

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Kesimpulan Umum

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan pada konsumen loyal di Kopi Konnichiwa mengenai “Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk, dan Strategi Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan di Kopi Konnichiwa Kebon Jahe Tangerang”, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Produk

Berdasarkan hasil jawaban kuesioner dengan jumlah responden sebanyak 150 orang, yang disebarkan penulis berdasarkan indikator – indikator seperti: kinerja, kualitas yang dirasakan, ketersediaan perbaikan, estetika, kesesuaian, manusia, metode, bahan baku, ukuran, lingkungan. Dengan mayoritas menjawab setuju sebesar 49,2% terhadap pernyataan kualitas produk.

2. Inovasi Produk

Berdasarkan hasil jawaban kuesioner dengan jumlah responden sebanyak 150 orang, yang disebarkan penulis berdasarkan indikator – indikator seperti: inovai teknis, perubahan desain, kreativitas, organisasi yang inovatif berupaya meminimalisir tekanan waktu yang ekstrim terhadap kegiatan kreatif, menoleransi risiko, menghasilkan

produk yang unik dan inovatif, menghasilkan produk berkualitas dan sesuai kebutuhan, pusat kontrol, *value*, pengalaman. Dengan mayoritas menjawab setuju sebesar 49,43% terhadap pernyataan inovasi produk.

3. Strategi Pemasaran

Berdasarkan hasil jawaban kuesioner dengan jumlah responden sebanyak 150 orang, yang disebarkan penulis berdasarkan indikator – indikator seperti: daur hidup produk, posisi persaingan perusahaan di pasar, situasi ekonomi, pemilihan pasar, penetapan harga, sistem distribusi, produk, harga, tempat, promosi. Dengan mayoritas menjawab setuju sebesar 50,8% terhadap pernyataan strategi pemasaran.

4. Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil jawaban kuesioner dengan jumlah responden sebanyak 150 orang, yang disebarkan penulis berdasarkan indikator – indikator seperti: *repeat purchase*, *retention*, rasa suka yang besar terhadap merek, *refferals*, keyakinan bahwa merek tertentu adalah yang terbaik, ketetapan pada merek, kebiasaan mengkonsumsi merek, menjadikan perusahaan sebagai prioritas utama, kesediaan pelanggan untuk hanya membicarakan hal yang positif tentang suatu perusahaan, perekomendasian merek kepada orang lain. Dengan mayoritas menjawab setuju sebesar 40,98% terhadap pernyataan loyalitas pelanggan.

2. Kesimpulan Khusus

Berdasarkan hasil pengolahan data yang dilakukan penulis menggunakan aplikasi SPSS, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari hasil penelitian terdapat pengaruh kualitas produk (X1) terhadap loyalitas pelanggan (Y) dengan menggunakan analisis koefisien regresi dapat diketahui bahwa variabel kualitas produk memiliki hubungan yang positif sebesar 25,3% terhadap loyalitas pelanggan. Nilai koefisien korelasi sebesar 0,280 yang berarti variabel kualitas produk memiliki hubungan yang lemah dengan loyalitas pelanggan. Dan nilai t-hitung sebesar $3,555 > 1,655$ dan nilai sig $0,001 < 0,05$. Artinya H_{a1} diterima dan H_0 ditolak. Dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh yang lemah terhadap loyalitas pelanggan di Kopi Konnichiwa.
2. Dari hasil penelitian terdapat pengaruh inovasi produk (X2) terhadap loyalitas pelanggan (Y) dengan menggunakan analisis koefisien regresi dapat diketahui bahwa variabel inovasi produk memiliki hubungan yang positif sebesar 35,5% terhadap loyalitas pelanggan. Nilai koefisien korelasi sebesar 0,654 yang berarti variabel inovasi produk memiliki hubungan yang kuat dengan loyalitas pelanggan. Dan nilai t-hitung sebesar $10,516 > 1,655$ dan nilai sig $0,000 < 0,05$. Artinya H_{a2} diterima dan H_0 ditolak. Dapat disimpulkan bahwa

variabel inovasi produk memiliki pengaruh yang kuat terhadap loyalitas pelanggan di Kopi Konnichiwa.

3. Dari hasil penelitian terdapat pengaruh strategi pemasaran (X3) terhadap loyalitas pelanggan (Y) dengan menggunakan analisis koefisien regresi dapat diketahui bahwa variabel strategi pemasaran memiliki hubungan yang positif sebesar 58% terhadap loyalitas pelanggan. Nilai koefisien korelasi sebesar 0,683 yang berarti variabel strategi pemasaran memiliki hubungan yang kuat dengan loyalitas pelanggan. Dan nilai t-hitung sebesar $11,373 > 1,655$ dan nilai sig $0,000 < 0,05$. Artinya H_{a3} diterima dan H_0 ditolak. Dapat disimpulkan bahwa variabel strategi pemasaran memiliki pengaruh yang kuat terhadap loyalitas pelanggan di Kopi Konnichiwa.
4. Dari hasil penelitian terdapat pengaruh kualitas produk, inovasi produk, dan strategi pemasaran terhadap loyalitas pelanggan di Kopi Konnichiwa. Hasil tersebut berdasarkan hasil *R Square* sebesar 0,636 atau 63,6% nilai tersebut dapat diartikan bahwa kualitas produk, inovasi produk, dan strategi pemasaran mampu menjelaskan sebesar 63,6% terhadap loyalitas pelanggan dan sisanya sebesar 36,4% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini, serta hasil uji Fhitung sebesar 85,185 maka dari itu nilai Fhitung lebih besar dari pada Ftabel yaitu sebesar 2,67 ($85,185 > 2,67$). Maka, H_4 diterima H_0 ditolak. Artinya, terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara variabel kualitas produk (X1), inovasi produk (X2),

dan strategi pemasaran (X3) terhadap loyalitas pelanggan (Y) di Kopi Konnichiwa.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dipaparkan, adapun saran yang dapat disampaikan dengan melihat bahwa kualitas produk, inovasi produk, dan strategi pemasaran memberikan dampak positif bagi Kopi Konnichiwa sebagai berikut:

1. Bagi Kopi Konnichiwa

- a. Proses untuk menghasilkan espresso menggunakan mesin rok presso harus diperhatikan lagi, karena cara penggunaan mesin rok presso yang baik akan menghasilkan espresso untuk minuman kopi yang nikmat.
- b. Kembangkan berbagai varian rasa, seperti campuran unik yang sesuai dengan selera pelanggan. Dapat mencakup kopi dengan rasa yang unik namun tetap menonjolkan rasa kopi khas Kopi Konnichiwa.
- c. Buat program loyalitas atau penawaran promosi khusus bagi pelanggan setia Kopi Konnichiwa. Hal ini dapat mencakup potongan harga, hadiah gratis, atau akses eksklusif untuk produk baru.

2. Bagi peneliti selanjutnya

- a. Pemahaman yang luas mengenai kualitas produk, inovasi produk, dan strategi pemasaran sangat membantu dalam menyelesaikan penelitian.
- b. Perbanyak dasar teori untuk memudahkan dan memperkuat dalam penyusunan laporan skripsi.

- c. Diharapkan menambah variabel – variabel lainnya sebagai variabel independen, karena sangat dimungkinkan variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Y).



DAFTAR PUSTAKA

- Andalusi, R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada konsumen PT.BCA Finance, Kantor Pusat Jakarta Selatan). *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 5(1), 80. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v5i1.10740>
- Andy, H. M. N. (2022). Pengaruh Kelengkapan Produk, Promosi, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus pada Alfamidi Kukun Raya, Tangerang). *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 2.
- Cahyadi, universitas buddhi dharma. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Baja Ringan Di Pt Arthanindo Cemerlang. *Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 1, 60–73.
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(1), 17. <https://doi.org/10.20527/jwm.v7i1.173>
- Gregorius Widiyanto, K. Y. (2021). Pengaruh Beban Kerja Dan Stres Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan. *Prosiding : Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 3.
- Herawati, & Andy. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone OPPO pada PT.Bright Mobile Telecommunication*. <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/emabi>
- Hulu, B., Dakhi, Y., & Zalogo, E. F. (2021). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Pada Ud.Mitra Kecamatan Amandraya. *Jurnal Riset Manajemen Dan Binsis*, 6(2), 16–25.
- Kaniya, Y. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Chatime di Summarecon Mal Serpong (Vol. 1, Issue 3)*. <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/emabi>

- Kristanto, Y. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen, Studi Kasus Pada Usaha Susu Murni Siliwangi A Karsan Bandung. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 19(1), 13–22. <https://doi.org/10.21831/jim.v19i1.50173>
- Manihuruk, B. K. (2023). Analisis Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Pt Shopee Indonesia. *Jurnal Business and Management*, 1(1), 11–23.
- Mayola, C. A., Megasari, D. S., Dwiyantri, S., & Lutfiati, D. (2021). Strategi Pemasaran Marketing Mix Produk Bulu Mata Palsu Ellashes . Pro. *E-Jurnal STRATEGI PEMASARAN MARKETING MIX PRODUK BULU MATA PALSU ELLASHES.PRO* Cindy, 10(3), 83–95.
- Nasruddin. (2021). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Di Pt. Hadji Kalla Cabang Palopo. *Ekonomi*, 3(2), 19–27.
- Nizam, M. F., Mufidah, E., & Fibriyani, V. (2020). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Inovasi Produk Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Pemasaran Umkm. *Jurnal EMA*, 5(2), 100–109. <https://doi.org/10.47335/ema.v5i2.55>
- Permatasari, B., & Maryana, S. (2021). PENGARUH PROMOSI DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Pada Gerai Baru Es Teh Indonesia di Bandar Lampung). *TECHNOBIZ : International Journal of Business*, 4(2), 62. <https://doi.org/10.33365/tb.v4i2.1335>
- Raika Anisailah. (2017). the ANALISIS KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN BARISTA DI KREMA KOFFIE PEKANBARU. *ANALISIS KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN BARISTA DI KREMA KOFFIE PEKANBARU Oleh*, 1–16.
- Ramanta, T. H., Massie, J. D. D., & Soepeno, D. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Produk Mebel di CV. Karunia Meubel Tuminting. *Jurnal EMBA*, 9(1), 1018–1027. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/32670>

