

LAMPIRAN

Lampiran 1 Permohonan Pengisian Kuesioner

KUESIONER

“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING”

Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : a. Perempuan b. Laki-laki
3. Usia : a. <40 b. >40

Petunjuk Pengisian Kuesioner

Berikan jawaban anda dengan tanda (√) terhadap semua pernyataan dalam kuesioner ini dengan memberikan penilaian sejauh mana pernyataan itu sesuai dengan realita. Berikut adalah pilihan jawaban dari pernyataan kuesioner ini :

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

N : Netral

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

Score

STS : 1

TS : 2

N : 3

S : 4

SS : 5

Contoh :

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Masyarakat suka menggunakan produk Tupperware				√	

Jawaban diatas menunjukkan bahwa anda “setuju” dengan pernyataan tersebut

Variabel Kualitas Produk

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
	Kinerja					
1	Produk Tupperware memiliki kualitas yang lebih baik dari merk lain					
2	Produk Tupperware dalam penggunaannya sangat mudah digunakan					
	Fitur					
3	Tupperware memiliki banyak variasi jenis dan sangat menarik					
4	Tupperware aman digunakan berkali-kali					
5	Tupperware menggunakan bahan yang berkualitas dan higienis					
	Ketahanan					
6	Produk Tupperware tidak mudah rusak dan tahan lama					
7	Tupperware dapat digunakan dalam jangka panjang					
	Keandalan					
8	Produk Tupperware sesuai dengan kebutuhan konsumen					
9	Produk Tupperware kecil kemungkinan mengalami kerusakan pada saat jatuh					

Variabel Citra Merek

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
	Pengenalan					
10	Produk Tupperware dikenal oleh semua kalangan masyarakat					
	Reputasi					

11	Tupperware meningkatkan percaya diri penggunanya					
12	Tupperware memiliki reputasi yang baik dalam masyarakat					
	Daya Tarik					
13	Produk Tupperware memiliki daya Tarik yang tinggi dalam segi kualitas dan harga					
	Kesetiaan					
14	Dengan menggunakan Tupperware masyarakat akan setia atau loyal dengan produknya					

Variabel Kepuasan Pelanggan

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
	Pembelian					
15	Setelah konsumen puas, konsumen akan membeli kembali produk tupperware					
16	Terpenuhinya harapan dan keinginan pelanggan saat melakukan pembelian					
	Menciptakan Word of Mouth					
17	Konsumen merekomendasikan produk Tupperware kepada orang lain					
18	Membeli Tupperware mudah didapatkan disekitar kita					
	Menciptakan Citra Merek					
19	Produk Tupperware menarik selera konsumen					

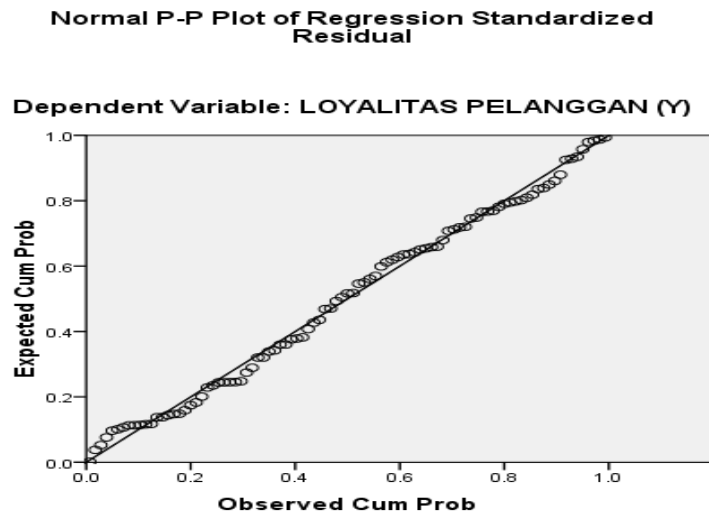
20	Kualitas produk menggunakan bahan yang aman dan sangat kuat					
	Menciptakan Keputusan Pembelian					
21	Puas dengan produk Tupperware sehingga tidak ingin berpindah ke merk lain					

