

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, P. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori, Konsep dan Indikator)*. Zanafa Publishing.
- Aldila, N. , & S. R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 67–74.
- Aripin, L., & Dewi, S. N. (2023). Peran *Personal selling*, Respon Nasabah Dan Minat Nasabah Untuk Meningkatkan Keputusan Nasabah Dalam Mengaktifkan Aplikasi Brimo Mobile Banking Melalui Kepuasan (Studi Pada Pt. Bri Unit Slogohimo 1 Cabang Wonogiri. *ProBank*, 8(2), 269–287. <https://doi.org/10.36587/probank.v8i2.1625>
- Bhaskara, S. U., Mandey, S. L., Nelwan, O., & Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado, F. (2014). CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) DAN *PERSONAL SELLING* PENGARUHNYA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT VIRGO EKSPRES TOURS & TRAVEL MANADO. *Customer Relationship Management... Jurnal EMBA*, 99(1), 99–110.
- Budianto, A. (2016). *Manajemen Pemasaran*. UMM Press.
- Christina Irene Felita, & Edwin Japariato, S. E. , M. M. (2015). ANALISA PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP CUSTOMER LOYALTY DENGAN CUSTOMER ENGAGEMENT DAN CUSTOMER TRUST SEBAGAI VARIABEL INTERVENING DI THE BODY SHOP. *JURNAL MANAJEMEN PEMASARAN PETRA*, 1, 1.
- Darmawan, A. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pelayanan*. Salemba Empat.
- Gaspersz, V. (2014). *Total Quality Management*. Grasindo.
- Hair, J. F. , B. W. C. , B. B. J. , & A. R. E. (2019). *Multivariate data analysis*. Cengage Learning.
- Henry Simamora. (2015). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. STIE YKPN.
- Imam Ghozali. (2016). *Statistika untuk Penelitian*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indah Handaruwati. (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. <https://doi.org/10.52005/bisnisan.v3i2.45>
- Iqbal, M., Dahlan, A., & Kholid Mawardi, F. M. (2015). PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS

- PELANGGAN (Survei pada Pelanggan KFC Kawi Malang). In *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*|Vol (Vol. 28, Issue 1).
- Johnston, M. W. , & M. G. W. (2016). *ales Force Management: Leadership, Innovation, Technology* . (12th ed.). Routledge.
- Juliaya Saputri, M. (2024). *PENGARUH PERSONAL SELLING, DIGITAL MARKETING, DAN PERCEIVED VALUE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PRODUK SKINCARE WARDAH DI KOTA BATAM*.
- Kotler, P. , & K. K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. pearson.
- Luthfiyah, A., Bintarti, S., & Maskuri, M. A. (2023). *Personal selling* Memoderasi Nilai yang Dirasakan dan Harga terhadap Revisit dengan Mediasi Kepuasan Konsumen Holland Bakery. *Journal on Education*, 5(4), 16883–16899. <https://doi.org/10.31004/joe.v5i4.2895>
- Meyer, C. , & S. A. (2007). *Understanding Customer Experience* . *Harvard Business Review*,.
- Oliver, R. L. (1999). Whence Consumer Loyalty? *Journal of Marketing*, 63, 33. <https://doi.org/10.2307/1252099>
- Pijoh, S. K. (2015). PENERAPAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT, *PERSONAL SELLING* DAN SERVICE QUALITY TERHADAP KEPUASAN NASABAH ASTRA KREDIT COMPANY MANADO. *Maret*, 3(1), 443–454.
- Sekaran, U. , & B. R. (2016). *Research methods for business: A skill-building approach* (John Wiley & Sons., Ed.).
- Sembhodo, A. T., Hermawati, A., Fatmawati, E., Junaedi, I. W. R., & Ali, S. (2022). *PERSONAL SELLING AND DIGITAL MARKETING AS CRUCIAL FACTORS IN MAXIMIZING CUSTOMER SATISFACTION THROUGH PERCEIVED VALUE IN THE USAGE OF M-BANKING APPLICATION*. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 20(4). <https://doi.org/10.21776/ub.jam.2022.020.04.05>
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tjiptono, F. , & C. G. (2016). *Pemasaran Jasa*. andi.
- Wicaksono, D. W., Yudhia Kurniawan, B. P., & Subagja, H. (2016). *PENGARUH PERSONAL SELLING, KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN DI TOKO BAGIAK PELANGI SARI BANYUWANGI*. *Jurnal Ilmiah Inovasi*, 15(3). <https://doi.org/10.25047/jii.v15i3.22>
- Widjaja, A. (2015). Kepuasan Pelanggan: Pengertian, Indikator, dan Pengaruhnya. . *Jurnal Manajemen*, 145–156.

Yaghi, M. , & B. J. (2020). Quantitative research on consumer behavior: A practical guide for marketing professionals. . *International Journal of Marketing Research*,.

LAMPIRAN 1

Assalammualaikum Wr.Wb

Dengan Hormat,

Saya Aprian Rusdianto mahasiswi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Bengkulu, sehubungan dengan penelitian untuk bahan SKRIPSI skripsi Saya yang berjudul “Pengaruh *Personal selling* Dan *Customer Experience* Terhadap Kepuasan Pelanggan Allbaik Lingkar Barat Kota Bengkulu”.maka meminta kesediaan Bapak/ibuSaudara/I diantara kesibukan dan sela waktunya yang sangat berharga untuk dapat mengisi pernyataan kuisisioner yang terlampir berikut ini.