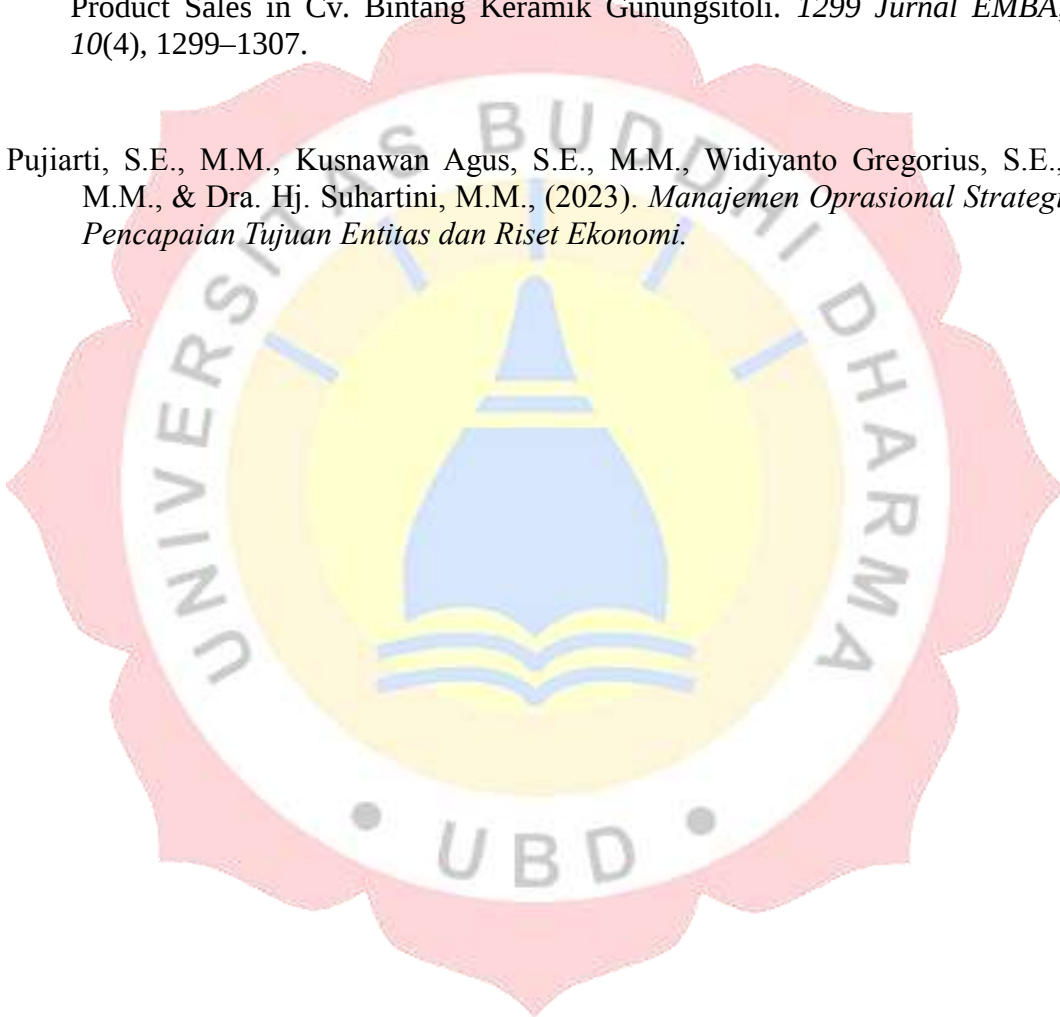
- Santosa, S., Resi, P. T., , Widiyanto, Gregorius, D., & Sutrisna. (2020). Measuring Attribute Of Product Of Vegetable Salad Of “Mamake” Micro Business Of Buddhist Community Group At Buddhi Vardhana Temple In Tangerang City. *Ekonomi Dan Bisnis*, 18(1), 4. Jurnal.ubd.ac.id
- Saribu, H. D. T., & Maranatha, E. G. (2020). Pengaruh Pengembangan Produk, Kualitas Produk dan Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan Pada PT. Astragraphia Medan. *Jurnal Manajemen*, 6(1), 1–6.
- Supriyanto, A., & Widiyanto, G. (2022). Pengaruh Promosi, Ulasan Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Online Lucky Beauty Store. *EMaBi: Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 1(2), 41–55. <https://jurnal.buddhidharma.ac.id/index.php/emabi/article/view/1249>
- Tarigan, H. I., Manurung, Y., & Marpaung, W. (2019). Loyalitas Pelanggan Dan Kualitas Pelayanan Pada Pelanggan Jasa Transportasi Online. *PHILANTHROPY: Journal of Psychology*, 3(1), 34. <https://doi.org/10.26623/philanthropy.v3i1.1285>
- Tholok, F. W., Sugandha, S., Janamarta, S., & Parameswari, R. (2023). Analisis Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Kualitas Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Online Lazada (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Buddhi Dharma Fakultas Bisnis). *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 21(2), 26–34. <https://doi.org/10.31253/pe.v21i2.1825>
- Widiyanto, G., Satrianto, H., & Wibowo, F. P. P. (2021). Pengaruh Inovasi Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Penambahan Pendapatan Ekonomi Masyarakat di Kota Tangerang (Studi Kasus Peran UKM Pembuatan Makanan Ringan dan Snack). *ECO-Buss*, 3(3), 120–130. <https://doi.org/10.32877/eb.v3i3.208>
- Widiyanto, G., & Wibowo, F. P. (2021). Analysis of the Effect Product Quality, Trustworthiness, Convenience, Perceptions of Usefulness and Price on Purchase Intention During the Covid Pandemic 19. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 19(1), 181–190. <https://doi.org/10.31253/pe.v19i1.516>
- Wulandari, N., & Sholihin, H. (2019). Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan.

Tjyybjb.Ac.Cn, 27(2), 58–66.

Yang, V., & Widiyanto, G. (2023). Pengaruh Harga, Promo Gratis Ongkir, Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs Marketplace Shopee. *Prosiding Ekonomi Dan Bisnis*, 3(2).

Zebua, D., Putri Farida Zebua, D., Elhan Gea, N., & Natalia Mendrofa, R. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Di Cv. Bintang Keramik Gunungsitoli Marketing Strategy Analysis in Increasing Product Sales in Cv. Bintang Keramik Gunungsitoli. *1299 Jurnal EMBA*, 10(4), 1299–1307.

Pujiarti, S.E., M.M., Kusnawan Agus, S.E., M.M., Widiyanto Gregorius, S.E., M.M., & Dra. Hj. Suhartini, M.M., (2023). *Manajemen Oprasional Strategi Pencapaian Tujuan Entitas dan Riset Ekonomi*.



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Identitas Pribadi

Nama : Calviana
Tempat, Tanggal Lahir : Tangerang, 10 Juli 2002
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Kristen
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Vila Tomang Baru Blok L1 No. 15A
Tangerang, Banten.
Nomor Telepon : 089666095165
Email : calvianatamu@gmail.com
IPK : 3.51



Riwayat Pendidikan

SD (2008 – 2014) : SD Kasih Bangsa
SMP (2014 -2017) : SMP Strada Santa Maria 2
SMK (2017 – 2020) : SMK Strada Daan Mogot
S1 (2020 – 2024) : Universitas Buddhi Dharma

Riwayat Pekerjaan

2020 – sekarang : Karyawan Swasta

Tangerang, 10 Januari 2024

Calviana

SURAT KETERANGAN RISET

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Vanessa Oktaviani

Jabatan : Karyawan

Menerangkan sesungguhnya bahwa :

Nama : Calviana

NIM : 20200500023

Jurusan : Manajemen Pemasaran

Universitas : Buddhi Dharma

Telah melakukan riset penelitian dengan menyebarkan kuesioner di Kopi Konnichiwa Kebon Jahe Tangerang yang dimulai tanggal 22 Desember 2023 – 6 Januari 2024. Untuk menyusun skripsi dengan judul **Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk, dan Strategi Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan di Kopi Konnichiwa Kebon Jahe Tangerang.**

Demikian surat ini dibuat, agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Tangerang, 15 Februari 2024



(Vanessa Oktaviani)

konnichiwa

LAMPIRAN – LAMPIRAN

Lampiran 1

Kata Pengantar Kuesioner

Kepada Yth,

Pelanggan setia Kopi Konnichiwa Kebon Jahe Tangerang

Dengan Hormat,

Saya Calviana mahasiswi Fakultas Bisnis Universitas Buddhi Dharma Tangerang mengharapkan kesediaan saudara/i untuk mengisi kuesioner ini. Kuesioner ini digunakan sebagai alat pengambilan data dalam penyusunan skripsi saya yang berjudul **"Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk, dan Strategi Pemasaran terhadap Loyalitas Pelanggan di Kopi Konnichiwa Kebon Jahe Tangerang"**

Informasi yang anda berikan sangat membantu kelancaran penelitian saya. Atas perhatian dan kesediaan saudara/i mengisi kuesioner ini saya ucapkan terima kasih.

