

LAMPIRAN



Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

MEMBANGUN LOYALITAS PELANGGAN BERBASIS PADA KUALITAS PRODUK, REPUTASI MEREK DAN KEPUASAN PELANGGAN

(Studi Pada Konsumen Kopi Khas Rembang Merek Cangkir)

A. Data Responden

Berilah tanda checklist (\checkmark) pada kotak yang telah disediakan.

1. Nama :

2. Jenis kelamin :

Pria

Wanita

3. Usia :

Usia 17 - 25 Tahun

Usia 26 – 35 Tahun

Usia 36 - 50 Tahun

Di atas 50 Tahun

B. Petunjuk Pengisian

1. Berilah tanda checklist (\checkmark) pada kolom pernyataan kuesioner sesuai dengan jawaban Bapak/Ibu/Saudara/i.

2. Setiap butir pernyataan hanya boleh dijawab satu kali dengan memberi tanda checklist (\checkmark) pada salah satu kotak dari lima pilihan kotak yang disediakan. Anda akan melihat kotak dengan kode STS, TS, N, S, SS. Adapun maknanya adalah:

1 = Sangat Tidak Setuju

3 = Netral

5 = Sangat Setuju

2 = Tidak Setuju

4 = Setuju

C. Pernyataan

Kualitas Produk (X1)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Produk kopi khas Rembang merek Cangkir memiliki rasa yang enak					
2	Produk kopi khas Rembang merek Cangkir memiliki komposisi sesuai selera pelanggan					
3	Produk kopi khas Rembang merek Cangkir memiliki tanggal kadaluarsa yang panjang sehingga dapat bertahan untuk waktu yang lama					
4	Produk kopi khas Rembang merek Cangkir mengandung bahan halal dan thayyiban dan berlabel halal					

Reputasi Merek (X2)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Apakah kopi khas Rembang merek Cangkir memiliki nama baik di kalangan masyarakat					
2	Apakah kopi khas Rembang merek Cangkir lebih terkenal dari pada produk kopi merek lain di Rembang					
3	Apakah kopi khas Rembang merek Cangkir mempunyai kualitas yang diinginkan konsumen					
4	Apakah kopi khas Rembang merek Cangkir adalah merek yang terpercaya bagi konsumen					

Kepuasan Pelanggan (Y1)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya merasa senang ketika membeli dan mengkonsumsi produk kopi khas Rembang merek Cangkir					
2	Produk kopi khas Rembang merek Cangkir memiliki rasa yang sesuai harapan					
3	Produk kopi khas Rembang merek Cangkir memiliki kualitas yang sesuai dengan harapan					
4	Ketika saya membeli dan mengkonsumsi produk kopi khas Rembang merek Cangkir tidak ada keluhan					

Loyalitas Pelanggan (Y2)

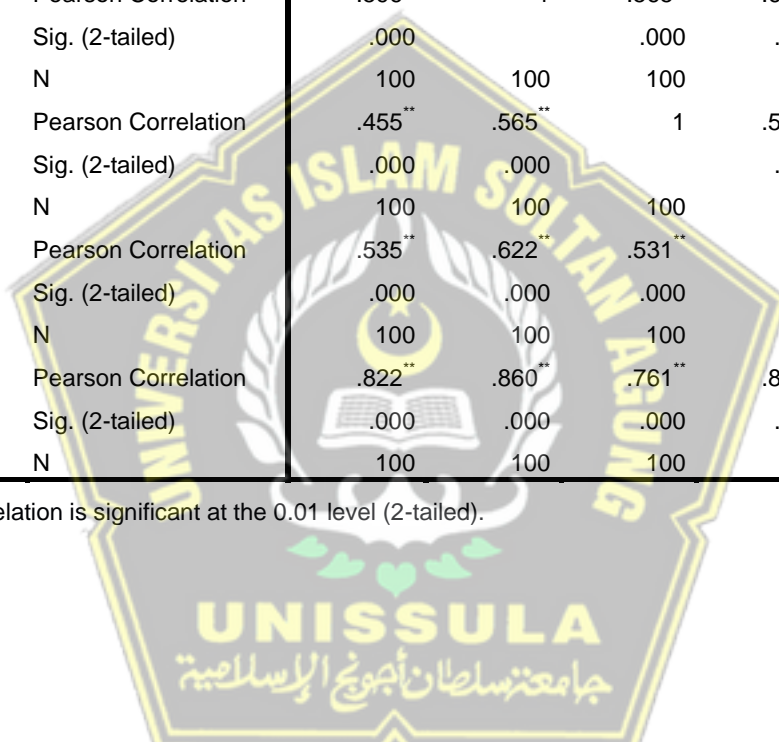
No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya tertarik untuk membeli kembali produk kopi khas Rembang merek Cangkir					
2	Saya akan setia pada kopi khas Rembang merek Cangkir dan tidak tertarik produk lain					
3	Saya akan menolak produk lain selain produk kopi khas Rembang merek Cangkir					
4	Saya merekomendasi kopi khas Rembang merek Cangkir pada orang lain atau saudara saya					

