

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner

AssalamualaikumWr.Wb,

Bersama ini saya mengharapkan bantuan Bapak/Ibu untuk mengisi kuesioner yang saya berikan. Adapun kuesioner ini merupakan survei tentang Pengaruh *Citra Merek* dan *Kepercayaan* terhadap *Loyalitas Konsumen* dengan *kepuasan konsumen* sebagai variabel interveningnya, pada produk Larissa Aesthetic Center yang akan digunakan sebagai bahan untuk membuat skripsi.

Atas perhatian dan kerja samanya saya mengucapkan terima kasih

Bagian I : Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
3. Usia :
4. Lama Pemakaian :

Isilah daftar pertanyaan di bawah ini yang sesuai dengan pengamatan keadaan yang sebenarnya.

Berikan tanda (X) pada kolom jawaban yang anda pilih dengan ketentuan :

SS = Sangat Setuju CS =Cukup Setuju STS = Sangat Tidak Setuju

S = Setuju TS = Tidak Setuju

No	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
		5	4	3	2	1
Citra Merek (CK)						
1	Larissa Aesthetic Center memiliki citra produk yang berkualitas dengan menggunakan bahan alami.					
2.	Larissa Aesthetic Center memiliki citra perusahaan yang bagus dan unggul.					
3	Larissa Aesthetic Center memberikan kesan profesional dalam setiap jasa yang ditawarkan .					
4	Larissa Aesthetic Center memberikan kesan modern dalam pelayanan maupun fasilitasnya.					
Kepercayaan (K)						
1	Larissa Aesthetic Center memiliki reputasi jasa yang mampu menarik para pelanggan.					
2	Larissa Aesthetic Center mampu memberikan kenyamanan dalam hal pelayanan.					
3	Larissa Aesthetic Center mampu memberikan manfaat atas jasa yang sesuai dengan keinginan pelanggan.					
4	Larissa Aesthetic Center selalu konsisten dalam menyediakan pelayanan yang berkualitas.					
Kepuasan Konsumen (KK)						
1	Produk dan jasa yang ditawarkan Larissa Aesthetic Center sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan.					
2	Saya merasa puas dengan hasil kinerja pegawainya yang sangat ramah.					

3	Saya akan membeli varian produk lain dari Larissa Aesthetic Center.					
4	Saya lebih memilih produk dan jasa dari Larissa Aesthetic Center dibanding dengan produk dan jasa dari Aesthetic lainnya.					
Loyalitas Pelanggan (LP)						
1	Saya akan merekomendasikan merek jasa Larissa Aesthetic Center kepada orang lain.					
2	Saya akan berbelanja atau menggunakan jasa Larissa Aesthetic Center di masa yang akan datang.					
3	Saya akan mengatakan hal yang positif tentang jasa dari Larissa Aesthetic Center.					
4	Saya akan tetap menjadi pelanggan Larissa Aesthetic Center meskipun harga dari jasa yang ditawarkan mengalami kenaikan.					

Lampiran 2. Uji Validitas dan Reliability Citra Merek

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,754	4

Correlations

		x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	citra merek
x1.1	Pearson Correlation	1	,589**	,433**	,421**	,706**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
x1.2	Pearson Correlation	,589**	1	,402**	,427**	,693**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
x1.3	Pearson Correlation	,433**	,402**	1	,627**	,867**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
x1.4	Pearson Correlation	,421**	,427**	,627**	1	,822**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
citra merek	Pearson Correlation	,706**	,693**	,867**	,822**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

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

Lampiran 3. Uji Validitas dan Realibility Kepercayaan

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,749	4

Correlations

		x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	kepercayaan
x2.1	Pearson Correlation	1	,670**	,399**	,421**	,829**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
x2.2	Pearson Correlation	,670**	1	,513**	,248*	,796**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,013	,000
	N	100	100	100	100	100
x2.3	Pearson Correlation	,399**	,513**	1	,322**	,733**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,001	,000
	N	100	100	100	100	100
x2.4	Pearson Correlation	,421**	,248*	,322**	1	,666**
	Sig. (2-tailed)	,000	,013	,001		,000
	N	100	100	100	100	100
kepercayaan	Pearson Correlation	,829**	,796**	,733**	,666**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

