

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN

Kuesioner Penelitian

Izin memperkenalkan diri, saya Devina Fayza Widanta (K.2020.1.35214), mahasiswi jurusan Manajemen angkatan 2020, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Malangkuçeçwara Malang.

Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk memenuhi tugas akhir (skripsi) yang berjudul "Pengaruh Harga, *Digital Marketing*, dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Pada *Clothing Brand* Lokal (Studi Pada Barley Division Blitar)". Oleh karena itu, saya meminta kesediaannya untuk meluangkan waktunya guna mengisi kuesioner ini.

Dengan kriteria yang telah ditentukan, yaitu:

1. Seluruh konsumen Barley Division Blitar yang telah melakukan pembelian produk Barley Division dalam satu tahun terakhir (Januari-Oktober).

Semua informasi dan data yang sudah dicantumkan dalam proses pengisian kuesioner ini dijamin kerahasiaannya oleh peneliti dan hanya digunakan untuk kepentingan akademis.

Atas kesediaan dan dukungan dari kalian, peneliti ucapkan terima kasih.

A. Identitas Responden

Nama :

Jenis Kelamin :

Usia :

Pekerjaan :

Apakah dalam periode Januari-Oktober ini Anda melakukan pembelian produk Barley Division sebanyak satu kali/lebih? (YA/TIDAK)

B. Petunjuk Pengisian

Mohon saudarai/i memberikan jawaban atau respon terhadap setiap poin-poin pernyataan yang tertera dibawah ini dengan memilih salah satu angka yang dianggap sesuai dengan keadaan sebenar-benarnya dan kenyataan dengan skala penilaian sebagai berikut:

1 = (STS) Sangat Tidak Setuju

2 = (TS) Tidak Setuju

3 = (C) Cukup

4 = (S) Setuju

5 = (SS) Sangat Setuju

Pernyataan yang berkaitan dengan Harga (X1)						
No	Pernyataan	STS	TS	C	S	SS
1	Menurut saya, harga dari produk-produk Barley Division termasuk ke dalam kategori murah dan terjangkau					
2	Menurut saya, harga dari produk-produk Barley Division termasuk ke dalam harga yang lebih murah dari produk-produk <i>clothing brand</i> lain yang ada di Blitar					
3	Menurut saya, harga dari produk-produk Barley Division sesuai dan sepadan dengan kualitas dan <i>value</i> yang diberikan					
4	Menurut saya, harga dari produk-produk Barley Division sesuai dan sepadan dengan manfaat atau kegunaan dan <i>worth to buy</i>					

Pernyataan yang berkaitan dengan <i>Digital Marketing</i> (X2)						
No	Pernyataan	STS	TS	C	S	SS
1	Saya menjadi tertarik dengan produk Barley Division karena suguhan <i>marketing</i> mereka lewat <i>platform</i> Instagram atau Tiktok					
2	Saya menjadi tertarik dengan produk Barley Division karena <i>marketing</i> mereka yang informatif					
3	Saya tertarik dengan produk Barley Division karena Barley Division berkomitmen					

	memberikan kualitas dan kuantitas yang sebanding dengan harga yang ditawarkan					
4	Saya tertarik dengan produk-produk Barley Division karena Barley Division berhasil menciptakan <i>branding</i> dan dapat menjangkau pasar konsumen lewat Instagram atau Tiktok					

Pernyataan yang berkaitan dengan Kualitas Produk (X3)						
No	Pernyataan	STS	TS	C	S	SS
1	Menurut saya, produk-produk yang di tawarkan oleh Barley Division sebanding dengan kebutuhan, permintaan konsumen, dan fungsinya					
2	Menurut saya, produk-produk yang di tawarkan oleh Barley Division mempunyai <i>design</i> dan model yang sesuai dengan tren masa kini					
3	Menurut saya, produk-produk Barley Division yang di tawarkan terdapat kualitas bahan yang sebanding dan mempunyai daya tahan pakai (<i>durability</i>) yang tinggi dan tidak gampang rusak					
4	Menurut saya, produk-produk Barley Division yang di tawarkan lewat iklan, promosi, dan informasi yang diberikan dari deskripsi produk dapat memenuhi ekspektasi atau <i>perceived quality</i>					

Pernyataan yang berkaitan dengan Loyalitas Konsumen (Y)						
No	Pernyataan	STS	TS	C	S	SS
1	Menurut saya, produk-produk Barley Division termasuk kedalam produk yang terjangkau, sesuai dengan					