Penulis,

Calviana

A. Identitas Responden

1. Nama :
2. Usia : ☐ <20 Tahun ☐ 26-30 Tahun
☐ 21-25 Tahun ☐ >30 Tahun
3. Jenis Kelamin : ☐ Laki-laki ☐ Perempuan
4. Sudah berapa kali anda membeli kopi di Kopi Konnichiwa
☐ 1-3 kali ☐ 5-10 kali
☐ 3-5 kali ☐ Lebih dari 10 kali
5. Pekerjaan :

B. Petunjuk pengisian

Pilih poin yang sesuai dengan pernyataan dibawah ini

Keterangan:

STS = Sangat Tidak Setuju

TS = Tidak Setuju

KS = Kurang Setuju

S = Setuju

SS = Sangat Setuju

Kualitas Produk (X1)

No.	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
1.	Saya merasa puas dengan rasa kopi yang disajikan oleh Kopi Konnichiwa					
2.	Rasa kopi yang disajikan sesuai dengan ekspektasi saya					
3.	Kopi Konnichiwa memberikan kopi yang baru saat pesanan yang diberikan tidak sesuai					
4.	Kopi yang disajikan memiliki tampilan yang enak dipandang dan menarik					
5.	Kopi yang disajikan memiliki rasa yang sesuai dengan deskripsi yang diberikan					
6.	Saya merasa puas dengan kopi yang disajikan oleh barista Kopi Konnichiwa					
7.	Proses pembuatan kopi yang higienis tanpa mengurangi kualitas dari kopi tersebut					
8.	Bahan baku yang digunakan Kopi Konnichiwa memiliki kualitas yang baik sehingga menghasilkan kopi yang lezat					
9.	Ukuran kopi yang dimiliki Kopi Konnichiwa sesuai dengan kebutuhan saya					
10.	Lingkungan sekitar Kedai Kopi Konnichiwa bersih					

Inovasi Produk (X2)

No.	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
1.	Inovasi menu menciptakan rasa penasarankonsumen untuk mencicipinya					
2.	Kopi yang disajikan menciptakan pengalaman visual yang menarik					
3.	Inovasi menu menciptakan variasi dan pengalaman yang menarik					
4.	Kopi Konnichiwa melakukan inovasi dalam memberikan pelayanan yang efektif dan efisien					
5.	Kopi Konnichiwa mengikuti tren dan selalu up to date terhadap menu yang dimilikinya					
6.	Keterlibatan dengan tren menciptakan produk yang relevan dan menarik					
7.	Menu Kopi Konnichiwa konsisten dalam memenuhi harapan saya					
8.	Kopi Konnichiwa terus melakukan inovasi dalam pengembangan menu kopi yang dimilikinya					
9.	Banyaknya variasi menu di Kopi Konnichiwa memberikan nilai tambah kepada setiap konsumen					
10.	Setiap menu baru di Kopi Konnichiwa menambah rasa penasaran serta membuat pengalam baru yang menarik					

Strategi Pemasaran (X3)

No.	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
1.	Menu edisi terbatas membuat saya tertarik untuk datang kembali					
2.	Kopi Konnichiwa konsisten terhadap citra merek yang dimilikinya					
3.	Kopi Konnichiwa konsisten dalam penetapan harga dan tidak berubah-ubah					
4.	Kopi Konnichiwa memiliki target pasar yang sesuai					
5.	Kopi Konnichiwa memiliki harga dan promosi yang mampu bersaing di pasar					
6.	Kopi Konnichiwa memiliki banyak promosi khusus di beberapa platform					
7.	Kopi Konnichiwa memiliki produk yang menarik					
8.	Kopi Konnichiwa memiliki harga yang murah dan promo yang menarik					
9.	Kopi Konnichiwa memiliki tampilan toko yang unik dan menarik					
10.	Kopi Konnichiwa memiliki promosi yang berbeda setiap hari					

Loyalitas Pelanggan (Y)

No.	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
1.	Saya akan datang kembali ke Kopi Konnichiwa untuk membeli kopi					
2.	Saya akan menjadi pelanggan setia Kopi Konnichiwa					
3.	Saya menyukai semua menu yang ada di Kopi Konnichiwa					
4.	Saya akan menyarankan kerabat saya untuk membeli kopi di Kopi Konnichiwa					
5.	Saya menyukai Kopi Konnichiwa dibanding kedai kopi lainnya					
6.	Saya akan memilih Kopi Konnichiwa setiap kali Saya ingin membeli kopi					
7.	Saya sering mendatangi Kopi Konnichiwa untuk membeli kopi					
8.	Setiap kali saya membayangkan kopi saya teringat Kopi Konnichiwa					
9.	Saya suka memposting kopi merek Kopi Konnichiwa di media social dan memberikan komentar yang baik					
10.	Saya akan merekomendasikan Kopi Konnichiwa kepada kerabat saya					

DAFTAR WAWANCARA

Hasil Wawancara Konsumen

Nama : Caroline

Usia : 26 Tahun

Pekerjaan : Karyawan Swasta

Pertanyaan :

1. Sudah berapa kali anda mengunjungi Kopi Konnichiwa ?
2. Menu apa yang sering anda pesan ? apakah menu yang anda pesan sesuai dengan ekspektasi anda ?
3. Apakah anda mau merekomendasikan Kopi Konnichiwa ke kerabat anda ?
4. Apakah anda akan datang kembali ke Kopi Konnichiwa dalam waktu dekat ini ?
5. Apakah anda bersedia untuk mengisi kuesioner mengenai loyalitas pelanggan di Kopi Konnichiwa ?

Jawaban :

1. Saya sudah mengunjungi Kopi Konnichiwa lebih dari 10 kali.
2. Saya sering memesan menu Java Latte, dan minuman yang disajikan sesuai dengan ekspektasi saya.
3. Saya akan merekomendasikan Kopi Konnichiwa ke kerabat dekat saya, karena selain harganya pas di kantong rasanya juga enak.
4. Saya mungkin akan datang lagi besok, setelah pulang kerja.
5. Ya, saya bersedia.

Hasil Wawancara Konsumen

Nama : Sagi Pratama

Usia : 24 Tahun

Pekerjaan : Karyawan Swasta

Pertanyaan :

1. Sudah berapa kali anda mengunjungi Kopi Konnichiwa ?
2. Menu apa yang sering anda pesan ? apakah menu yang anda pesan sesuai dengan ekspektasi anda ?
3. Apakah anda mau merekomendasikan Kopi Konnichiwa ke kerabat anda ?
4. Apakah anda akan datang kembali ke Kopi Konnichiwa dalam waktu dekat ini ?
5. Apakah anda bersedia untuk mengisi kuesioner mengenai loyalitas pelanggan di Kopi Konnichiwa ?

Jawaban :

1. Saya sudah mengunjungi Kopi Konnichiwa 3 kali.
2. Saya sering memesan menu Sapporo Latte, dan minuman yang disajikan sesuai dengan ekspektasi saya.
3. Saya akan merekomendasikan Kopi Konnichiwa ke kerabat dekat saya, dan keluarga saya.
4. Saya akan datang lagi minggu depan.
5. Ya, saya bersedia.

Hasil Wawancara Konsumen

Nama : Dede Angue

Usia : 21 Tahun

Pekerjaan : Karyawan Swasta

Pertanyaan :

1. Sudah berapa kali anda mengunjungi Kopi Konnichiwa ?
2. Menu apa yang sering anda pesan ? apakah menu yang anda pesan sesuai dengan ekspektasi anda ?
3. Apakah anda mau merekomendasikan Kopi Konnichiwa ke kerabat anda ?
4. Apakah anda akan datang kembali ke Kopi Konnichiwa dalam waktu dekat ini ?
5. Apakah anda bersedia untuk mengisi kuesioner mengenai loyalitas pelanggan di Kopi Konnichiwa ?

Jawaban :

1. Saya sudah mengunjungi Kopi Konnichiwa lebih dari 10 kali.
2. Saya sering memesan menu *ice americano*, dan minuman yang disajikan sesuai dengan ekspektasi saya.
3. Saya akan merekomendasikan Kopi Konnichiwa ke kerabat dekat saya, dan teman teman di media sosial saya.
4. Saya akan datang lagi besok, atau saya akan membelinya melalui aplikasi *online*.
5. Ya, saya bersedia.

Hasil Wawancara Konsumen

Nama : Andre

Usia : 22 Tahun

Pekerjaan : Wiraswasta

Pertanyaan :

1. Sudah berapa kali anda mengunjungi Kopi Konnichiwa ?
2. Menu apa yang sering anda pesan ? apakah menu yang anda pesan sesuai dengan ekspektasi anda ?
3. Apakah anda mau merekomendasikan Kopi Konnichiwa ke kerabat anda ?
4. Apakah anda akan datang kembali ke Kopi Konnichiwa dalam waktu dekat ini ?
5. Apakah anda bersedia untuk mengisi kuesioner mengenai loyalitas pelanggan di Kopi Konnichiwa ?

Jawaban :

1. Saya sudah mengunjungi Kopi Konnichiwa 2 kali.
2. Saya sering memesan menu es coklat, dan minuman yang disajikan diluar ekspektasi saya. Rasa coklat yang begitu pekat dan tidak terlalu manis, cocok untuk saya.
3. Saya akan merekomendasikan Kopi Konnichiwa ke kerabat dekat saya.
4. Saya belum mengetahui kapan akan kembali lagi ke Kopi Konnichiwa.
5. Ya, saya bersedia.

Hasil Wawancara Konsumen

Nama : Yoga Wira Saputra

Usia : 22 Tahun

Pekerjaan : Karyawan Swasta

Pertanyaan :

1. Sudah berapa kali anda mengunjungi Kopi Konnichiwa ?
2. Menu apa yang sering anda pesan ? apakah menu yang anda pesan sesuai dengan ekspektasi anda ?
3. Apakah anda mau merekomendasikan Kopi Konnichiwa ke kerabat anda ?
4. Apakah anda akan datang kembali ke Kopi Konnichiwa dalam waktu dekat ini ?
5. Apakah anda bersedia untuk mengisi kuesioner mengenai loyalitas pelanggan di Kopi Konnichiwa ?

Jawaban :

1. Saya sudah sering mengunjungi Kopi Konnichiwa, 20 kali pun lebih karena saya suka dengan Kopi Konnichiwa.
2. Saya sering memesan menu Java Latte, dan minuman yang disajikan sesuai dengan ekspektasi saya.
3. Saya akan merekomendasikan Kopi Konnichiwa ke kerabat dekat saya.
4. Saya akan datang lagi besok.
5. Ya, saya bersedia.

Hasil Wawancara Konsumen

Nama : Catrine

Usia : 30 Tahun

Pekerjaan : Karyawan Swasta

Pertanyaan :

1. Sudah berapa kali anda mengunjungi Kopi Konnichiwa ?
2. Menu apa yang sering anda pesan ? apakah menu yang anda pesan sesuai dengan ekspektasi anda ?
3. Apakah anda mau merekomendasikan Kopi Konnichiwa ke kerabat anda ?
4. Apakah anda akan datang kembali ke Kopi Konnichiwa dalam waktu dekat ini ?
5. Apakah anda bersedia untuk mengisi kuesioner mengenai loyalitas pelanggan di Kopi Konnichiwa ?

Jawaban :

1. Saya sudah mengunjungi Kopi Konnichiwa lebih dari 10 kali.
2. Saya sering memesan menu Godzilla Latte, dan minuman yang disajikan sesuai dengan ekspektasi saya.
3. Saya akan merekomendasikan Kopi Konnichiwa ke teman kantor dan teman di sosial media saya.
4. Saya akan datang lagi besok atau lusa.
5. Ya, saya bersedia.