Bapak/ibuSaudara/I diminta memberikan jawaban untuk menjawab semua pernyataan berikut secara terbuka, jujur, dan apa adanya. Jawaban tidak berhubungan dengan karier Bapak/ibuSaudara/I dan tidak ada jawaban bersifat benar atau salah. Informasi yang diberikan akan dijamin kerahasiaannya. Atas perhatian dan bantuan Bapak/ibuSaudara/I sekalian dalam mengisi kuesioner ini. Saya ucapkan terima kasih.

Wassalammualaikum. Wr.Wb

Hormat Saya,

Aprian Rusdianto

Identitas Responden

Jenis Kelamin : ☐ Laki – laki ☐ Perempuan

Usia : ☐ 17 s/d 29 tahun ☐ 30 s/d 40 tahun

☐ . > 40 tahun

Pendidikan : ☐ SMA ☐ D3 ☐ Sarjana

Petunjuk Pengisian Kuesioner :

1. Kuesioner ditujukan untuk konsumen yang membeli di Albaik Chicken
2. Saudara/i diharapkan dapat memberikan jawaban yang paling sesuai dengan persepsi Saudara/i terhadap penelitian ini.
3. Berikan tanda (√) pada kolom pertanyaan kuesioner yang sesuai dengan pilihan jawaban Saudara/i.
4. Ada lima pilihan jawaban yang tersedia untuk masing-masing pernyataan yaitu:
 - Sangat Setuju (SS) = 5
 - Setuju (S) = 4
 - Netral (N) = 3
 - Tidak Setuju (TS) = 2
 - Sangat Tidak Setuju (STS) = 1

KUISIONER

Personal selling (X1)

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
Tangibles (Bukti Fisik)						
1.	Tampilan fisik produk yang saya terima sesuai dengan harapan					
2.	Fasilitas dan lingkungan tempat saya berbelanja memberikan kesan yang positif.					
Reliability (Keandalan)						
3.	Perusahaan selalu memenuhi janji yang diberikan terkait layanan dan produk.					
4.	Saya merasa perusahaan berkomunikasi dengan jujur dan transparan tentang produk dan layanan yang ditawarkan					
Responsiveness (Tanggap)						
5.	Perusahaan cepat dalam merespons pertanyaan atau keluhan yang saya ajukan.					
6.	Saya merasa diperhatikan ketika meminta informasi tambahan mengenai produk atau layanan.					
Quality Perception (Persepsi Kualitas)						
7.	Saya merasa produk yang saya beli memiliki kualitas yang baik dan memenuhi harapan saya.					
8.	Pelayanan yang saya terima selama proses pembelian menunjukkan tingkat profesionalisme yang tinggi					

Customer Experience (X2)

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya merasa mudah untuk mengakses produk dan layanan yang ditawarkan oleh Perusahaan					
2.	Saya percaya bahwa perusahaan dapat memberikan layanan yang berkualitas dan profesional					
3.	Saya merasa diperhatikan sebagai pelanggan ketika berinteraksi dengan perusahaan.					
4.	Tenaga penjual siap membantu dan memberikan informasi yang saya butuhkan.					

5.	Produk dan layanan yang ditawarkan disesuaikan dengan kebutuhan dan preferensi saya.					
6.	Perusahaan cepat dalam menyelesaikan masalah yang saya hadapi.					
7.	Perusahaan selalu memenuhi janji yang dibuat mengenai produk dan layanan.					
8.	Proses pembelian produk atau layanan berlangsung dengan efisien dan tidak membuang waktu saya.					

Kepuasan Pelanggan (Y)

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
Sistem Penanganan Keluhan dan Saran Konsumen.						
1.	Saya merasa puas dengan cara perusahaan menangani keluhan dan saran yang saya ajukan.					
2.	Proses penyelesaian keluhan yang saya alami berlangsung cepat dan efektif.					
Sistem Survei Reputasi Perusahaan						
3.	Saya percaya bahwa hasil survei reputasi perusahaan mencerminkan kualitas dan layanan yang sebenarnya.					
4.	Saya merasa perusahaan memberikan perhatian yang cukup terhadap umpan balik yang diberikan dalam survei reputasi					
Sistem Analisis Konsumen.						
5.	Saya merasa perusahaan memahami kebutuhan dan preferensi saya sebagai konsumen					
6.	Data yang dikumpulkan oleh perusahaan tentang saya sebagai konsumen digunakan untuk meningkatkan produk dan layanan yang ditawarkan.					

HASIL UJI VALIDITAS DAN UJI RELIABILITAS

1. *Personal selling*

a. *Lampiran Data Personal selling*

No	PS1	PS2	PS3	PS4	PS5	PS6	PS7	PS8	tPS
1	4	4	4	4	4	4	5	5	34
2	4	4	4	4	4	4	5	5	34
3	4	4	4	4	4	4	3	3	30
4	4	4	4	4	4	4	4	5	33
5	4	4	4	4	4	4	4	5	33
6	4	4	4	4	4	4	4	5	33
7	4	4	4	4	4	4	5	4	33
8	4	4	4	4	4	4	4	4	32
9	4	4	4	4	4	4	4	3	31
10	4	4	4	4	4	4	5	5	34
11	4	4	4	4	4	4	4	5	33
12	4	4	4	4	4	4	3	4	31
13	4	4	4	4	4	4	3	4	31
14	4	4	4	4	4	4	4	3	31
15	4	4	4	4	4	4	4	4	32
16	4	4	4	4	4	4	3	4	31
17	4	4	4	4	4	4	3	3	30
18	4	4	4	4	4	4	3	5	32
19	4	4	4	5	3	3	5	5	33
20	4	4	4	5	3	3	5	5	33
21	4	4	4	5	3	3	5	5	33
22	4	4	4	5	3	3	5	5	33
23	4	4	4	5	3	3	5	5	33
24	4	4	4	4	3	3	5	4	31
25	4	4	4	4	3	3	5	4	31
26	4	4	4	4	3	3	5	4	31
27	4	4	4	4	4	4	4	4	32
28	4	4	4	4	4	4	4	4	32
29	4	4	4	4	4	4	4	4	32
30	4	4	4	4	4	4	4	4	32
31	4	4	4	4	4	4	4	4	32
32	4	4	4	4	4	4	4	4	32
33	4	4	4	4	4	4	4	4	32