Lampiran 2 Hasil Analisis Data SPSS

Uji Validitas

		Correlations				
		q1.1	q1.2	q1.3	q1.4	q1.total
q1.1	Pearson Correlation	1	.596**	.455**	.535**	.822**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
q1.2	Pearson Correlation	.596**	1	.565**	.622**	.860**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
q1.3	Pearson Correlation	.455**	.565**	1	.531**	.761**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
q1.4	Pearson Correlation	.535**	.622**	.531**	1	.810**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
q1.total	Pearson Correlation	.822**	.860**	.761**	.810**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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



Correlations

		q2.1	q2.2	q2.3	q2.4	q2.total
q2.1	Pearson Correlation	1	.452**	.565**	.565**	.766**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
q2.2	Pearson Correlation	.452**	1	.589**	.526**	.779**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
q2.3	Pearson Correlation	.565**	.589**	1	.841**	.900**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
q2.4	Pearson Correlation	.565**	.526**	.841**	1	.882**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
q2.total	Pearson Correlation	.766**	.779**	.900**	.882**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

Correlations

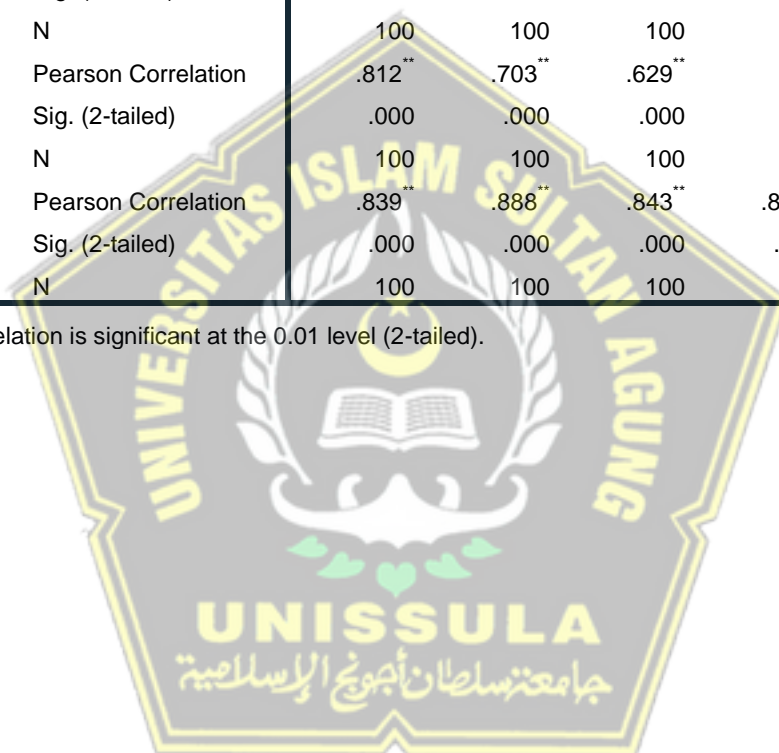
		q3.1	q3.2	q3.3	q3.4	q3.total
q3.1	Pearson Correlation	1	.738**	.685**	.723**	.881**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
q3.2	Pearson Correlation	.738**	1	.792**	.740**	.907**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
q3.3	Pearson Correlation	.685**	.792**	1	.799**	.905**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
q3.4	Pearson Correlation	.723**	.740**	.799**	1	.905**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
q3.total	Pearson Correlation	.881**	.907**	.905**	.905**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