	<i>value</i> , dan dengan <i>design</i> yang menarik menjadikan konsumen melakukan <i>repeat order</i>					
2	Menurut saya, produk-produk Barley Division termasuk kedalam <i>brand</i> yang jauh dari perspektif negatif dan memiliki perbedaan serta <i>value</i> dibanding produk <i>brand</i> lain					
3	Menurut saya, produk-produk Barley Division termasuk kedalam produk yang menarik dan layak untuk direkomendasikan ke orang lain					
4	Menurut saya, produk-produk Barley Division yang unggul dan membuat konsumen enggan berpindah pada produk dari brand lainnya					

LAMPIRAN 2 DATA RESPONDEN PENGISIAN KUESIONER

No	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan	Melakukan Pembelian
1	Perempuan	20-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya
2	Laki-laki	20-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya
3	Perempuan	20-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya
4	Laki-laki	20-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya
5	Laki-laki	20-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya
6	Perempuan	20-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya

7	Perempuan	20-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya
8	Perempuan	20-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya
9	Laki-laki	17-19 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya
10	Perempuan	20-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya
11	Perempuan	20-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya
12	Laki-laki	20-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya
13	Perempuan	17-19 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya
14	Perempuan	20-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya
15	Perempuan	47	Ibu rumah tangga	Ya
16	Perempuan	20-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya
17	Perempuan	20-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya
18	Laki-laki	20-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya
19	Perempuan	20-24 tahun	Karyawan/Intern	Ya
20	Perempuan	20-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya
21	Laki-laki	17-19 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya
22	Laki-laki	50	Wiraswasta	Ya
23	Perempuan	20-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya

24	Perempuan	20-24 tahun	Karyawan/Intern	Ya
25	Perempuan	20-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya
26	Laki-laki	17-19 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya
27	Perempuan	20-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya
28	Perempuan	20-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya
29	Laki-laki	47	Karyawan/Intern	Ya
30	Laki-laki	20-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya
31	Perempuan	20-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya
32	Perempuan	20-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya
33	Perempuan	20-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya
34	Perempuan	20-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya
35	Perempuan	25-30 tahun	Karyawan/Intern	Ya
36	Perempuan	20-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya
37	Perempuan	20-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya
38	Perempuan	20-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya
39	Perempuan	20-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya
40	Perempuan	20-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya

41	Laki-laki	20-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya
42	Perempuan	20-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya
43	Perempuan	20-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya
44	Laki-laki	20-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya
45	Laki-laki	20-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya
46	Laki-laki	20-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya
47	Laki-laki	20-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya
48	Laki-laki	20-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya
49	Laki-laki	20-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya
50	Laki-laki	20-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya
51	Laki-laki	20-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya
52	Laki-laki	20-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya
53	Laki-laki	20-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya
54	Laki-laki	20-24 tahun	Karyawan/Intern	Ya
55	Perempuan	20-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya
56	Laki-laki	20-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya

57	Perempuan	20-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya
58	Laki-laki	20-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya
59	Laki-laki	20-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya
60	Laki-laki	20-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya
61	Laki-laki	25-30 tahun	Karyawan/Intern	Ya
62	Laki-laki	20-24 tahun	Karyawan/Intern	Ya
63	Laki-laki	20-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya
64	Laki-laki	20-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya
65	Laki-laki	20-24 tahun	Polisi	Ya
66	Laki-laki	20-24 tahun	Karyawan/Intern	Ya
67	Laki-laki	20-24 tahun	Wiraswasta	Ya
68	Laki-laki	20-24 tahun	Wiraswasta	Ya
69	Perempuan	20-24 tahun	Karyawan/Intern	Ya
70	Perempuan	20-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya
71	Perempuan	20-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya
72	Laki-laki	17-19 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya

73	Laki-laki	20-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya
74	Perempuan	20-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya
75	Laki-laki	20-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya
76	Laki-laki	20-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya
77	Laki-laki	20-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya
78	Perempuan	17-19 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya
79	Laki-laki	20-24 tahun	Wiraswasta	Ya
80	Laki-laki	20-24 tahun	Barista	Ya
81	Laki-laki	20-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya
82	Laki-laki	20-24 tahun	Masinis	Ya
83	Perempuan	20-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya
84	Laki-laki	20-24 tahun	TNI/Polri	Ya
85	Perempuan	20-24 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya

LAMPIRAN 3 HASIL ANALISIS SPSS STATISTIK DESKRIPTIF

	N		Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
	Valid	Missing				
X1.1	85	0	4.4471	.64561	3.00	5.00
X1.2	85	0	4.2118	.75741	2.00	5.00

X1.3	85	0	4.2118	.70869	2.00	5.00
X1.4	85	0	4.2941	.73717	3.00	5.00
X2.1	85	0	4.2118	.78822	2.00	5.00
X2.2	85	0	4.3412	.68231	2.00	5.00
X2.3	85	0	3.7412	.97776	1.00	5.00
X2.4	85	0	4.3647	.73755	2.00	5.00
X3.1	85	0	4.2706	.60530	3.00	5.00
X3.2	85	0	4.2706	.71361	2.00	5.00
X3.3	85	0	4.2235	.74604	2.00	5.00
X3.4	85	0	4.3294	.69673	2.00	5.00
Y1	85	0	4.4118	.64169	3.00	5.00
Y2	85	0	4.3059	.75630	2.00	5.00
Y3	85	0	4.2706	.66168	3.00	5.00
Y4	85	0	4.2000	.70373	3.00	5.00

LAMPIRAN 4 HASIL ANALISIS SPSS UJI VALIDITAS

Correlations

		X1
X1.1	Pearson Correlation	.722**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	85
X1.2	Pearson Correlation	.872**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	85
X1.3	Pearson Correlation	.824**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	85
X1.4	Pearson Correlation	.860**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	85

Correlations

		X2
X2.1	Pearson Correlation	.758**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	85

X2.2	Pearson Correlation	.814**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	85
X2.3	Pearson Correlation	.665**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	85
X2.4	Pearson Correlation	.717**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	85

Correlations

		X3
X3.1	Pearson Correlation	.775**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	85
X3.2	Pearson Correlation	.849**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	85
X3.3	Pearson Correlation	.815**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	85
X3.4	Pearson Correlation	.821**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	85

Correlations

		Y
Y1	Pearson Correlation	.775**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	85
Y2	Pearson Correlation	.795**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	85
Y3	Pearson Correlation	.728**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	85
Y4	Pearson Correlation	.797**

Sig. (2-tailed)	.000
N	85

LAMPIRAN 5 HASIL ANALISIS SPSS UJI RELIABILITAS

No.	Variabel	Koefisien Reliabilitas	Keterangan
1	X1	0,839	Reliabel
2	X2	0,700	Reliabel
3	X3	0,831	Reliabel
4	Y	0,776	Reliabel

LAMPIRAN 6 HASIL ANALISIS SPSS UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		85
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.23306922
Most Extreme Differences	Absolute	.075
	Positive	.057
	Negative	-.075
Test Statistic		.075
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

LAMPIRAN 7 HASIL ANALISIS SPSS UJI MULTIKOLINEARITAS

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X1	.671	1.491
	X2	.618	1.619
	X3	.651	1.537

LAMPIRAN 8 HASIL ANALISIS SPSS UJI HETEROSKEDASTISITAS

Correlations

		Unstandardized Residual	
Spearman's rho	X1	Correlation Coefficient	-.028
		Sig. (2-tailed)	.799
		N	85
	X2	Correlation Coefficient	-.013
		Sig. (2-tailed)	.904
		N	85
	X3	Correlation Coefficient	.009
		Sig. (2-tailed)	.937
		N	85

LAMPIRAN 9 HASIL UJI REGRESI LINEAR BERGANDA

Variabel terikat	Variabel bebas	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
Y	(Constant)	1.597	1.234		1.294	0.199
	X1	0.393	0.071	0.431	5.514	0.000
	X2	0.220	0.075	0.240	2.945	0.004
	X3	0.303	0.075	0.319	4.018	0.000

LAMPIRAN 10 HASIL ANALISIS SPSS UJI KOEFESIEN DETERMINASI

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.817 ^a	.668	.656	1.25570	1.738

LAMPIRAN 11 HASIL ANALISIS SPSS UJI HIPOTESIS (UJI t)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.597	1.234		1.294	.199
	X1	.393	.071	.431	5.514	.000
	X2	.220	.075	.240	2.945	.004
	X3	.303	.075	.319	4.018	.000