34	4	4	4	4	4	4	4	4	32
35	4	4	4	4	4	4	4	4	32
36	4	4	4	4	4	4	4	4	32
37	4	4	4	4	4	4	4	4	32
38	4	4	4	4	4	4	4	4	32
39	4	4	4	4	4	4	4	4	32
40	4	4	4	4	4	4	4	4	32
41	4	4	4	4	4	4	4	4	32
42	4	4	4	4	4	4	4	4	32
43	4	4	4	4	4	4	4	4	32
44	4	4	4	4	4	4	4	4	32
45	4	4	4	4	4	4	4	4	32
46	4	4	4	4	4	4	4	4	32
47	4	4	4	4	4	4	4	4	32
48	4	4	4	4	4	4	4	4	32
49	4	4	4	4	4	4	4	4	32
50	4	4	4	4	4	4	4	4	32
51	4	4	4	4	4	4	4	4	32
52	3	4	4	4	4	4	4	4	31
53	3	4	4	4	4	4	4	4	31
54	3	4	4	4	4	4	4	4	31
55	3	4	4	4	4	4	4	4	31
56	3	4	4	4	4	4	4	4	31
57	4	3	2	4	4	4	4	4	29
58	4	3	2	4	4	4	4	4	29
59	4	3	2	4	4	4	4	4	29
60	4	3	2	4	4	4	4	4	29
61	4	3	2	4	4	4	4	4	29
62	4	3	2	4	4	4	4	4	29
63	4	3	2	4	4	4	4	4	29
64	4	3	2	4	4	4	4	4	29
65	4	2	2	4	4	4	4	4	28
66	4	2	2	4	4	4	4	4	28
67	4	2	2	4	4	4	4	4	28
68	4	2	2	4	4	4	4	4	28
69	4	2	1	4	4	4	4	4	27
70	3	4	4	4	4	4	4	4	31
71	3	4	4	4	4	4	4	4	31
72	3	4	4	4	4	4	4	4	31

73	3	4	4	4	4	4	4	4	31
74	3	4	4	4	4	4	4	4	31
75	3	4	4	3	3	4	3	4	28
76	3	4	4	3	3	4	4	3	28
77	3	3	4	3	3	3	4	5	28
78	3	3	4	3	3	3	4	4	27
79	3	3	4	3	3	3	5	4	28
80	3	3	4	3	3	3	4	4	27
81	3	3	4	3	3	3	4	4	27
82	3	3	3	3	3	3	4	4	26
83	3	3	3	2	3	3	2	2	21
84	3	3	3	2	3	3	5	3	25
85	3	3	3	2	3	3	3	3	23
86	3	3	3	2	3	3	3	4	24
87	3	3	3	2	3	3	3	3	23
88	4	4	4	4	4	4	3	3	30
89	4	4	4	4	4	4	3	3	30
90	4	4	4	4	4	4	3	3	30
91	4	4	4	4	4	4	3	4	31
92	4	4	4	4	4	4	3	3	30
93	4	4	4	4	4	4	3	3	30
94	4	4	4	4	4	4	3	3	30
95	4	4	4	4	4	4	3	3	30
96	4	4	4	4	4	4	3	3	30
97	4	4	4	4	4	4	3	3	30
98	4	3	4	4	4	3	3	3	28
99	4	3	4	4	4	3	3	3	28
100	4	3	4	4	4	3	3	3	28
101	4	3	4	4	4	3	3	3	28
102	4	3	4	4	4	3	4	3	29
103	4	4	3	2	4	4	5	4	30
104	4	4	3	2	4	4	4	4	29
105	4	4	3	2	4	4	4	5	30
106	4	4	3	2	4	4	3	3	27
107	4	4	3	2	4	4	3	4	28
108	4	4	3	2	4	4	3	5	29
109	4	4	3	2	4	4	3	4	28
110	4	4	3	2	4	4	4	3	28
111	4	4	2	2	4	4	5	3	28

112	4	4	2	2	4	4	3	5	28
113	4	4	2	2	4	4	3	4	27
114	4	4	2	2	4	4	4	3	27
115	4	4	2	1	4	4	3	4	26
116	3	3	4	4	3	3	3	2	25
117	3	3	4	4	3	3	3	3	26
118	5	5	5	5	5	5	4	3	37
119	4	4	4	4	4	4	4	5	33
120	4	5	4	3	4	4	4	5	33
121	5	5	4	4	4	5	5	5	37
122	4	4	4	4	4	4	4	4	32
123	4	4	4	5	4	4	4	4	33
124	5	5	5	5	5	5	4	4	38
125	5	5	5	5	5	5	5	5	40
126	4	5	4	4	5	5	4	5	36
127	5	5	4	4	5	5	5	5	38
128	3	4	4	4	4	5	4	5	33
129	5	5	5	5	5	5	4	4	38
130	4	5	5	5	5	5	4	5	38
131	4	5	4	4	4	4	5	5	35
132	4	4	4	4	5	5	5	5	36
133	5	5	5	5	5	5	4	4	38
134	5	5	5	5	5	5	4	4	38
135	4	5	5	5	5	4	3	1	32
136	4	4	4	4	4	4	5	4	33
137	5	5	5	5	5	5	5	5	40
138	5	5	5	5	5	5	5	5	40
139	5	5	5	4	4	4	5	5	37
140	4	5	5	4	4	4	4	4	34
141	5	5	5	5	5	5	5	5	40
142	4	5	5	5	5	5	5	5	39
143	5	5	5	5	5	5	5	5	40
144	5	5	5	5	5	5	5	5	40
145	5	4	5	5	5	5	4	4	37
146	5	5	5	5	5	5	5	5	40
147	5	5	5	5	5	5	5	5	40
148	5	5	5	5	5	5	5	5	40
149	5	5	5	5	5	5	4	4	38
150	5	5	5	5	5	5	5	5	40