Variabel Loyalitas Pelanggan

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
	Repeat Purchase					
22	Saya tidak akan beralih ke produk lain selain produk Tupperware					
23	Saya akan membeli produk Tupperware dalam berbagai varian					
	Retention					
24	Tupperware memiliki ciri khas yang berbeda dari produk merk lain					
	Referalls					
25	Saya mengajak orang lain untuk membeli produk tupperware					

Lampiran 2 Hasil Asumsi Model

Uji Normalitas



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		93
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	13.72166252
Most Differences	Extreme Absolute	.051
	Positive	.051
	Negative	-.039
Kolmogorov-Smirnov Z		.488
Asymp. Sig. (2-tailed)		.971

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Uji Multikolonieritas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	KUALITAS PRODUK (X1)	.983	1.017
	CITRA MEREK (X2)	.994	1.006
	KEPUASAN PELANGGAN (Z)	.981	1.019

a. Dependent Variable: LOYALITAS PELANGGAN (Y)

Uji Heterokedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.297	1.587		1.448	.151
	KUALITAS PRODUK (X1)	.196	.085	.234	2.304	.024
	CITRA MEREK (X2)	.920	.137	.683	6.726	.000

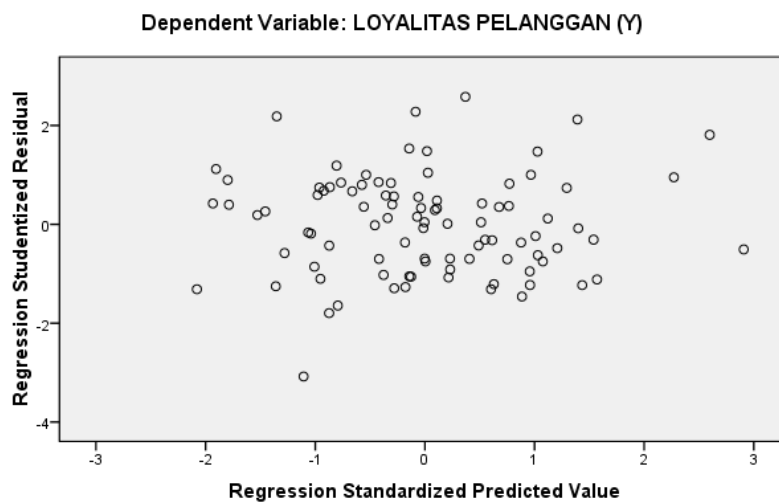
a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN (Z)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2.611	1.709		-1.528	.130
	KUALITAS PRODUK (X1)	.216	.092	.343	2.356	.021
	CITRA MEREK (X2)	.457	.147	.452	3.101	.003

a. Dependent Variable: LOYALITAS PELANGGAN (Y)

Scatterplot



Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.297	1.587		1.448	.151
	KUALITAS PRODUK (X1)	.196	.085	.234	2.304	.024
	CITRA MEREK (X2)	.920	.137	.683	6.726	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN (Z)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2.611	1.709		-1.528	.130
	KUALITAS PRODUK (X1)	.216	.092	.343	2.356	.021
	CITRA MEREK (X2)	.457	.147	.452	3.101	.003

a. Dependent Variable: LOYALITAS PELANGGAN (Y)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-3.803	1.499		-2.536	.013
	KUALITAS PRODUK (X1)	.103	.068	.163	1.521	.132
	KEPUASAN PELANGGAN (Z)	.519	.081	.692	6.436	.000

a. Dependent Variable: LOYALITAS PELANGGAN (Y)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-3.000	1.391		-2.157	.034
	CITRA MEREK (X2)	.091	.131	.090	.695	.489
	KEPUASAN PELANGGAN (Z)	.562	.097	.749	5.792	.000

a. Dependent Variable: LOYALITAS PELANGGAN (Y)

Uji Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.897 ^a	.805	.801	2.157

a. Predictors: (Constant), CITRA MEREK (X2), KUALITAS PRODUK (X1)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.834 ^a	.696	.685	2.033

a. Predictors: (Constant), KEPUASAN PELANGGAN (Z), KUALITAS PRODUK (X1), CITRA MEREK (X2)