Hasil Wawancara Konsumen

Nama : Gabriella

Usia : 21 Tahun

Pekerjaan : Karyawan Swasta

Pertanyaan :

1. Sudah berapa kali anda mengunjungi Kopi Konnichiwa ?
2. Menu apa yang sering anda pesan ? apakah menu yang anda pesan sesuai dengan ekspektasi anda ?
3. Apakah anda mau merekomendasikan Kopi Konnichiwa ke kerabat anda ?
4. Apakah anda akan datang kembali ke Kopi Konnichiwa dalam waktu dekat ini ?
5. Apakah anda bersedia untuk mengisi kuesioner mengenai loyalitas pelanggan di Kopi Konnichiwa ?

Jawaban :

1. Saya sudah mengunjungi Kopi Konnichiwa lebih dari 10 kali.
2. Saya sering memesan menu Java Latte, dan minuman yang disajikan sesuai dengan ekspektasi saya.
3. Saya akan merekomendasikan Kopi Konnichiwa ke semua teman saya.
4. Saya akan datang lagi lusa.
5. Ya, saya bersedia.

Hasil Wawancara Konsumen

Nama : Cindy

Usia : 24 Tahun

Pekerjaan : Karyawan Swasta

Pertanyaan :

1. Sudah berapa kali anda mengunjungi Kopi Konnichiwa ?
2. Menu apa yang sering anda pesan ? apakah menu yang anda pesan sesuai dengan ekspektasi anda ?
3. Apakah anda mau merekomendasikan Kopi Konnichiwa ke kerabat anda ?
4. Apakah anda akan datang kembali ke Kopi Konnichiwa dalam waktu dekat ini ?
5. Apakah anda bersedia untuk mengisi kuesioner mengenai loyalitas pelanggan di Kopi Konnichiwa ?

Jawaban :

1. Saya sudah mengunjungi Kopi Konnichiwa 5 kali.
2. Saya sering memesan menu Kyoto Latte, dan minuman yang disajikan sesuai dengan ekspektasi saya.
3. Saya akan merekomendasikan Kopi Konnichiwa ke teman teman di sosial media saya.
4. Saya belum tau kapan akan datang lagi.
5. Ya, saya bersedia.

Hasil Wawancara Konsumen

Nama : Elsa

Usia : 21 Tahun

Pekerjaan : Karyawan Swasta

Pertanyaan :

1. Sudah berapa kali anda mengunjungi Kopi Konnichiwa ?
2. Menu apa yang sering anda pesan ? apakah menu yang anda pesan sesuai dengan ekspektasi anda ?
3. Apakah anda mau merekomendasikan Kopi Konnichiwa ke kerabat anda ?
4. Apakah anda akan datang kembali ke Kopi Konnichiwa dalam waktu dekat ini ?
5. Apakah anda bersedia untuk mengisi kuesioner mengenai loyalitas pelanggan di Kopi Konnichiwa ?

Jawaban :

1. Saya sudah mengunjungi Kopi Konnichiwa lebih dari 2 kali.
2. Saya sering memesan menu Osaka Mura, dan minuman yang disajikan sesuai dengan ekspektasi saya.
3. Saya akan merekomendasikan Kopi Konnichiwa ke keluarga dekat saya.
4. Saya belum ada rencana untuk datang lagi.
5. Ya, saya bersedia.

Hasil Wawancara Konsumen

Nama : Makael

Usia : 25 Tahun

Pekerjaan : Karyawan Swasta

Pertanyaan :

1. Sudah berapa kali anda mengunjungi Kopi Konnichiwa ?
2. Menu apa yang sering anda pesan ? apakah menu yang anda pesan sesuai dengan ekspektasi anda ?
3. Apakah anda mau merekomendasikan Kopi Konnichiwa ke kerabat anda ?
4. Apakah anda akan datang kembali ke Kopi Konnichiwa dalam waktu dekat ini ?
5. Apakah anda bersedia untuk mengisi kuesioner mengenai loyalitas pelanggan di Kopi Konnichiwa ?

Jawaban :

1. Saya sudah mengunjungi Kopi Konnichiwa 10 kali.
2. Saya sering memesan menu Java Latte, dan minuman yang disajikan sesuai dengan ekspektasi saya.
3. Saya akan merekomendasikan Kopi Konnichiwa ke kerabat dekat saya.
4. Saya akan datang lagi minggu depan.
5. Ya, saya bersedia.

Lampiran 3

Tabel Daftar Populasi Konsumen

No.	Nama	Sudah berapa kali anda membeli kopi di Kopi Konnichiwa
1	Calviana	Lebih dari 10 kali
2	Andre	1-3 kali
3	Makael	Lebih dari 10 kali
4	Christian Forlan Pranata	1-3 kali
5	Nathasya	3-5 kali
6	Kevin Listianto Halim	1-3 kali
7	Yoga Wira Saputra	Lebih dari 10 kali
8	Bima	1-3 kali
9	Karina	Lebih dari 10 kali
10	kenie	1-3 kali
11	Ko Aphen	1-3 kali
12	Josie	1-3 kali
13	Devianie Stevanie	5-10 kali
14	Catrine	Lebih dari 10 kali
15	Feby	1-3 kali
16	valerie a e	1-3 kali
17	Katherine	Lebih dari 10 kali
18	Thetrand Lautania	1-3 kali
19	Dharma	Lebih dari 10 kali
20	Revina Meideline Haryanto	Lebih dari 10 kali
21	Daniel	1-3 kali
22	Monica Chandra	1-3 kali
23	janice	3-5 kali
24	sopo	1-3 kali
25	Panji	1-3 kali
26	Dalvin Kristian	3-5 kali
27	Jemi	3-5 kali
28	Al	Lebih dari 10 kali
29	Rivaldo Patar	Lebih dari 10 kali
30	fransisca margaretha	5-10 kali
31	Lionard kamadjaja	3-5 kali
32	Roni	1-3 kali
33	Puti	3-5 kali
34	Rudi	3-5 kali
35	Mahesa	1-3 kali
36	Joko	1-3 kali
37	Caroline	Lebih dari 10 kali
38	Sagi pratama s	1-3 kali
39	Vincent	5-10 kali
40	Dede Angie	Lebih dari 10 kali
41	Owen	Lebih dari 10 kali
42	Gilberto Amaros	3-5 kali

No.	Nama	Sudah berapa kali anda membeli kopi di Kopi Konnichiwa
43	CiNdY T	3-5 kali
44	Lenny Wijaya	1-3 kali
45	Leonard Sylvanus	1-3 kali
46	Marcellino	1-3 kali
47	Jhonny	5-10 kali
48	Tan	Lebih dari 10 kali
49	Ajay Susanto	Lebih dari 10 kali
50	Mario	3-5 kali
51	Yohandra	1-3 kali
52	Meljen	1-3 kali
53	Theressa Ayu	5-10 kali
54	Marshell Aria Perdana	3-5 kali
55	Alwi	1-3 kali
56	Sugi	3-5 kali
57	Charles Liustanto	Lebih dari 10 kali
58	Lionel	3-5 kali
59	vanessa octaviani	Lebih dari 10 kali
60	Caroline	3-5 kali
61	Didi	5-10 kali
62	Revaldy	1-3 kali
63	Yehezkiel Rafael Rarung	1-3 kali
64	Theressa Carolin Santoso	Lebih dari 10 kali
65	Geraldo	1-3 kali
66	Jonathan Michael Christian	3-5 kali
67	Jordi	1-3 kali
68	Chris	Lebih dari 10 kali
69	veny	1-3 kali
70	Manda Sirait	3-5 kali
71	Martinus Jerry	5-10 kali
72	Theresya Denanda	Lebih dari 10 kali
73	Evrillie Berlintan Priyanto	5-10 kali
74	mell	1-3 kali
75	Rian Setiawan Jhodi	1-3 kali
76	Ayu	Lebih dari 10 kali
77	Nur Sofiyulloh Nafan	1-3 kali
78	Santa	5-10 kali
79	Yosean	3-5 kali
80	Gregorius satria adjie	1-3 kali
81	Santi	1-3 kali
82	Rico Hendrawan	3-5 kali
83	Filbert	3-5 kali
84	Wahyu	3-5 kali
85	Mike	3-5 kali
86	latu	1-3 kali
87	Ersita	1-3 kali

No.	Nama	Sudah berapa kali anda membeli kopi di Kopi Konnichiwa
88	Wahyu ramdhani	1-3 kali
89	Bintang Ananda	Lebih dari 10 kali
90	Sumita	1-3 kali
91	Rafael Prasandi	Lebih dari 10 kali
92	Richard V	1-3 kali
93	Julyanto	1-3 kali
94	Janto	1-3 kali
95	Nicky	5-10 kali
96	Dian Arini	5-10 kali
97	rio	1-3 kali
98	Geovanny Cellyn Natalia	3-5 kali
99	INA YUNITA	Lebih dari 10 kali
100	Roselyn	3-5 kali
101	Raka	1-3 kali
102	Yulia	Lebih dari 10 kali
103	Aprilyana Wijaya	1-3 kali
104	Joan aurelia	Lebih dari 10 kali
105	Gladis Gabriele	1-3 kali
106	Filbert	5-10 kali
107	James	3-5 kali
108	Justin	1-3 kali
109	Gabriella keisya wijaya	Lebih dari 10 kali
110	brainard	1-3 kali
111	Eddo	1-3 kali
112	Nida A'maliah	1-3 kali
113	Cindy	3-5 kali
114	Sylvain	1-3 kali
115	suhaeni	Lebih dari 10 kali
116	delvia	1-3 kali
117	Fordito Tanjudin	Lebih dari 10 kali
118	Kristanto	3-5 kali
119	Nita	5-10 kali
120	Sherin	3-5 kali
121	Nando	1-3 kali
122	Melyanti Hakim	1-3 kali
123	Brigita Kezia	3-5 kali
124	Dominikus Julianus Ola Tukan	1-3 kali
125	Juni	5-10 kali
126	Chandra Surya Wijaya	3-5 kali
127	maria bella kusmara hadi	3-5 kali
128	Luthfiah Aisyah R	Lebih dari 10 kali
129	genoveva	Lebih dari 10 kali
130	Yovita	1-3 kali
131	devita angela	1-3 kali