b. Reliabilitas Personal selling

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.885	8

c. Validitas Personal selling

		Correlations									
		No	p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	tp
No	Pearson Correlation	1	-.903**	-.865**	-.865**	-.733**	-.589**	.646*	.540*	.540*	.957*
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.001	.000	.002	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
p1	Pearson Correlation	-.903**	1	.774**	.774**	.634**	.451*	.514*	.474*	.474*	.877*
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.012	.004	.008	.008	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
p2	Pearson Correlation	-.865**	.774**	1	1.000*	.590**	.419*	.478*	.598*	.598*	.931*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.001	.021	.008	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
p3	Pearson Correlation	-.865**	.774**	1.000*	1	.590**	.419*	.478*	.598*	.598*	.931*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.001	.021	.008	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
p4	Pearson Correlation	-.733**	.634**	.590**	.590**	1	.711**	.811*	.116	.116	.727*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.001		.000	.000	.542	.542	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
p5	Pearson Correlation	-.589**	.451*	.419*	.419*	.711**	1	.877*	-.170	-.170	.526*
	Sig. (2-tailed)	.001	.012	.021	.021	.000		.000	.368	.368	.030
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
p6	Pearson Correlation	-.646**	.514**	.478**	.478**	.811**	.877**	1	-.060	-.060	.616*
	Sig. (2-tailed)	.000	.004	.008	.008	.000	.000		.754	.754	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
p7	Pearson Correlation	-.540**	.474**	.598**	.598**	.116	-.170	-.060	1	1.00	.653*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.542	.368	.368	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

	Sig. (2-tailed)	.002	.008	.000	.000	.542	.368	.754		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
p8	Pearson Correlation	-.540**	.474**	.598**	.598**	.116	-.170	-.060	1.000**	1	.653*
	Sig. (2-tailed)	.002	.008	.000	.000	.542	.368	.754	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
tp	Pearson Correlation	-.957**	.877**	.931**	.931**	.727**	.526**	.616*	.653*	.653*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.030	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

2. Customer Experience

a. Lampiran data *Customer Experience*

No	ce1	ce2	ce3	ce4	ce5	ce6	ce7	ce8	tce
1	5	5	5	5	4	4	4	4	36
2	5	5	5	5	4	4	4	4	36
3	1	3	2	2	4	4	4	4	24
4	4	5	4	4	4	4	4	4	33
5	4	5	5	5	4	4	4	4	35
6	4	5	5	5	4	4	4	4	35
7	5	4	3	5	4	4	4	4	33
8	4	4	4	4	4	4	4	4	32
9	4	3	3	4	4	4	4	4	30
10	5	5	5	5	4	4	4	4	36
11	4	5	5	5	4	4	4	4	35
12	3	4	4	5	4	4	4	4	32
13	3	4	4	4	4	4	4	4	31
14	4	3	5	4	4	4	4	4	32
15	4	4	3	4	4	4	4	4	31
16	3	4	3	4	4	4	4	4	30
17	3	3	3	3	4	4	4	4	28
18	3	5	3	4	4	4	4	4	31
19	5	5	4	3	4	4	4	4	33
20	3	3	4	3	4	4	4	4	29
21	4	3	4	4	4	4	4	4	31
22	3	3	3	4	4	4	4	4	29
23	4	3	3	3	4	4	4	4	29
24	3	3	4	4	4	4	4	4	30

25	4	3	3	3	4	4	4	4	29
26	4	5	4	5	4	4	4	4	34
27	3	3	3	4	4	4	4	4	29
28	3	4	3	3	4	4	4	4	29
29	4	3	4	3	4	4	4	4	30
30	4	4	5	4	4	4	4	4	33
31	3	3	4	5	4	4	4	4	31
32	4	4	4	4	4	4	4	4	32
33	4	4	4	4	4	4	4	4	32
34	4	4	4	3	4	4	4	4	31
35	3	5	3	4	4	4	4	4	31
36	4	4	3	5	4	4	4	4	32
37	3	2	5	2	4	4	4	4	28
38	5	3	3	3	4	4	4	4	30
39	4	3	3	3	4	4	4	4	29
40	3	4	4	4	4	4	4	4	31
41	4	3	3	4	4	4	4	4	30
42	3	3	3	3	4	4	4	4	28
43	4	3	4	3	4	4	4	4	30
44	4	4	3	3	4	4	4	4	30
45	3	3	4	3	4	4	4	4	29
46	4	3	2	4	4	4	4	4	29
47	3	3	3	3	4	4	4	4	28
48	3	3	3	3	4	4	4	4	28
49	2	2	3	3	4	4	4	4	26
50	3	3	3	3	4	4	4	4	28
51	3	3	4	3	4	4	4	4	29
52	5	5	5	5	3	4	4	4	35
53	5	5	5	5	3	4	4	4	35
54	4	4	4	5	3	4	4	4	32
55	4	4	4	4	3	4	4	4	31
56	5	4	4	4	3	4	4	4	32
57	5	5	5	5	4	3	2	4	33
58	5	5	4	4	4	3	2	4	31
59	4	4	4	5	4	3	2	4	30
60	4	5	4	5	4	3	2	4	31
61	4	4	4	5	4	3	2	4	30
62	5	5	5	5	4	3	2	4	33
63	5	5	5	5	4	3	2	4	33
64	5	5	5	5	4	3	2	4	33
65	5	5	5	5	4	2	2	4	32

