggal 24 juli 2026 Wawancara dengan bang Zam selaku pemilik Dilan Caffee Shop Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal.



Gambar 2. Tanggal 24 juli 2026 Bukti Surat Izin Usaha Dilan Coffee Shop

2. Documentasi Pengisian Kuesioner



Gambar 3. Tanggal 16 Agustus 2026 Pengisian kuesioner kepada beberapa Pengunjung/Pelanggan.



Gambar 4. Tanggal 12 September 2026 Pengisian kuesioner kepada beberapa Pengunjung/Pelanggan.



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
MANDAILING NATAL
PUSAT PENELITIAN DAN PENGABDIAN MASYARAKAT**

Jalan Prof. Dr. Andi Hakim Nasution, Panyabungan 22978

Website: www.stain-madina.ac.id

Email: stainmandailingnatal@yahoo.com

Nomor : B- 1127 /Sti.21/F.1/TL.00/09/2026 11 September 2026
Lampiran : -
Perihal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth.
Bapak/Ibu Owner Dilan Coffee Shoop
di-

Tempat

Dengan hormat, bersama surat ini kami sampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa :

Nama : Ahmad Husein
NIM : 22090027
Semester : IX (Sembilan)
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah (MBS)
Instansi : Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal

Mahasiswa yang bersangkutan akan melakukan Penelitian guna untuk memperoleh data/informasi awal dalam penyusunan Skripsi dengan data-data sebagai berikut:

Judul : Pengaruh Word of Mouth dan Customer Experience terhadap Kepuasan Pelanggan pada Dilan Coffee Shop Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal
Tempat : Dilan Coffee Shop
Waktu : Juli s/d September 2026

Demikian permohonan ini disampaikan, atas kerjasama Bapak/Ibu diucapkan terimakasih.

a.n. Ketua

Ketua Pusat Penelitian dan
Pengabdian Masyarakat (P3M)

Dr. Armunyah, M.H.I

Dilan Coffee Shop

Jl. Lingtas Timur Sigalapang Julu Kec. Panyabungan Kab. Mandailing Natal.

22912

No Telp. [0813-9786-6883](tel:0813-9786-6883)

Lampiran : -

Perihal : Balasan Surat Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth

Kepala Pusat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Mandailing Natal

di-

Tempat

Dengan Hormat, sehubungan dengan surat permohonan izin penelitian yang telah kami terima, bersama ini kami menyampaikan bahwa pada prinsipnya Dilan Coffee Shop memberikan izin kepada mahasiswa berikut:

Nama : AHMAD HUSEIN
 NIM : 22090027
 Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah (MBS)
 Semester : IX (Sembilan)

Untuk melaksanakan penelitian/observasi di Dilan Coffee Shop Kota Panyabungan, Kabupaten Mandailing Natal, guna penyusunan proposal skripsi dengan judul: “Pengaruh *Word of Mouth* dan *Customer Experience* terhadap Kepuasan Pelanggan pada Dilan Coffee shop Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal”. Pelaksanaan penelitian tersebut dapat dilakukan di Dilan Coffee Shop, dengan ketentuan bahwa yang bersangkutan wajib mematuhi peraturan dan kebijakan yang berlaku di lingkungan Dilan Coffee Shop serta menjaga etika penelitian dan kerahasiaan data perusahaan.

Demikian surat balasan ini kami sampaikan. Atas perhatian dan kerja sama yang baik, kami ucapkan terima kasih.

Panyabungan, 12 September 2026

Penilik Dilan Coffee Shop



MELINDA SARI



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
MANDAILING NATAL
Jalan Prof. Dr. Andi Hakim Nasution, Panyabungan 22978 Telepon (0636) 7006359
Website: www.stain-madina.ac.id

KONTROL KONSULTASI SKRIPSI

Nama : Ahmad Husein
NIM : 22090027
Semester/TA : IX / 2026
Judul Skripsi : Pengaruh *Word of Mouth* dan *Customer Experience* terhadap Kepuasan Pelanggan pada Dilan Coffee Shop Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal
Pembimbing I : Muhlisah Lubis, M.M

Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf	
		Pembimbing	Mahasiswa
24 Sep 2026	Sesuai dari Pembahasan dengan bab II		
25 Sept 2026	ACC		

Catatan:

1. Blanko ini harus dibawa setiap kali konsultasi
2. Blanko ini dikembalikan sebelum ujian skripsi.
3. Blanko ini tidak boleh hilang dan tidak akan dilakukan penggantian.

Panyabungan,
Ketua Prodi MBS

2026

Ade Khadijatul Z Hrp, M.M
NIP. 198402032019082001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
 MANDAILING NATAL
 Jalan Prof. Dr. Andi Hakim Nasution, Panyabungan 22978 Telepon (0636) 7006359
 Website: www.stain-madina.ac.id

KONTROL KONSULTASI SKRIPSI

Nama : Ahmad Husein
 NIM : 22090027
 Semester/TA : IX / 2026
 Judul Skripsi : Pengaruh *Word of Mouth* dan *Customer Experience* terhadap Kepuasan Pelanggan pada Dilan Coffee Shop Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal
 Pembimbing II : Rizka Ar Rahmah, M.E

Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf	
		Pembimbing	Mahasiswa
16 September 2025	Tamuan umum dan Pambangunan	Rizka	Ahm
17 Sept 2025	Abstrak dan Typo diperbaiki	Rizka	Ahm
18 sept 26	ACC	Rizka	Ahm

Catatan:

1. Blanko ini harus dibawa setiap kali konsultasi
2. Blanko ini dikembalikan sebelum ujian skripsi.
3. Blanko ini tidak boleh hilang dan tidak akan dilakukan penggantian.

Panyabungan, 2026
 Ketua Prodi MBS

Ade Khadijatul Z Hrp, M.M
 NIP. 198402032019082001

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

Nama : Ahmad Husein

Tempat/Tanggal lahir : Panyabungan I, 23 Mei 2003

Jenis Kelamin : Laki-Laki

Agama : Islam

Alamat : Panyabungan I, Kec. Panyabungan
Kab. Mandailing Natal

Email : heuseinloebis01@gmail.com

No. Hp : 0852 6377 6977



B. Nama Orang Tua

Ayah : Abdul Rahman

Ibu : Mariani

Alamat Orang Tua : Panyabungan I, Kec. Panyabungan
Kab. Mandailing Natal

Pekerjaan Orang Tua : Wiraswasta

C. Riwayat Pendidikan

SD : SDN 077 Panyabungan

SMP : MTsS Musthafawiyah

SMA : MAS Musthafawiyah

S1 : STAIN MADINA