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

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

Lampiran 4. Uji Validitas dan Realibility Kepuasan Konsumen

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,680	4

Correlations

		y1.1	y1.2	y1.3	y1.4	kepuasan konsumen
y1.1	Pearson Correlation	1	,286**	,501**	,315**	,732**
	Sig. (2-tailed)		,004	,000	,001	,000
	N	100	100	100	100	100
y1.2	Pearson Correlation	,286**	1	,409**	,168	,666**
	Sig. (2-tailed)	,004		,000	,095	,000
	N	100	100	100	100	100
y1.3	Pearson Correlation	,501**	,409**	1	,410**	,812**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
y1.4	Pearson Correlation	,315**	,168	,410**	1	,649**
	Sig. (2-tailed)	,001	,095	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
kepuasan konsumen	Pearson Correlation	,732**	,666**	,812**	,649**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

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

Lampiran 5. Uji Validitas dan Reliability Loyalitas Pelanggan

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,768	4

Correlations

		y2.1	y2.2	y2.3	y2.4	loyalitas pelanggan
y2.1	Pearson Correlation	1	,588**	,359**	,425**	,784**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
y2.2	Pearson Correlation	,588**	1	,512**	,590**	,884**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
y2.3	Pearson Correlation	,359**	,512**	1	,210*	,655**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,036	,000
	N	100	100	100	100	100
y2.4	Pearson Correlation	,425**	,590**	,210*	1	,736**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,036		,000
	N	100	100	100	100	100
loyalitas pelanggan	Pearson Correlation	,784**	,884**	,655**	,736**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

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

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

Lampiran 6. Uji Asumsi Klasik

Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	Unstandardized Residual
N		100	100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000	,0000000
	Std. Deviation	1,00880363	,92962042
Most Extreme Differences	Absolute	,112	,089
	Positive	,083	,089
	Negative	-,112	-,050
Kolmogorov-Smirnov Z		1,116	,888
Asymp. Sig. (2-tailed)		,166	,410

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 citra merek	,711	1,406
Kepercayaan	,711	1,406

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen

Coefficientsa

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 citra merek	,704	1,420
Kepercayaan	,363	2,752
kepuasan konsumen	,399	2,507

a. Dependent Variable: loyalitas pelanggan

Heterokedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,426	,738		3,288	,001
	citra merek	-,015	,035	-,049	-,421	,675
	kepercayaan	-,079	,047	-,195	-1,664	,099

a. Dependent Variable: absres1

Coefficientsa

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,225	,243		,927	,356
	citra merek	,000	,011	-,003	-,022	,983
	kepercayaan	-,008	,020	-,069	-,406	,686
	kepuasan konsumen	,009	,020	,073	,450	,654

a. Dependent Variable: absres2

Lampiran 7. Analisis Regresi Linier Berganda

Model 1

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,240	1,139		3,723	,000
	citra merek	,052	,053	,074	3,977	,031
	kepercayaan	,706	,073	,733	9,636	,000

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen

Model 2

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,304	1,128		1,156	,250
	citra merek	,392	,050	,509	7,867	,000
	kepercayaan	,239	,095	,226	2,511	,014
	kepuasan konsumen	,286	,094	,261	3,041	,003

a. Dependent Variable: loyalitas pelanggan

Lampiran 8. Koefisien Determinasi

Model 1

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,775 ^a	,601	,593	1,01915

a. Predictors: (Constant), kepercayaan, citra merek

Model 2

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,847 ^a	,717	,709	,94403

a. Predictors: (Constant), kepuasan konsumen, citra merek, kepercayaan

Uji F (Uji model)

Model 1

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	151,809	2	75,905	73,079	,000 ^a
	Residual	100,751	97	1,039		
	Total	252,560	99			

a. Predictors: (Constant), kepercayaan, citra merek

b. Dependent Variable: kepuasan konsumen

Model 2

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	217,195	3	72,398	81,237	,000 ^a
	Residual	85,555	96	,891		
	Total	302,750	99			

a. Predictors: (Constant), kepuasan konsumen, citra merek, kepercayaan

b. Dependent Variable: loyalitas pelanggan

Lampiran 9. Uji Hipotesis

Uji Signifikan Parameter Individual Model 1

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,240	1,139		3,723	,000
	citra merek	,052	,053	,074	3,977	,031
	kepercayaan	,706	,073	,733	9,636	,000

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen

Uji Signifikan Parameter Individual Model 2

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,304	1,128		1,156	,250
	citra merek	,392	,050	,509	7,867	,000
	kepercayaan	,239	,095	,226	2,511	,014
	kepuasan konsumen	,286	,094	,261	3,041	,003

a. Dependent Variable: loyalitas pelanggan