66	5	5	5	5	4	2	2	4	32
67	5	4	3	5	4	2	2	4	29
68	5	5	5	5	4	2	2	4	32
69	5	3	5	5	4	2	1	4	29
70	5	5	5	5	3	4	4	3	34
71	5	5	5	5	3	4	4	3	34
72	2	2	2	3	3	4	4	3	23
73	3	4	3	5	3	4	4	3	29
74	4	4	5	5	3	4	4	3	32
75	3	4	4	3	3	4	4	3	28
76	4	3	4	5	3	4	4	3	30
77	4	5	4	5	3	3	4	3	31
78	4	4	4	5	3	3	4	3	30
79	5	4	4	5	3	3	4	3	31
80	4	4	5	4	3	3	4	3	30
81	4	4	4	5	3	3	4	3	30
82	4	4	4	5	3	3	3	3	29
83	2	2	2	3	3	3	3	2	20
84	5	3	5	4	3	3	3	2	28
85	3	3	5	4	3	3	3	2	26
86	3	4	5	4	3	3	3	2	27
87	3	3	4	4	3	3	3	2	25
88	3	3	4	4	3	3	3	2	25
89	3	3	3	4	3	3	3	2	24
90	3	3	3	3	2	3	3	2	22
91	3	4	3	3	2	3	3	2	23
92	3	3	3	3	2	3	3	2	22
93	3	3	3	3	2	3	3	2	22
94	3	3	3	3	2	3	3	2	22
95	3	3	3	3	2	3	3	2	22
96	3	3	3	3	2	3	3	2	22
97	3	3	3	3	2	3	3	2	22
98	3	3	3	3	2	2	3	2	21
99	3	3	3	3	2	2	3	2	21
100	3	3	3	3	2	2	3	2	21
101	3	3	3	4	2	2	3	2	22
102	4	3	3	3	2	2	3	2	22
103	5	4	5	4	2	2	2	2	26
104	4	4	3	4	1	2	2	2	22
105	4	5	4	4	3	4	3	3	30
106	3	3	4	4	4	5	4	5	32

107	3	4	4	3	4	5	5	5	33
108	3	5	4	4	5	5	4	4	34
109	3	4	3	5	5	5	5	5	35
110	4	3	3	5	5	5	5	4	34
111	5	3	3	4	4	5	4	4	32
112	3	5	3	5	4	4	4	4	32
113	3	4	3	4	5	5	5	5	34
114	4	3	4	4	5	5	5	5	35
115	3	4	5	5	5	5	5	5	37
116	3	2	5	3	4	5	5	5	32
117	3	3	3	3	4	5	5	5	31
118	4	3	4	3	5	5	5	5	34
119	4	5	5	5	4	4	4	4	35
120	4	5	5	5	4	5	4	3	35
121	5	5	5	5	5	5	4	4	38
122	4	4	5	5	4	4	4	4	34
123	4	4	5	5	4	4	4	5	35
124	4	4	4	4	5	5	5	5	36
125	5	5	5	4	5	5	5	5	39
126	4	5	5	5	4	5	4	4	36
127	5	5	5	5	5	5	4	4	38
128	4	5	5	5	3	4	4	4	34
129	4	4	4	5	5	5	5	5	37
130	4	5	5	4	4	5	5	5	37
131	5	5	5	5	4	5	4	4	37
132	5	5	5	4	4	4	4	4	35
133	4	4	4	4	5	5	5	5	36
134	4	4	4	5	5	5	5	5	37
135	3	1	5	5	4	5	5	5	33
136	5	4	4	4	4	4	4	4	33
137	5	5	5	4	5	5	5	5	39
138	5	5	3	5	5	5	5	5	38
139	5	5	5	5	5	5	5	4	39
140	4	4	5	4	4	5	5	4	35
141	5	5	5	5	5	5	5	5	40
142	5	5	5	5	4	5	5	5	39
143	5	5	5	4	5	5	5	5	39
144	5	5	5	4	5	5	5	5	39
145	4	4	5	4	5	4	5	5	36
146	5	5	5	4	5	5	5	5	39
147	5	5	5	4	5	5	5	5	39

148	5	5	5	5	5	5	5	5	40
149	4	4	4	4	5	5	5	5	36
150	5	5	5	5	5	5	5	5	40

b. Reabilitas *Customer Experience*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.621	8

c. Validitas *Customer Experience*

Correlations

No		No	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	tk
No	Pearson Correlation	1	-.502*	.401*	.000	-.789**	-.832*	-.913*	.065	-.229	-.712**
	Sig. (2-tailed)		.005	.028	1.000	.000	.000	.000	.732	.223	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
C1	Pearson Correlation	-.502**	1	.257	.250	.587**	.455*	.272	.274	.279	.772**
	Sig. (2-tailed)	.005		.170	.183	.001	.012	.146	.143	.136	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
C2	Pearson Correlation	.401*	.257	1	.623**	-.297	.464*	.553*	.182	-.058	.793
	Sig. (2-tailed)	.028	.170		.000	.111	.010	.002	.336	.761	.030
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
C3	Pearson Correlation	.000	.250	.623*	1	-.196	-.280	-.244	-.034	-.099	.574
	Sig. (2-tailed)	1.000	.183	.000		.300	.134	.194	.857	.603	.030
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
C4	Pearson Correlation	-.789**	.587*	-.297	-.196	1	.843*	.729*	.300	.394*	.840**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.111	.300		.000	.000	.107	.031	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
C5	Pearson Correlation	.832**	.455*	.464**	.280	.843**	1	.836*	.027	.194	.681**
	Sig. (2-tailed)										
	N										