No.	Nama	Sudah berapa kali anda membeli kopi di Kopi Konnichiwa
132	Sisca	1-3 kali
133	Dewi	3-5 kali
134	Natalia Halim	1-3 kali
135	Olivia Agatha Chandra	1-3 kali
136	natasha grace	5-10 kali
137	Lea	5-10 kali
138	Cavin Manuel	3-5 kali
139	Dishiyosi	1-3 kali
140	ketrin	Lebih dari 10 kali
141	Jessica sheviana	Lebih dari 10 kali
142	LIONAR PUTRA (KOPLAK)	3-5 kali
143	Lius	3-5 kali
144	Cynthia	Lebih dari 10 kali
145	sam wib	Lebih dari 10 kali
146	Uwa	1-3 kali
147	folma	3-5 kali
148	Elsa	1-3 kali
149	Jess	1-3 kali
150	Lavenia Kathleen	5-10 kali
151	Nuel	1-3 kali
152	marsha	1-3 kali
153	Nelson	1-3 kali
154	A	3-5 kali
155	Karo	1-3 kali
156	Alberto	5-10 kali
157	dominic	5-10 kali
158	Ivone	3-5 kali
159	Setiawan	3-5 kali
160	Kevin saputra	3-5 kali
161	Reny	1-3 kali
162	AJAX F	Lebih dari 10 kali
163	Aurel	3-5 kali
164	Jodi	1-3 kali
165	Lius	3-5 kali
166	Sera	1-3 kali
167	Alam	5-10 kali
168	sandrinaaa	1-3 kali
169	Andry	1-3 kali
170	raka	1-3 kali
171	Agus	Lebih dari 10 kali
172	Vina	Lebih dari 10 kali
173	Pratiwi	5-10 kali
174	Yeremia Gunawan	1-3 kali
175	Anton	1-3 kali

Lampiran 4

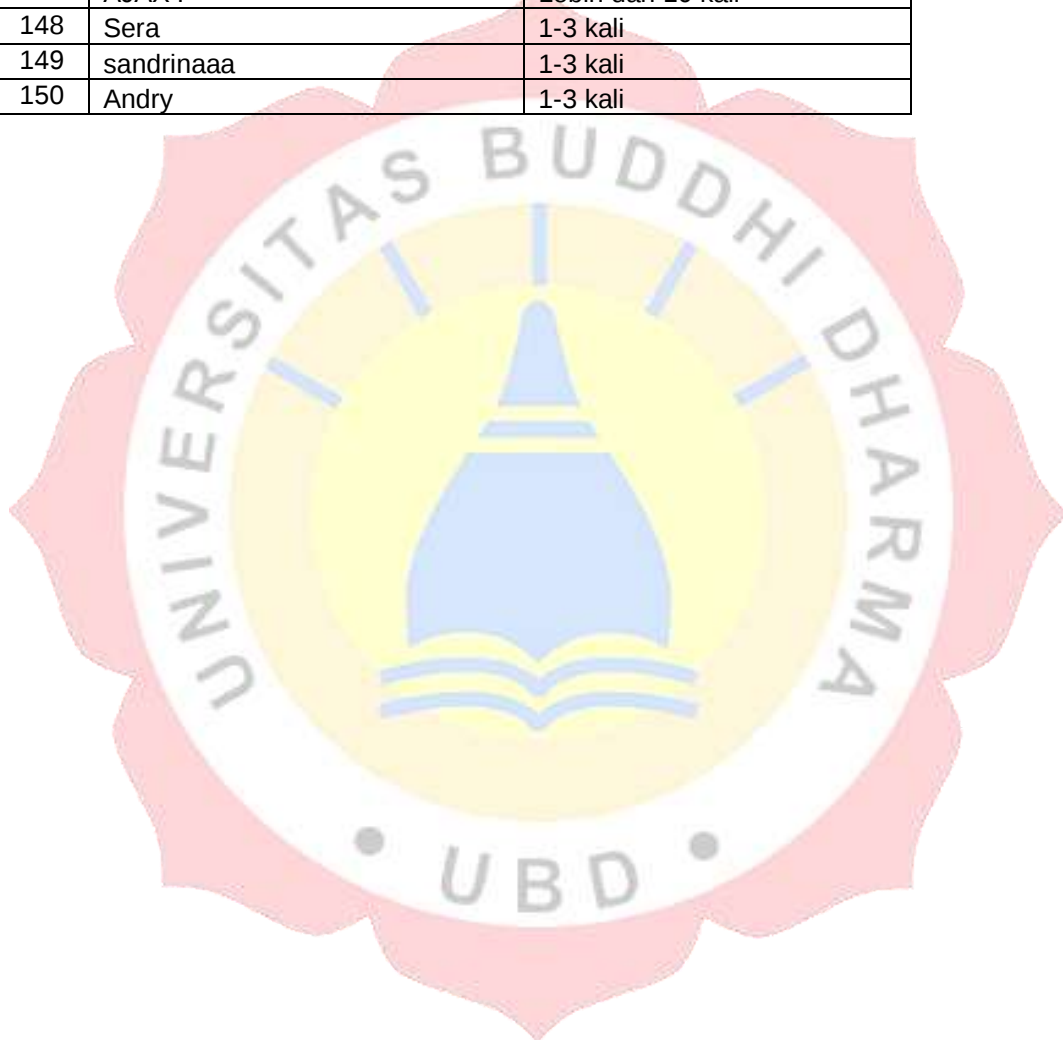
Tabel Daftar Sampel

No	Nama	Intensitas pembelian Kopi
1	Calviana	Lebih dari 10 kali
2	Andre	1-3 kali
3	Makael	Lebih dari 10 kali
4	Christian Forlan Pranata	1-3 kali
5	Nathasya	3-5 kali
6	Kevin Listianto Halim	1-3 kali
7	Yoga Wira Saputra	Lebih dari 10 kali
8	Bima	1-3 kali
9	Karina	Lebih dari 10 kali
10	Ko Aphen	1-3 kali
11	Josie	1-3 kali
12	Devianie Stevanie	5-10 kali
13	Catrine	Lebih dari 10 kali
14	Feby	1-3 kali
15	valerie a e	1-3 kali
16	Katherine	Lebih dari 10 kali
17	Thetrand Lautania	1-3 kali
18	Dharma	Lebih dari 10 kali
19	Revina Meideline Haryanto	Lebih dari 10 kali
20	Daniel	1-3 kali
21	Monica Chandra	1-3 kali
22	janice	3-5 kali
23	Panji	1-3 kali
24	Dalvin Kristian	3-5 kali
25	Al	Lebih dari 10 kali
26	Rivaldo Patar	Lebih dari 10 kali
27	fransisca margaretha	5-10 kali
28	Lionard kamadjaja	3-5 kali
29	Puti	3-5 kali
30	Mahesa	1-3 kali
31	Caroline	Lebih dari 10 kali
32	Sagi pratama s	1-3 kali
33	Vincent	5-10 kali
34	Dede Angie	Lebih dari 10 kali
35	Owen	Lebih dari 10 kali
36	Gilberto Amaros	3-5 kali
37	CiNdY T	3-5 kali
38	Lenny Wijaya	1-3 kali
39	Leonard Sylvanus	1-3 kali
40	Marcellino	1-3 kali
41	Jhonny	5-10 kali
42	Tan	Lebih dari 10 kali
43	Ajay Susanto	Lebih dari 10 kali
44	Mario	3-5 kali

No	Nama	Intensitas pembelian Kopi
45	Yohandra	1-3 kali
46	Meljen	1-3 kali
47	Theressa Ayu	5-10 kali
48	Marshell Aria Perdana	3-5 kali
49	Charles Liustanto	Lebih dari 10 kali
50	Lionel	3-5 kali
51	vanessa octaviani	Lebih dari 10 kali
52	Didi	5-10 kali
53	Revaldy	1-3 kali
54	Yehezkiel Rafael Rarung	1-3 kali
55	Theressa Carolin Santoso	Lebih dari 10 kali
56	Geraldo	1-3 kali
57	Jonathan Michael Christian	3-5 kali
58	Jordi	1-3 kali
59	Chris	Lebih dari 10 kali
60	veny	1-3 kali
61	Manda Sirait	3-5 kali
62	Martinus Jerry	5-10 kali
63	Theresya Denanda	Lebih dari 10 kali
64	Evrillie Berlintan Priyanto	5-10 kali
65	mell	1-3 kali
66	Rian Setiawan Jhodi	1-3 kali
67	Ayu	Lebih dari 10 kali
68	Nur Sofiyulloh Nafan	1-3 kali
69	Yosean	3-5 kali
70	Gregorius satria adjie	1-3 kali
71	Rico Hendrawan	3-5 kali
72	Filbert	3-5 kali
73	Wahyu	3-5 kali
74	Mike	3-5 kali
75	latu	1-3 kali
76	Ersita	1-3 kali
77	Wahyu ramdhani	1-3 kali
78	Bintang Ananda	Lebih dari 10 kali
79	Rafael Prasandi	Lebih dari 10 kali
80	Richard V	1-3 kali
81	Julyanto	1-3 kali
82	Nicky	5-10 kali
83	Dian Arini	5-10 kali
84	rio	1-3 kali
85	Geovanny Cellyn Natalia	3-5 kali
86	INA YUNITA	Lebih dari 10 kali
87	Roselyn	3-5 kali
88	Raka	1-3 kali
89	Yulia	Lebih dari 10 kali
90	Aprilyana Wijaya	1-3 kali
91	Joan aurelia	Lebih dari 10 kali