Pengaruh langsung dan tidak langsung

Variabel	Pengaruh			Sig.
	Langsung	Tidak langsung	Total	
X1 terhadap Z	0,234	-	0,234	Signifikan

X2 terhadap Z	0,683	-	0,683	Signifikan
X1 terhadap Y	0,343	-	0,343	Signifikan
X2 terhadap Y	0,452	-	0,453	Signifikan
Z terhadap Y	0,829	-	0,829	Signifikan
X1 terhadap Y melalui Z	0,343	$(0,343 \times 0,829) = 0,285$	0,628	Tidak Signifikan
X2 terhadap Y melalui Z	0,452	$(0,452 \times 0,829) = 0,375$	0,827	Tidak Signifikan
e1	0,441	-	0,441	Signifikan
e2	0,552	-	0,552	Tidak Signifikan

Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X1)

Pertanyaan	SEBARAN SKOR										Total	
	5		4		3		2		1			
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X1.1	55	59,1%	26	28%	9	9,7%	1	1,1%	2	2,2%	93	100%
X1.2	63	67,7%	27	29%	1	1,1%	2	2,2%	0	0	93	100%
X1.3	55	59,1%	32	34,4%	4	4,3%	1	1,1%	1	1,1%	93	100%
X1.4	63	67,7%	25	26,9%	2	2,2%	1	1,1%	2	2,2%	93	100%
X1.5	56	60,2%	28	30,1%	7	7,5%	1	1,1%	1	1,1%	93	100%
X1.6	63	67,7%	21	22,6%	6	6,5%	1	1,1%	2	2,2%	93	100%
X1.7	56	60,2%	29	31,2%	5	5,4%	1	1,1%	2	2,2%	93	100%
X1.8	58	62,4%	31	33,3%	2	2,2%	2	2,2%	0	0	93	100%
X1.9	46	49,5%	19	20,4%	20	21,5%	6	6,5%	2	2,2%	93	100%

Deskripsi Variabel Citra Merek (X2)

Pertanyaan	SEBARAN SKOR										Total	
	5		4		3		2		1			
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X2.1	66	71%	16	17,2%	8	8,6%	2	2,2%	1	1,1%	93	100%
X2.2	60	64,5%	20	21,5%	7	7,5%	2	2,2%	4	4,3%	93	100%
X2.3	65	69,9%	20	21,5%	7	7,5%	1	1,1%	0	0	93	100%
X2.4	50	53,8%	32	34,4%	6	6,5%	3	3,2%	2	2,2%	93	100%
X2.5	51	54,8%	25	26,9%	13	14%	4	4,3%	0	0	93	100%

Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan (Z)

Pertanyaan	SEBARAN SKOR										Total	
	5		4		3		2		1			
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Z1	57	61,3%	23	24,7%	12	12,9%	1	1,1%	0	0	93	100%
Z2	50	53,8%	33	35,5%	9	9,7%	0	0	1	1,1%	93	100%
Z3	48	51,6%	33	35,5%	10	10,8%	1	1,1%	1	1,1%	93	100%
Z4	56	60,2%	25	26,9%	7	7,5%	4	4,3%	1	1,1%	93	100%
Z5	50	53,8%	32	34,4%	8	8,6%	3	3,2%	0	0	93	100%
Z6	58	62,4%	25	26,9%	7	7,5%	1	1,1%	2	2,2%	93	100%
Z7	44	47,3%	27	29%	16	17,2%	4	4,3%	2	2,2%	93	100%

Deskripsi Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)

Pertanyaan	SEBARAN SKOR										Total	
	5		4		3		2		1			
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Y1	36	38,7%	22	23,7%	25	26,9%	7	7,5%	3	3,2%	93	100%
Y2	35	37,6%	27	29%	23	24,7%	5	5,4%	3	3,2%	93	100%
Y3	50	53,8%	32	34,4%	8	8,6%	0	0	3	3,2%	93	100%
Y4	39	41,9%	30	32,3%	19	20,4%	3	3,2%	2	2,2%	93	100%

Lampiran 3 T tabel

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –120)

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954