	Sig. (2-tailed)	.000	.012	.010	.134	.000		.000	.888	.305	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
C6	Pearson Correlation	-.913**	.272	.553*	-.244	.729**	.836*	1	-.213	.081	.530**
	Sig. (2-tailed)	.000	.146	.002	.194	.000	.000		.259	.671	.030
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
C7	Pearson Correlation	.065	.274	.182	-.034	.300	.027	-.213	1	.897*	.530**
	Sig. (2-tailed)	.732	.143	.336	.857	.107	.888	.259		.000	.030
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
C8	Pearson Correlation	-.229	.279	-.058	-.099	.394*	.194	.081	.897*	1	.608**
	Sig. (2-tailed)	.223	.136	.761	.603	.031	.305	.671	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
tk	Pearson Correlation	-.712**	.772*	.093	.174	.840**	.681*	.530*	.530*	.608*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.624	.358	.000	.000	.030	.030	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

3. Kepuasan Pelanggan

a. Lampiran data *Kepuasan Pelanggan*

No	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	ty
1	5	5	3	3	5	5	26
2	5	5	3	3	5	5	26
3	5	5	3	3	5	5	26
4	5	5	3	3	5	5	26
5	5	5	3	3	5	5	26
6	5	4	3	3	5	4	24
7	5	4	3	3	5	4	24
8	5	4	3	3	5	4	24
9	4	4	4	4	4	4	24
10	4	4	4	4	4	4	24
11	4	4	4	4	4	4	24
12	4	4	4	4	4	4	24
13	4	4	4	4	4	4	24
14	4	4	4	4	4	4	24

15	4	4	4	4	4	4	24
16	4	4	4	4	4	4	24
17	4	4	4	4	4	4	24
18	4	4	4	4	4	4	24
19	4	4	4	4	4	4	24
20	4	4	4	4	4	4	24
21	4	4	4	4	4	4	24
22	4	4	4	4	4	4	24
23	4	4	4	4	4	4	24
24	4	4	4	4	4	4	24
25	4	4	4	4	4	4	24
26	4	4	4	4	4	4	24
27	4	4	4	4	4	4	24
28	4	4	4	4	4	4	24
29	4	4	4	4	4	4	24
30	4	4	4	4	4	4	24
31	4	4	4	4	4	4	24
32	4	4	4	4	4	4	24
33	4	4	4	4	4	4	24
34	4	4	4	4	4	4	24
35	4	4	4	4	4	4	24
36	4	4	4	4	4	4	24
37	4	4	4	4	4	4	24
38	4	4	4	4	4	4	24
39	4	4	4	4	4	4	24
40	4	4	4	4	4	4	24
41	4	4	4	4	4	4	24
42	4	4	4	4	4	4	24
43	4	4	4	4	4	4	24
44	4	4	4	4	4	4	24
45	4	4	4	4	4	4	24
46	4	4	4	4	4	4	24
47	4	4	4	4	4	4	24
48	4	4	4	4	4	4	24
49	4	4	4	4	4	4	24
50	4	4	4	4	4	4	24
51	4	4	4	4	4	4	24
52	4	4	4	4	4	4	24
53	4	4	4	4	4	4	24
54	4	4	4	4	4	4	24
55	4	4	4	4	4	4	24

56	4	4	4	4	4	4	24
57	4	4	4	4	4	4	24
58	4	4	4	4	4	4	24
59	4	4	4	4	4	4	24
60	4	4	4	4	4	4	24
61	4	4	4	4	4	4	24
62	4	4	4	4	4	4	24
63	4	4	4	4	4	4	24
64	4	4	4	4	4	4	24
65	4	3	4	4	4	3	22
66	4	3	4	4	4	3	22
67	4	3	4	4	4	3	22
68	4	3	4	4	4	3	22
69	4	3	4	4	4	3	22
70	4	4	3	2	4	4	21
71	4	4	3	2	4	4	21
72	4	4	3	2	4	4	21
73	4	4	3	2	4	4	21
74	4	4	3	2	4	4	21
75	4	4	3	2	4	4	21
76	4	4	3	2	4	4	21
77	4	4	3	2	4	4	21
78	4	4	2	2	4	4	20
79	4	4	2	2	4	4	20
80	4	4	2	2	4	4	20
81	4	4	2	2	4	4	20
82	4	4	2	1	4	4	19
83	3	3	4	4	3	3	20
84	3	3	4	4	3	3	20
85	3	3	4	4	3	3	20
86	3	3	4	4	3	3	20
87	3	3	4	4	3	3	20
88	3	3	4	4	3	3	20
89	3	3	4	4	3	3	20
90	3	3	3	4	3	3	19
91	3	3	3	4	3	3	19
92	3	3	3	4	3	3	19
93	3	3	3	4	3	3	19
94	3	3	3	4	3	3	19
95	3	3	3	3	3	3	18
96	2	3	3	3	2	3	16