No	Nama	Intensitas pembelian Kopi
92	Gladis Gabriele	1-3 kali
93	Filbert	5-10 kali
94	James	3-5 kali
95	Justin	1-3 kali
96	Gabriella keisya wijaya	Lebih dari 10 kali
97	brainard	1-3 kali
98	Eddo	1-3 kali
99	Nida A'maliah	1-3 kali
100	Cindy	3-5 kali
101	Sylvain	1-3 kali
102	suhaeni	Lebih dari 10 kali
103	delvia	1-3 kali
104	Fordito Tanjudin	Lebih dari 10 kali
105	Kristanto	3-5 kali
106	Nita	5-10 kali
107	Sherin	3-5 kali
108	Nando	1-3 kali
109	Melyanti Hakim	1-3 kali
110	Brigita Kezia	3-5 kali
111	Dominikus Julianus Ola Tukan	1-3 kali
112	Juni	5-10 kali
113	Chandra Surya Wijaya	3-5 kali
114	maria bella kusmara hadi	3-5 kali
115	Luthfiah Aisyah R	Lebih dari 10 kali
116	genoveva	Lebih dari 10 kali
117	Yovita	1-3 kali
118	devita angela	1-3 kali
119	Sisca	1-3 kali
120	Dewi	3-5 kali
121	Natalia Halim	1-3 kali
122	Olivia Agatha Chandra	1-3 kali
123	natasha grace	5-10 kali
124	Lea	5-10 kali
125	Cavin Manuel	3-5 kali
126	Dishiyosi	1-3 kali
127	ketrin	Lebih dari 10 kali
128	Jessica sheviana	Lebih dari 10 kali
129	LIONAR PUTRA (KOPLAK)	3-5 kali
130	Lius	3-5 kali
131	Cynthia	Lebih dari 10 kali
132	sam wib	Lebih dari 10 kali
133	folma	3-5 kali
134	Elsa	1-3 kali
135	Jess	1-3 kali
136	Lavenia Kathleen	5-10 kali
137	Nuel	1-3 kali
138	marsha	1-3 kali

No	Nama	Intensitas pembelian Kopi
139	Nelson	1-3 kali
140	A	3-5 kali
141	Karo	1-3 kali
142	Alberto	5-10 kali
143	dominic	5-10 kali
144	Ivone	3-5 kali
145	Kevin saputra	3-5 kali
146	Reny	1-3 kali
147	AJAX F	Lebih dari 10 kali
148	Sera	1-3 kali
149	sandrinaaa	1-3 kali
150	Andry	1-3 kali



Lampiran 5

Data Tabulasi Kualitas Produk

No Responden	X1										Total
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
2	3	4	3	2	4	5	4	3	5	4	37
3	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	43
4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	45
5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	44
6	3	3	3	3	3	3	3	3	4	5	33
7	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	45
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
9	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	47
10	4	4	1	5	5	4	4	4	5	5	41
11	4	4	4	4	5	5	5	3	4	5	43
12	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	46
13	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	47
14	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
16	5	5	3	4	5	5	4	5	5	3	44
17	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	38
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
19	4	4	5	4	5	5	4	5	5	3	44
20	4	5	3	4	4	5	4	3	3	4	39
21	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	36
22	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
23	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	45
24	4	4	5	3	4	5	4	4	2	5	40
25	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
26	4	3	5	4	3	4	5	5	5	5	43
27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
28	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	40
29	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
30	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	41
31	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	47
32	4	5	3	4	3	5	5	4	4	4	41
33	3	4	4	5	5	4	4	4	4	5	42
34	5	4	3	4	5	5	4	4	5	3	42
35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
36	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	42
37	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	44
38	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	43
39	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	46
40	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	43
41	5	4	1	5	5	4	4	5	4	4	41
42	5	5	3	4	5	5	5	4	5	5	46
43	4	4	3	5	5	5	3	4	4	5	42

No Responden	X1										Total
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
45	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
46	4	4	3	4	5	5	4	4	3	5	41
47	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	47
48	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3	41
49	3	4	3	4	2	3	2	4	5	2	32
50	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	42
51	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
52	4	4	5	5	4	5	5	4	3	4	43
53	4	4	3	5	4	4	4	4	3	5	40
54	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
55	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	47
56	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	46
57	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	48
58	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	42
59	5	3	4	3	4	4	4	4	4	4	39
60	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
61	4	5	5	3	4	5	2	4	5	5	42
62	4	5	4	4	5	4	4	3	4	3	40
63	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
64	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	48
65	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	44
66	4	4	5	3	4	5	4	4	3	5	41
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
68	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
69	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	36
70	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
71	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	42
72	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	44
73	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41
74	4	4	5	5	5	5	3	4	4	5	44
75	4	4	3	5	5	3	4	4	5	4	41
76	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
77	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
78	3	4	3	5	4	5	4	4	5	4	41
79	2	2	3	4	2	2	4	1	2	5	27
80	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
81	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	46
82	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	48
83	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	46
84	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
85	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	45
86	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
87	4	4	3	3	4	4	4	4	4	5	39
88	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	35
89	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
90	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	36

No Responden	X1										Total
91	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	46
92	4	4	3	5	4	5	5	4	3	3	40
93	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	46
94	4	4	4	4	4	5	3	3	4	4	39
95	4	3	3	4	4	4	4	5	3	5	39
96	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	45
97	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	45
98	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	44
99	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
100	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
101	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
102	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
103	4	4	3	5	5	5	5	4	4	4	43
104	2	2	2	2	1	3	5	3	3	5	28
105	4	5	4	4	5	5	5	2	5	4	43
106	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	36
107	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	42
108	5	4	3	4	4	5	5	5	4	4	43
109	4	4	5	4	4	3	4	4	3	5	40
110	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	43
111	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	31
112	4	4	2	4	3	4	3	4	4	3	35
113	4	4	3	4	4	4	5	5	4	4	41
114	4	2	5	5	3	4	4	5	5	5	42
115	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	48
116	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
117	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
118	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
119	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	43
120	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	47
121	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
122	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	43
123	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
124	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
125	4	4	5	4	4	5	3	5	4	5	43
126	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
127	4	4	5	3	4	4	4	4	5	5	42
128	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
129	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
130	4	3	5	3	4	5	5	4	3	4	40
131	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	38
132	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	43
133	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	38
134	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
135	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	36
136	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	43
137	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	42

No Responden	X1										Total
138	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
139	4	4	4	4	4	5	5	4	3	4	41
140	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	32
141	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
142	4	4	3	5	4	4	4	4	5	5	42
143	4	5	2	3	4	3	4	3	2	3	33
144	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
145	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39
146	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	42
147	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	37
148	5	4	1	5	3	5	4	5	5	3	40
149	4	3	2	4	4	4	4	4	3	5	37
150	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	47



Data Tabulasi Inovasi Produk

No Responden	X2										Total
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
2	4	5	4	4	5	3	4	5	3	4	41
3	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	47

No Responden	X2										Total
51	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	45
52	3	4	4	5	5	5	4	4	4	4	42
53	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	42
54	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	46
55	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	48
56	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	46
57	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
58	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	36
59	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	42
60	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
61	4	3	4	5	4	5	4	5	4	3	41
62	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	37
63	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
64	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	43
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
66	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	44
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
68	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
69	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
70	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
71	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
72	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	43
73	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	42
74	5	3	4	4	5	5	4	5	5	5	45
75	4	3	4	5	2	3	2	1	2	4	30
76	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
77	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
78	4	3	5	5	5	4	4	4	5	4	43
79	3	3	2	3	4	2	1	4	3	2	27
80	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
81	4	4	4	4	5	4	4	4	3	3	39
82	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	46
83	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	42
84	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	42
85	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	45
86	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
87	5	4	5	3	3	4	3	3	4	4	38
88	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	36
89	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	44
90	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	36
91	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	47
92	3	4	2	3	2	2	2	2	4	3	27
93	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	43
94	4	4	3	3	4	4	3	4	5	4	38
95	4	4	3	4	4	4	4	3	4	5	39
96	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
97	3	4	4	4	5	4	5	4	3	2	38

No Responden	X3										Total
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
10	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	42
11	4	4	4	5	5	4	3	5	5	4	43
12	4	5	5	5	4	5	5	3	5	4	45
13	3	4	5	5	5	5	5	5	5	4	46
14	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	38
15	4	5	4	4	4	4	5	5	4	3	42
16	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	44
17	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	35
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
19	4	4	4	5	5	5	5	5	4	3	44
20	5	4	4	5	5	4	3	4	5	3	42
21	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39
22	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	44
23	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	44
24	3	5	4	4	4	5	4	4	4	5	42
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
26	5	5	5	3	5	5	5	4	3	5	45
27	3	5	5	5	4	4	5	4	5	4	44
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
29	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
30	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	43
31	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
32	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	46
33	5	4	5	4	4	4	5	5	4	3	43
34	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	44
35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
36	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	37
37	5	2	5	4	4	4	4	4	5	2	39
38	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	45
39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
40	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	42
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
42	3	4	4	4	4	2	4	3	3	3	34
43	4	5	5	4	3	3	4	3	4	3	38
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
45	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
46	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	40
47	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	44
48	3	4	4	4	4	5	4	4	5	4	41
49	2	2	4	5	4	3	5	4	5	1	35
50	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
51	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
52	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	40
53	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	46
54	4	5	5	5	4	5	4	3	5	5	45
55	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	45

No Responden	X3										Total
56	3	4	3	4	4	4	5	5	4	3	39
57	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
58	4	4	3	4	5	3	4	3	3	3	36
59	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	44
60	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
61	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	42
62	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	41
63	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
64	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	45
65	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41
66	4	4	3	3	3	5	5	5	4	5	41
67	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	38
68	3	4	5	4	4	4	5	4	5	4	42
69	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
70	5	5	5	5	4	3	4	4	5	5	45
71	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
72	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	47
73	4	4	3	5	4	4	5	5	5	3	42
74	5	5	5	3	3	2	3	5	5	3	39
75	3	2	3	4	5	4	4	5	3	3	36
76	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
77	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
78	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	44
79	2	2	5	4	4	5	3	4	4	3	36
80	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
81	4	4	4	4	5	3	4	4	4	5	41
82	3	4	5	4	5	5	5	5	5	5	46
83	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
84	3	4	5	5	4	4	4	4	4	4	41
85	4	5	5	5	3	4	5	4	4	4	43
86	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49
87	4	4	3	5	3	3	4	4	5	3	38
88	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	34
89	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
90	4	3	4	3	3	2	3	2	4	4	32
91	5	4	4	4	4	3	4	3	3	3	37
92	3	4	4	4	3	3	4	3	5	3	36
93	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	42
94	5	4	5	3	4	4	3	3	4	3	38
95	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	35
96	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
97	3	4	5	5	5	4	4	4	4	4	42
98	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
99	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
100	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	38
101	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
102	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	46

[illegible]