Correlations

		q4.1	q4.2	q4.3	q4.4	q4.total
q4.1	Pearson Correlation	1	.647**	.521**	.812**	.839**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
q4.2	Pearson Correlation	.647**	1	.707**	.703**	.888**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
q4.3	Pearson Correlation	.521**	.707**	1	.629**	.843**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
q4.4	Pearson Correlation	.812**	.703**	.629**	1	.896**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
q4.total	Pearson Correlation	.839**	.888**	.843**	.896**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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



Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.818	5

Reliability Statistics

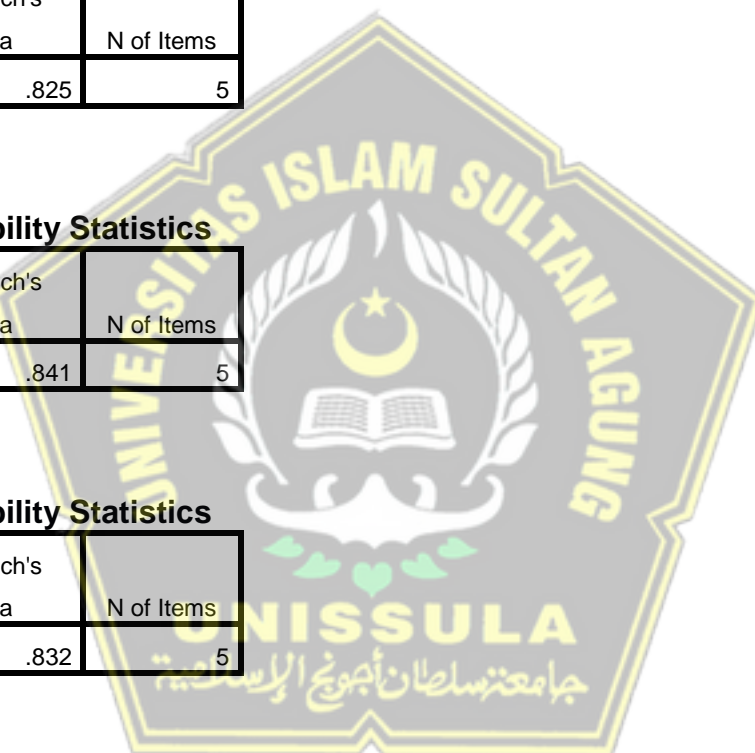
Cronbach's Alpha	N of Items
.825	5

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.841	5

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.832	5



Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.467	.778		-.600	.550		
	kualitas produk	.363	.072	.317	5.041	.000	.410	2.439
	reputasi merek	.672	.065	.652	10.371	.000	.410	2.439