97	2	3	3	3	2	3	16
98	2	3	3	3	2	3	16
99	2	3	3	3	2	3	16
100	2	3	3	3	2	3	16
101	2	3	3	3	2	3	16
102	2	3	3	3	2	3	16
103	2	2	3	3	2	2	14
104	2	2	3	3	2	2	14
105	2	2	3	3	2	2	14
106	2	2	3	3	2	2	14
107	2	2	3	3	2	2	14
108	2	2	3	3	2	2	14
109	2	2	3	3	2	2	14
110	2	2	3	3	2	2	14
111	2	2	2	3	2	2	13
112	2	2	2	3	2	2	13
113	2	2	2	3	2	2	13
114	2	2	2	3	2	2	13
115	2	2	2	3	2	2	13
116	2	2	2	2	2	2	12
117	2	1	2	2	2	1	10
118	4	3	4	3	3	4	21
119	5	4	5	4	5	5	28
120	5	4	5	5	5	5	29
121	5	5	5	4	4	4	27
122	5	5	5	5	5	5	30
123	5	5	5	5	4	5	29
124	5	4	5	4	4	4	26
125	4	4	4	4	4	4	24
126	5	5	5	5	5	5	30
127	5	5	5	5	5	5	30
128	5	5	5	5	5	5	30
129	5	4	5	5	5	5	29
130	4	4	5	5	5	5	28
131	3	5	5	5	5	5	28
132	4	4	4	4	4	4	24
133	4	4	5	4	3	4	24
134	5	5	5	4	4	4	27
135	3	4	4	4	4	4	23
136	4	4	4	4	5	4	25
137	3	5	5	5	5	5	28

138	5	5	5	5	5	5	30
139	4	4	5	4	4	5	26
140	5	5	5	4	4	5	28
141	3	3	4	4	4	4	22
142	5	5	5	5	5	5	30
143	4	4	5	5	5	5	28
144	3	4	5	4	4	4	24
145	4	4	4	4	4	5	25
146	5	5	5	5	5	5	30
147	4	5	5	5	5	5	29
148	5	4	5	5	5	5	29
149	4	4	4	4	4	4	24
150	5	5	5	5	5	5	30

b. Reabilitas Kepuasan Pelanggan

•

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.734	6

c. Validitas Kepuasan Pelanggan

Correlations

		No	K1	K2	K3	K4	K5	K6	TK
No	Pearson Correlation	1	-.676**	.215	.000	-.327	.198	.384*	-.072
	Sig. (2-tailed)		.000	.253	1.000	.078	.294	.036	.704
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
K1	Pearson Correlation	.676**	1	.120	.068	.289	.304	.327	.565**
	Sig. (2-tailed)	.000		.527	.721	.122	.102	.889	.010
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
K2	Pearson Correlation	.215	.120	1	.539**	.347	.439*	.332	.651**
	Sig. (2-tailed)	.253	.527		.002	.061	.015	.073	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
K3	Pearson Correlation	.000	.068	.539*	1	.707**	.186	.423*	.711**
				*					
	Sig. (2-tailed)	1.000	.721	.002		.000	.324	.020	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30

K4	Pearson Correlation	-.327	.289	.347	.707**	1	.158	.322	.711**
	Sig. (2-tailed)	.078	.122	.061	.000		.404	.082	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
K5	Pearson Correlation	.198	.304	.439*	.186	.158	1	.728*	.721**
	Sig. (2-tailed)	.294	.102	.015	.324	.404		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
K6	Pearson Correlation	.384*	-.027	.332	.423*	.322	.728**	1	.716**
	Sig. (2-tailed)	.036	.889	.073	.020	.082	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
TK	Pearson Correlation	-.072	.465**	.651*	.711**	.711**	.721**	.716*	1
	Sig. (2-tailed)	.704	.010	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

LAMPIRAN UJI VALIDITAS

Dasar pengambilan keputusan valid atau tidaknya pernyataan oleh Sugiono(2013):

1. Jika r positif, serta $r \geq 0,381$ maka item pertanyaan tersebut valid.
2. Jika negative, serta $r \leq 0,381$ maka item pernyataan tersebut tidak valid.

Tabel
Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Item Pernyataan	Corrected Item Pernyataan Total Correlation	Tabel	Keterangan
Personal selling (X1)	Pernyataan X1	.877	0,381	Valid
	Pernyataan X2	.931	0,381	Valid
	Pernyataan X3	.931	0,381	Valid
	Pernyataan X4	.727	0,381	Valid
	Pernyataan X5	.526	0,381	Valid
	Pernyataan X6	.616	0,381	Valid
	Pernyataan X7	.653	0,381	Valid
	Pernyataan X8	.653	0,381	Valid
Customer Experience (X2)	Pernyataan X1	.772	0,381	Valid
	Pernyataan X2	.793	0,381	Valid
	Pernyataan X3	.574	0,381	Valid
	Pernyataan X4	.840	0,381	Valid
	Pernyataan X5	.681	0,381	Valid
	Pernyataan X6	.530	0,381	Valid
	Pernyataan X7	.530	0,381	Valid
	Pernyataan X8	.608	0,381	Valid

Kepuasan Pelanggan (Y)	Pernyataan Y1	.565	0,381	Valid
	Pernyataan Y2	.651	0,381	Valid
	Pernyataan Y3	.711	0,381	Valid
	Pernyataan Y4	.711	0,381	Valid
	Pernyataan Y5	.721	0,381	Valid
	Pernyataan Y6	.716	0,381	Valid

Sumber: Data diolah, 2024

Uji Validitas dikatakan valid apabila nilai Rhitung > Rtabel. Begitupun juga sebaliknya, apabila nilai Rhitung < Rtabel maka dikatakan tidak valid. Dari data diatas dapat dijelaskan bahwa seluruh nilai Rhitung > Rtabel. Berdasarkan uji signifikan 0,05 artinya item-item pernyataan diatas dikatakan valid.