No Responden	X3										Total
150	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50



No Responden	Y										Total
	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	Y1.8	Y1.9	Y1.10	
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
2	4	3	3	4	3	2	3	2	3	4	31
3	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	40
4	5	3	4	4	4	4	5	4	5	4	42
5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
6	4	4	4	5	5	5	4	4	3	4	42
7	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	45
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
10	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	38
11	4	3	5	5	3	4	4	5	4	5	42
12	5	4	4	4	5	2	4	2	2	5	37

No Responden	Y										Total
13	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	42
14	3	3	3	3	2	2	2	1	2	3	24
15	5	4	4	5	5	5	3	5	5	5	46
16	5	5	3	5	5	5	5	4	3	5	45
17	3	3	4	3	3	2	3	3	2	3	29
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
19	5	5	4	5	3	3	4	2	3	5	39
20	3	2	2	3	1	2	2	3	3	3	24
21	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	43
22	5	5	5	5	3	5	4	4	5	5	46
23	4	4	4	5	5	4	5	4	1	5	41
24	4	1	3	2	3	3	2	1	2	3	24
25	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
26	5	3	3	4	4	3	5	5	5	5	42
27	5	4	3	4	3	3	3	3	3	5	36
28	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	41
29	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
30	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
31	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	40
32	4	4	5	3	4	5	4	4	5	4	42
33	5	3	2	3	3	3	4	3	2	4	32
34	5	4	3	4	3	4	3	3	2	4	35
35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
36	3	3	3	4	3	3	2	3	3	4	31
37	4	2	4	4	3	3	3	2	4	4	33
38	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	44
39	4	3	3	5	3	2	4	5	4	3	36
40	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	44
41	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39
42	5	5	3	3	4	4	3	5	5	5	42
43	5	3	2	3	2	3	3	2	2	3	28
44	4	3	3	3	2	2	2	2	1	3	25
45	3	2	2	3	2	2	3	2	2	3	24
46	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	37
47	4	4	4	4	2	3	2	2	2	4	31
48	4	3	3	4	3	3	3	5	3	4	35
49	2	1	3	3	2	3	3	1	4	4	26
50	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
51	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
52	4	3	4	5	4	4	4	5	4	4	41
53	5	3	3	4	2	3	3	3	3	4	33
54	4	5	3	5	5	4	5	3	5	4	43
55	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
56	4	4	4	4	5	5	3	3	3	4	39
57	4	2	4	3	4	5	5	5	4	5	41
58	4	3	2	4	3	3	3	1	2	4	29
59	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	46

[illegible]

[illegible]



Lampiran 6

Hasil Uji Validitas

Item-Total Statistics Variabel Kualitas Produk (X1)

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	38.17	21.017	.756	.686	.854
X1.2	38.22	21.327	.674	.616	.860
X1.3	38.43	21.106	.415	.210	.886
X1.4	38.14	21.370	.596	.402	.865
X1.5	38.10	20.372	.736	.617	.854
X1.6	38.01	21.255	.674	.503	.860
X1.7	38.06	21.681	.569	.347	.867
X1.8	38.15	20.909	.677	.556	.859
X1.9	38.17	20.999	.609	.417	.864
X1.10	38.09	22.563	.431	.233	.876

Item-Total Statistics Variabel Inovasi Produk (X2)

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	37.80	23.879	.570	.439	.893
X2.2	37.77	23.885	.562	.435	.893
X2.3	37.73	22.962	.725	.563	.883
X2.4	37.68	23.776	.581	.417	.892
X2.5	37.71	22.893	.660	.456	.887
X2.6	37.69	23.196	.655	.490	.887
X2.7	37.74	22.435	.714	.548	.883
X2.8	37.79	22.917	.648	.469	.888
X2.9	37.73	22.777	.667	.565	.887
X2.10	37.77	22.918	.673	.556	.886



Item-Total Statistics Variabel Strategi Pemasaran (X3)

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	37.85	20.381	.557	.395	.870
X3.2	37.69	21.277	.554	.431	.869
X3.3	37.59	22.392	.423	.312	.877
X3.4	37.57	21.293	.617	.478	.865
X3.5	37.65	20.886	.674	.532	.861
X3.6	37.76	19.929	.676	.583	.859
X3.7	37.65	20.780	.678	.497	.860
X3.8	37.70	20.735	.611	.474	.865
X3.9	37.61	20.750	.593	.397	.866
X3.10	37.97	19.556	.659	.511	.861

Item-Total Statistics Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y.1	34.08	51.873	.625	.480	.940
Y.2	34.50	47.728	.792	.661	.932
Y.3	34.51	48.668	.717	.543	.936
Y.4	34.13	50.868	.733	.589	.936
Y.5	34.52	47.191	.812	.737	.931
Y.6	34.58	47.306	.803	.697	.932
Y.7	34.53	46.197	.840	.740	.930
Y.8	34.67	45.553	.808	.698	.932
Y.9	34.69	46.630	.727	.613	.936
Y.10	34.19	50.180	.763	.624	.934

Lampiran 7

Hasil Uji Reliabilitas

Kualitas Produk (X1)

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.876	.885	10

Inovasi Produk (X2)

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.898	.898	10

Strategi Pemasaran (X3)

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.877	.879	10

Loyalitas Pelanggan (Y)

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.940	.942	10

Lampiran 8

Hasil Uji Asumsi Klasik

Tabel Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		150
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	5.29587397
Most Extreme Differences	Absolute	.113
	Positive	.062
	Negative	-.113
Test Statistic		.113
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 ^c

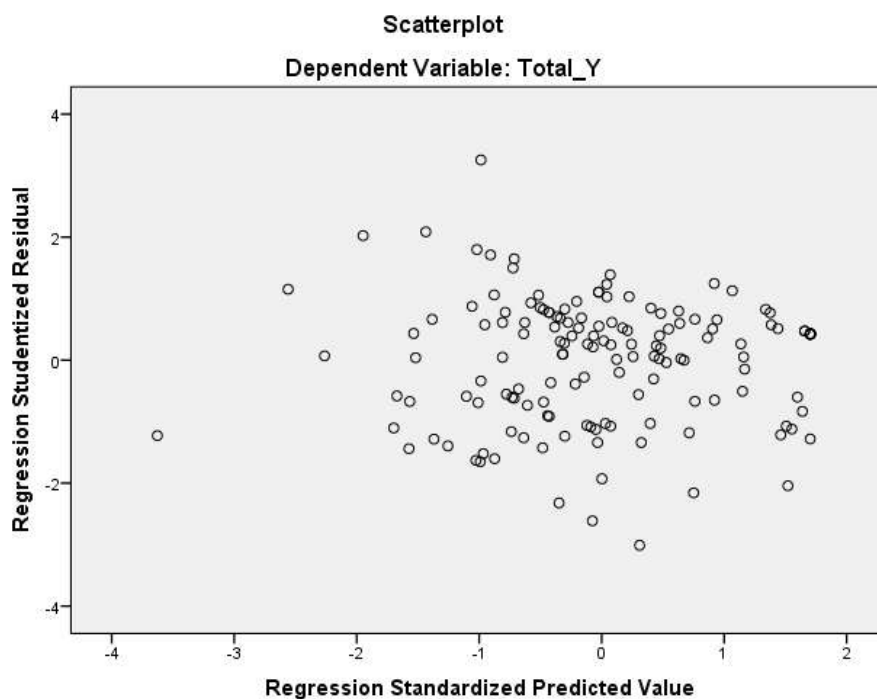
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.073 ^d
99% Confidence Interval	Lower Bound	.019
	Upper Bound	.128

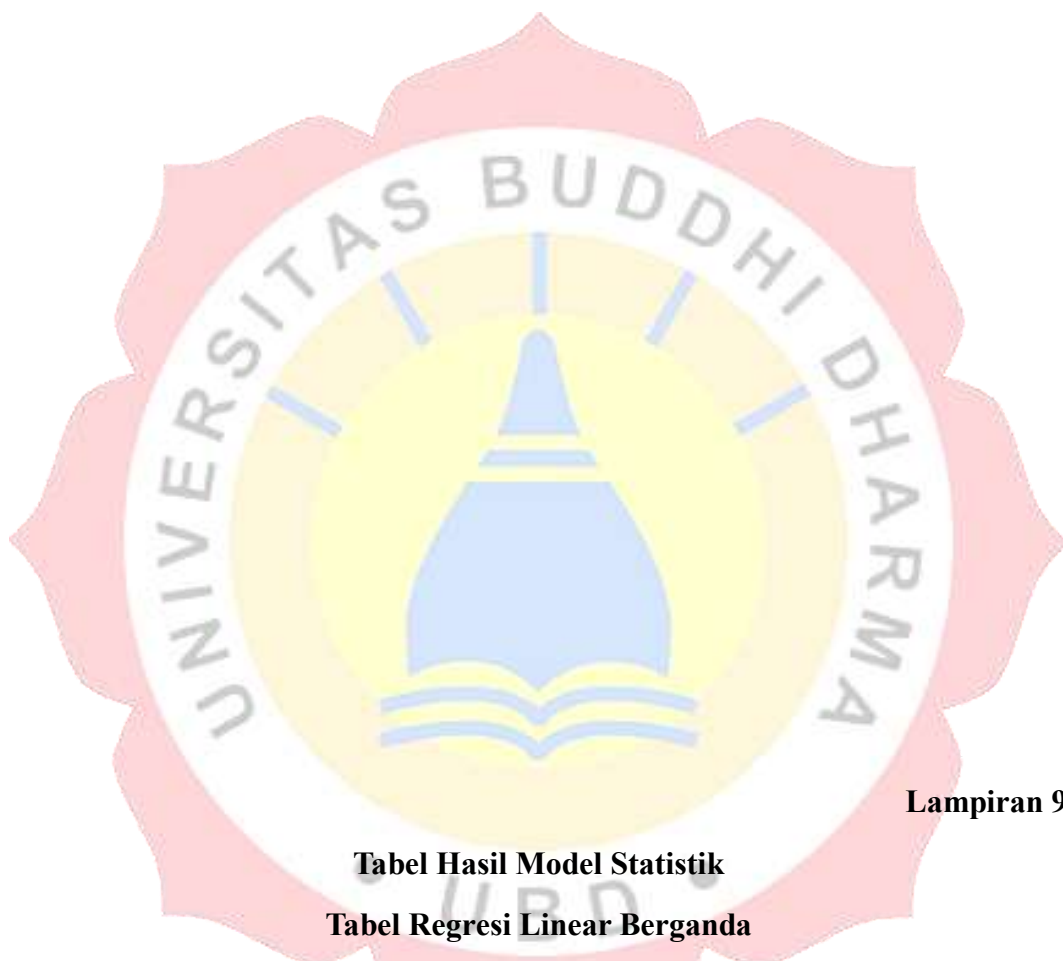
**Tabel Uji Multikolinearitas
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-11.656	3.979		-2.929	.004		
Total_X1	.253	.145	.168	1.751	.082	.354	2.821
Total_X2	.355	.141	.245	2.524	.013	.344	2.906
Total_X3	.580	.139	.380	4.166	.000	.391	2.558