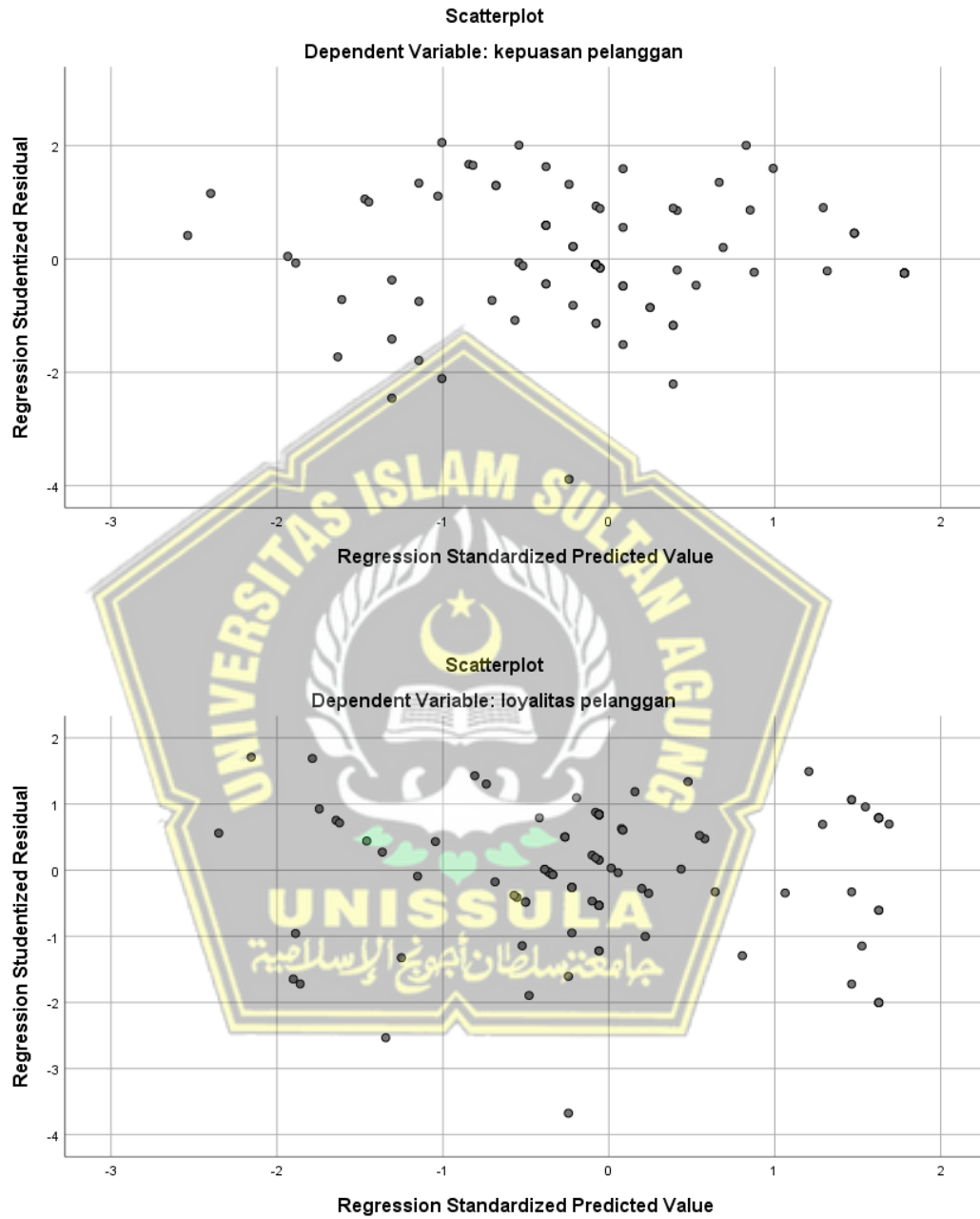
a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-1.597	1.173		-1.361	.177		
	kualitas produk	-.050	.122	-.038	-.413	.680	.325	3.078
	reputasi merek	.397	.142	.331	2.804	.006	.194	5.143
	kepuasan pelanggan	.676	.153	.581	4.424	.000	.157	6.363

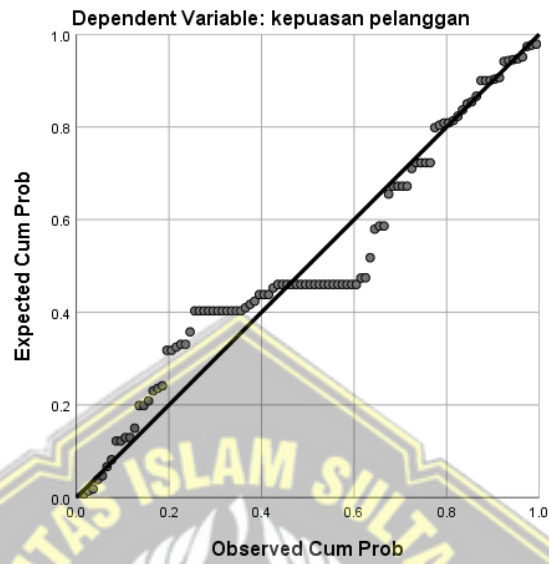
a. Dependent Variable: loyalitas pelanggan