LAMPIRAN UJI REABILITAS

Tabel
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	<i>Personal selling</i>	.885	Reliabel
2	<i>Customer Experience</i>	.621	Reliabel
3	Kepuasan Pelanggan	.734	Reliabel

Sumber: Data diolah, 2024

Disini pengukuran hanya dilakukan sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha $> 0,60$ (Ghozali, 2005). Dari data diatas dapat dijelaskan bahwa nilai Cronbach Alpha $>$ dari nilai batas. Maka tiap-tiap item diatas dikatakan Reliabel.

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	tce, tPS ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: ty

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.692 ^a	.479	.472	3.205	.588

a. Predictors: (Constant), tce, tPS

b. Dependent Variable: ty

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1391.088	2	695.544	67.708	.000 ^b
	Residual	1510.086	147	10.273		
	Total	2901.173	149			

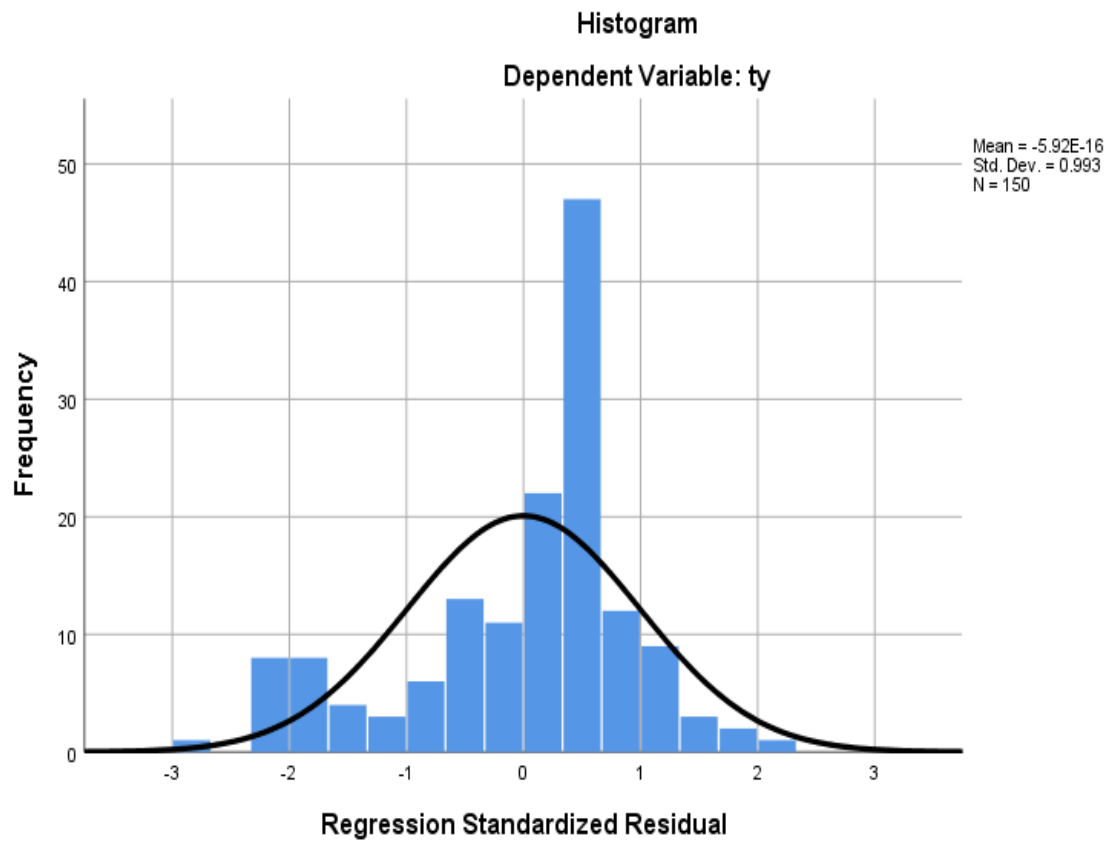
a. Dependent Variable: ty

Predictors: (Constant), tce, tPS

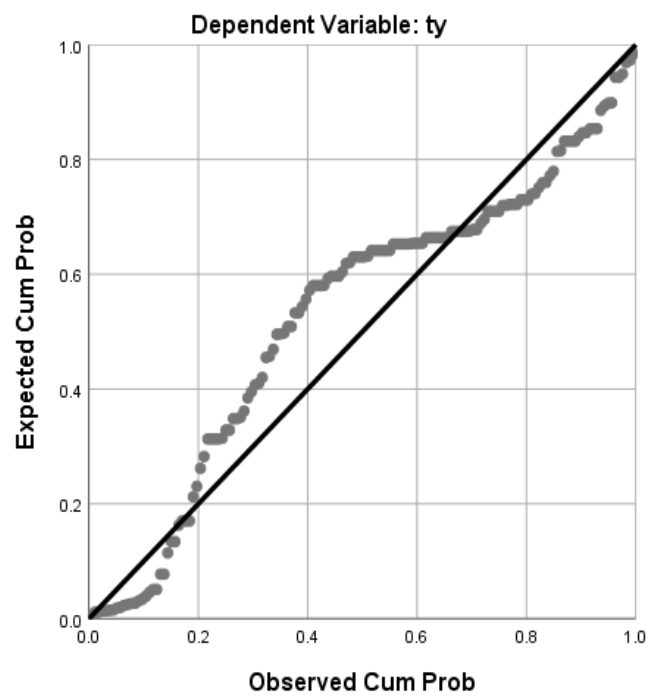
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2.707	2.197		1.232	.220
	tPS	.705	.088	.621	8.011	.000
	tce	.096	.072	.104	1.338	.030

a. Dependent Variable: ty



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Scatterplot

Dependent Variable: ty