Grafik Heteroskedastisitas





Lampiran 9

Tabel Hasil Model Statistik

Tabel Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-11.656	3.979		-2.929	.004		
Total_X1	.253	.145	.168	1.751	.082	.354	2.821
Total_X2	.355	.141	.245	2.524	.013	.344	2.906
Total_X3	.580	.139	.380	4.166	.000	.391	2.558

Tabel Koefisien Korelasi X Terhadap Y

Correlations					
		Total_X1	Total_X2	Total_X3	Total_Y
Total_X1	Pearson Correlation	1	.694**	.660**	.280**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.001
	N	150	150	150	150
Total_X2	Pearson Correlation	.694**	1	.738**	.654**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	150	150	150	150
Total_X3	Pearson Correlation	.660**	.738**	1	.683**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	150	150	150	150
Total_Y	Pearson Correlation	.280**	.654**	.683**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	
	N	150	150	150	150

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

Tabel Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.798 ^a	.636	.629	4.684	.636	85.185	3	146	.000



Lampiran 10

Hasil Uji Hipotesis
Tabel Uji Parsial X1 Terhadap Y

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	21.993	4.618		4.763	.000
Total X1	.384	.108	.280	3.555	.001

Tabel Uji Parsial X2 Terhadap Y

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1.391	3.801		-.366	.715
Total X2	.946	.090	.654	10.516	.000

Tabel Uji Parsial X3 Terhadap Y

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-5.447	3.871		-1.407	.162
Total X3	1.043	.092	.683	11.373	.000

Tabel Uji Simultan

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	5607.656	3	1869.219	85.185	.000 ^b
Residual	3203.677	146	21.943		
Total	8811.333	149			

Lampiran 11

Tabel r untuk df = 101 – 150

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
101	0.1630	0.1937	0.2290	0.2528	0.3196
102	0.1622	0.1927	0.2279	0.2515	0.3181
103	0.1614	0.1918	0.2268	0.2504	0.3166
104	0.1606	0.1909	0.2257	0.2492	0.3152

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
105	0.1599	0.1900	0.2247	0.2480	0.3137
106	0.1591	0.1891	0.2236	0.2469	0.3123
107	0.1584	0.1882	0.2226	0.2458	0.3109
108	0.1576	0.1874	0.2216	0.2446	0.3095
109	0.1569	0.1865	0.2206	0.2436	0.3082
110	0.1562	0.1857	0.2196	0.2425	0.3068
111	0.1555	0.1848	0.2186	0.2414	0.3055
112	0.1548	0.1840	0.2177	0.2403	0.3042
113	0.1541	0.1832	0.2167	0.2393	0.3029
114	0.1535	0.1824	0.2158	0.2383	0.3016
115	0.1528	0.1816	0.2149	0.2373	0.3004
116	0.1522	0.1809	0.2139	0.2363	0.2991
117	0.1515	0.1801	0.2131	0.2353	0.2979
118	0.1509	0.1793	0.2122	0.2343	0.2967
119	0.1502	0.1786	0.2113	0.2333	0.2955
120	0.1496	0.1779	0.2104	0.2324	0.2943
121	0.1490	0.1771	0.2096	0.2315	0.2931
122	0.1484	0.1764	0.2087	0.2305	0.2920
123	0.1478	0.1757	0.2079	0.2296	0.2908
124	0.1472	0.1750	0.2071	0.2287	0.2897
125	0.1466	0.1743	0.2062	0.2278	0.2886
126	0.1460	0.1736	0.2054	0.2269	0.2875
127	0.1455	0.1729	0.2046	0.2260	0.2864
128	0.1449	0.1723	0.2039	0.2252	0.2853
129	0.1443	0.1716	0.2031	0.2243	0.2843
130	0.1438	0.1710	0.2023	0.2235	0.2832
131	0.1432	0.1703	0.2015	0.2226	0.2822
132	0.1427	0.1697	0.2008	0.2218	0.2811
133	0.1422	0.1690	0.2001	0.2210	0.2801
134	0.1416	0.1684	0.1993	0.2202	0.2791
135	0.1411	0.1678	0.1986	0.2194	0.2781
136	0.1406	0.1672	0.1979	0.2186	0.2771
137	0.1401	0.1666	0.1972	0.2178	0.2761
138	0.1396	0.1660	0.1965	0.2170	0.2752
139	0.1391	0.1654	0.1958	0.2163	0.2742
140	0.1386	0.1648	0.1951	0.2155	0.2733
141	0.1381	0.1642	0.1944	0.2148	0.2723

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
142	0.1376	0.1637	0.1937	0.2140	0.2714
143	0.1371	0.1631	0.1930	0.2133	0.2705
144	0.1367	0.1625	0.1924	0.2126	0.2696
145	0.1362	0.1620	0.1917	0.2118	0.2687
146	0.1357	0.1614	0.1911	0.2111	0.2678
147	0.1353	0.1609	0.1904	0.2104	0.2669
148	0.1348	0.1603	0.1898	0.2097	0.2660
149	0.1344	0.1598	0.1892	0.2090	0.2652
150	0.1339	0.1593	0.1886	0.2083	0.2643



Lampiran 12

Tabel Hasil Distribusi t Tabel

Titik Persentase Distribusi t (df = 121 –160)

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
121	0.67652	1.28859	1.65754	1.97976	2.35756	2.61707	3.15895

122	0.67651	1.28853	1.65744	1.97960	2.35730	2.61673	3.15838
123	0.67649	1.28847	1.65734	1.97944	2.35705	2.61639	3.15781
124	0.67647	1.28842	1.65723	1.97928	2.35680	2.61606	3.15726
125	0.67646	1.28836	1.65714	1.97912	2.35655	2.61573	3.15671
126	0.67644	1.28831	1.65704	1.97897	2.35631	2.61541	3.15617
127	0.67643	1.28825	1.65694	1.97882	2.35607	2.61510	3.15565
128	0.67641	1.28820	1.65685	1.97867	2.35583	2.61478	3.15512
129	0.67640	1.28815	1.65675	1.97852	2.35560	2.61448	3.15461
130	0.67638	1.28810	1.65666	1.97838	2.35537	2.61418	3.15411
131	0.67637	1.28805	1.65657	1.97824	2.35515	2.61388	3.15361
132	0.67635	1.28800	1.65648	1.97810	2.35493	2.61359	3.15312
133	0.67634	1.28795	1.65639	1.97796	2.35471	2.61330	3.15264
134	0.67633	1.28790	1.65630	1.97783	2.35450	2.61302	3.15217
135	0.67631	1.28785	1.65622	1.97769	2.35429	2.61274	3.15170
136	0.67630	1.28781	1.65613	1.97756	2.35408	2.61246	3.15124
137	0.67628	1.28776	1.65605	1.97743	2.35387	2.61219	3.15079
138	0.67627	1.28772	1.65597	1.97730	2.35367	2.61193	3.15034
139	0.67626	1.28767	1.65589	1.97718	2.35347	2.61166	3.14990
140	0.67625	1.28763	1.65581	1.97705	2.35328	2.61140	3.14947
141	0.67623	1.28758	1.65573	1.97693	2.35309	2.61115	3.14904
142	0.67622	1.28754	1.65566	1.97681	2.35289	2.61090	3.14862
143	0.67621	1.28750	1.65558	1.97669	2.35271	2.61065	3.14820
144	0.67620	1.28746	1.65550	1.97658	2.35252	2.61040	3.14779
145	0.67619	1.28742	1.65543	1.97646	2.35234	2.61016	3.14739
146	0.67617	1.28738	1.65536	1.97635	2.35216	2.60992	3.14699
147	0.67616	1.28734	1.65529	1.97623	2.35198	2.60969	3.14660
148	0.67615	1.28730	1.65521	1.97612	2.35181	2.60946	3.14621
149	0.67614	1.28726	1.65514	1.97601	2.35163	2.60923	3.14583
150	0.67613	1.28722	1.65508	1.97591	2.35146	2.60900	3.14545
151	0.67612	1.28718	1.65501	1.97580	2.35130	2.60878	3.14508
152	0.67611	1.28715	1.65494	1.97569	2.35113	2.60856	3.14471
153	0.67610	1.28711	1.65487	1.97559	2.35097	2.60834	3.14435
154	0.67609	1.28707	1.65481	1.97549	2.35081	2.60813	3.14400
155	0.67608	1.28704	1.65474	1.97539	2.35065	2.60792	3.14364
156	0.67607	1.28700	1.65468	1.97529	2.35049	2.60771	3.14330
157	0.67606	1.28697	1.65462	1.97519	2.35033	2.60751	3.14295
158	0.67605	1.28693	1.65455	1.97509	2.35018	2.60730	3.14261
159	0.67604	1.28690	1.65449	1.97500	2.35003	2.60710	3.14228
160	0.67603	1.28687	1.65443	1.97490	2.34988	2.60691	3.14195

Lampiran 13

Tabel Hasil Distribusi 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
136	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74
137	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
138	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
139	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
140	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
141	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
142	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
143	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
144	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
145	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
146	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.85	1.82	1.79	1.76	1.74
147	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
148	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
149	3.90	3.06	2.67	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
150	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
151	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
152	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
153	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.78	1.76	1.73
154	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.78	1.76	1.73
155	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.78	1.76	1.73
156	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.76	1.73
157	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.76	1.73
158	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
159	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
160	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
161	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
162	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
163	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
164	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
165	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
166	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
167	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
168	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
169	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
170	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73