Uji Heteroskedastisitas

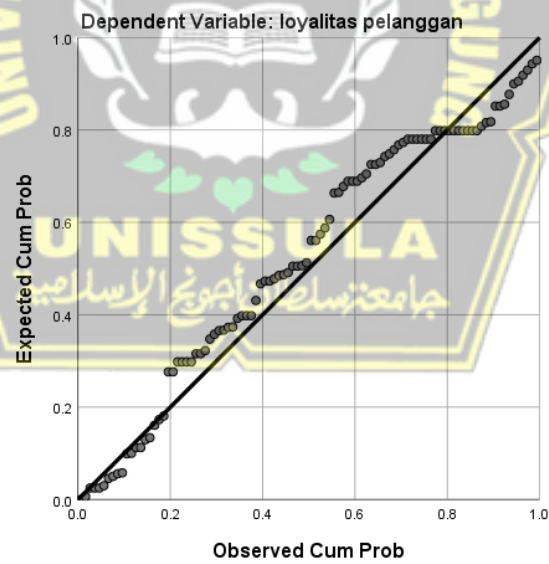


Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Analisis Linier Berganda

Coefficients^a

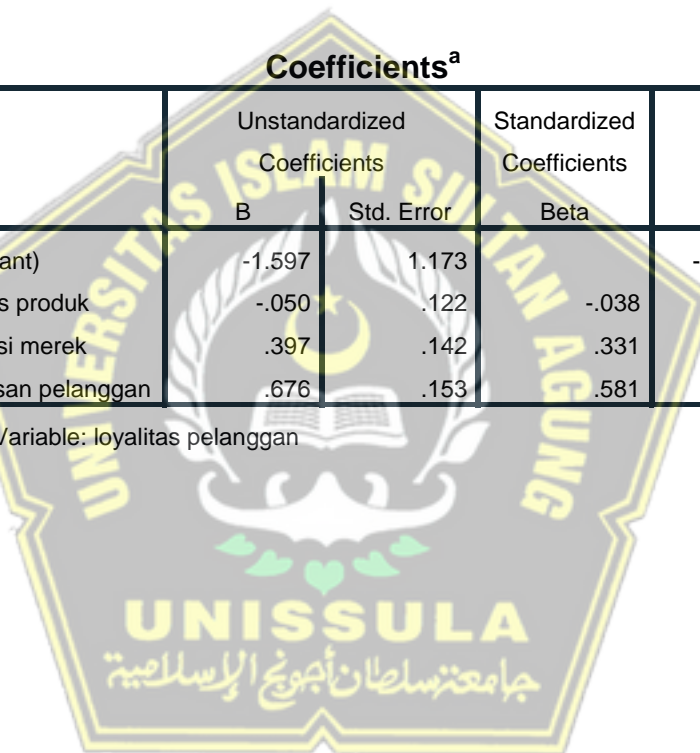
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.467	.778		-.600	.550
	kualitas produk	.363	.072	.317	5.041	.000
	reputasi merek	.672	.065	.652	10.371	.000

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.597	1.173		-1.361	.177
	kualitas produk	-.050	.122	-.038	-.413	.680
	reputasi merek	.397	.142	.331	2.804	.006
	kepuasan pelanggan	.676	.153	.581	4.424	.000

a. Dependent Variable: loyalitas pelanggan



Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	491.974	2	245.987	260.102	.000 ^b
	Residual	91.736	97	.946		
	Total	583.710	99			

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

b. Predictors: (Constant), reputasi merek, kualitas produk

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	583.594	3	194.531	90.758	.000 ^b
	Residual	205.766	96	2.143		
	Total	789.360	99			

a. Dependent Variable: loyalitas pelanggan

b. Predictors: (Constant), kepuasan pelanggan, kualitas produk, reputasi merek

Uji Koefisien Determinasi (R_2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.918 ^a	.843	.840	.972

a. Predictors: (Constant), reputasi merek, kualitas produk

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.860 ^a	.739	.731	1.464

a. Predictors: (Constant), kepuasan pelanggan, kualitas produk, reputasi merek

Lampiran 3 Tabulasi Data Responden

No	Kualitas Produk (X1)				Reputasi Merek (X2)				Kepuasan Pelanggan (Y1)				Loyalitas Pelanggan (Y2)			
	X1.1	x1.2	x1.3	x1.4	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y2.1	Y2.2	Y2.3	Y2.4
1	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	2	2	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4
5	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3
6	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	2	3
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
9	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	1	4	4
10	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
11	4	3	4	4	3	3	4	3	5	3	3	4	4	4	3	4
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4
13	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
14	4	4	5	5	3	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4
15	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
16	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4
17	1	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5
18	4	5	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4
19	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	3	4	4	2	2	4
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
21	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5
23	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3
24	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	2	2	2	2
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
26	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3
27	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
28	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4
29	3	3	4	4	3	4	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2
30	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	2	3
31	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4
32	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4
33	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4
34	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4
35	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4
36	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5
37	4	4	4	5	5	3	4	4	4	4	4	5	4	3	3	5
38	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
40	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3
41	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3
42	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
43	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4

92	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2
93	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4
94	4	5	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4
95	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
96	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5
97	4	4	5	5	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4
98	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
99	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4
100	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

