

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Kepada Yth. Bapak/ Ibu/ Saudara/i

Dengan Hormat,

Kuesioner ini dibuat dalam rangka untuk pengambilan data yang akan digunakan dalam penulisan Skripsi di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia yang bertujuan untuk memenuhi syarat untuk menepuh kelulusan guna untuk memperoleh gelar sarjana manajemen. Oleh karena itu peneliti memohon kepada Bapak/Ibu untuk berkenan meluangkan waktu sejenak untuk mengisi kuesioner tentang **“Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan (studi pada Indomaret *drive thru* Tomang, Jakarta Barat)**

Terima kasih atas partisipasi Bapak/Ibu/Saudara/i yang telah meluangkan waktu untuk mengisi lembar kuesioner penelitian skripsi ini. Setiap jawaban yang diberikan merupakan bantuan yang sangat berharga untuk penyelesaian proses penelitian ini.

Demikian surat ini peneliti sampaikan beserta dengan kuesionernya, atas perhatian dan kerjasamanya saya ucapkan terimakasih.

Jakarta, 6 juni 2021

Ratna wani sinurat

Lampiran 2. Tabulasi Kriteria Responden Full Test

Pengaruh Promosi, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan “(studi pada Indomaret drive thru Tomang, Jakarta Barat)

Petunjuk pengisian kuesioner :

- Mohon berikan tanda ceklist (√) pada kolom jawaban yang menurut Anda paling sesuai. Pendapat Anda dinyatakan dalam skala 1 s.d 5 yang memiliki makna :

		Nilai / Bobot
SS	SangatSetuju	5
S	Setuju	4
R	Ragu-Ragu	3
TS	TidakSetuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

- Setiap pernyataan hanya membutuhkan satu jawaban saja.
- Mohon memberikan jawaban yang sebenarnya dengan jujur dan apa adanya
- Setelah mengisi kuisisioner dimohon untuk mengembalikan kuisisioner kepihak yang memberikan kuisisioner

Identitas Responden

- JenisKelamin : Pria Wanita
- Usia :Tahun
- Pekerjaan : Pelajar/Mahasiswa PNS
 PegawaiSwasta Lain-Lain
- Range Pendapatan : < 3,5 Juta 3,5 Juta s.d 4,5 Juta
 4,5 Juta s.d 5,5 Juta > 5,5 Juta

TABEL KUESIONER

I. Variabel Promosi

No.	A. Advertising (periklanan)	STS	TS	R	S	SS
1	Indomaret secara giat melakukan iklan melalui social media dan media cetak.					
2	Iklan yang ditampilkan menggambarkan pelayanan dengan metode baru yang belum pernah ada.					
3	Iklan yang disajikan diindomaret dalam mempromosikan system drive thru sangat kuno dan tidak menarik					

No.	B. Sales Promotion (PromosiPenjualan)	STS	TS	R	S	SS
1	Indomaret memanfaatkan media social untuk mempromosikan produk yang dijualnya.					
2	Indomaret rutin mengunggah info produk yang sedang promosi setiap bulannya melalui website.					
3	Promosi produk dengan harga menarik secara jelas ditampilkan di setiap meja kasir.					
4	Indomaret selalu melakukan pembaharuan terhadap produk yang baru keluar guna memenuhi kebutuhan konsumen.					

No.	C. Event & Experiences	STS	TS	R	S	SS
1	Indomaret memberlakukan event JSM (Jumat, Sabtu, Minggu), sebagai salah satu daya tarik konsumen dalam berbelanja.					
2	Produk yang ditawarkan selalu dapat bersaing dengan retail lainnya.					
3	Memberikan promosi pada event-event tahunan tertentu. (Ulangtahun, IdulFitri, Natal, Tahunbaru, dll)					
4	Menawarkan promos pembelian dengan harga murah pada saat konsumen berbelanja dengan nominal tertentu.					

No.	D. Public Relation & Publicity	STS	TS	R	S	SS
1	Indomaret drive thru memberikan pelayanan yang sangat baik terhadap konsumen.					
2	Karyawan yang melayani konsumen indomaret drive thru dengan cepat dan tepat.					
3	Karyawan yang melayani indomaret drive thru dapat menjawab pertanyaan konsumen dengansabar dan ramah.					

No.	E. Direct Marketing (Pemasaranlangsung)	STS	TS	R	S	SS
1	Karyawan indomaret drive thru tidak hanya melayani konsumen yang akan membeli tapi juga memasarkan produk yang ada terhadap konsumen.					
2	Saat konsumen melakukan pemesanan pada indomaret drive thru, karyawan juga menawarkan produk yang sedang promo.					

No.	F. Interactive Marketing Word of Mouth	STS	TS	R	S	SS
1	Saya berbelanja di indomaret drive thru setelah					

	teman saya bercerita mengenai pengalamannya berbelanja di indomaret drive thru.					
2	Rekan saya mengatakan indomaret drive thru sangat praktis dan efisien.					

No.	G. Personal Selling (Penjualan Perseorangan)	STS	TS	R	S	SS
1	Karyawan yang bertugas membantu konsumen mengetahui harga suatu produk yang tersedia.					
2	Karyawan membantu memberikan informasi ketersediaan produk dan variasinya.					
3	Karyawan membantu konsumen untuk dapat berbelanja dengan lebih cepat.					

II. Variabel Persepsi Harga

No.	A. Keterjangkauan Harga	STS	TS	R	S	SS
1	Harga produk yang ditawarkan pada indomaret drive thru sangat terjangkau.					
2	Harga pada indomaret drive thru dan di toko tidak jauh berbeda.					
No.	B. Harga Sesuai Kemampuan	STS	TS	R	S	SS
1	Harga yang ditawarkan oleh indomaret drive thru dapat dijangkau oleh semua kalangan.					
2	Tidak ada perbedaan harga baik kalangan menengah kebawah maupun kalangan menengah keatas.					

No.	C. Kesamaan Harga dengan Kualitas Produk	STS	TS	R	S	SS
1	Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan.					
2	Produk yang ditawarkan tidak mendustai harga yang dibayar oleh konsumen.					

No.	D. Kesamaan Harga dengan Manfaat Produk	STS	TS	R	S	SS
1	Manfaat yang diberikan indomaret drive thru sudah sesuai dengan yang saya harapkan .					
2	Keberadaan indomaret drive thru sangat membantu konsumen dan sesuai dengan harga yang harus dibayarkan.					

III. Variabel Kualitas Produk

No.	A. Gaya (Style)	STS	TS	R	S	SS
1	Penataan setiap produk indomaret drive thru selalu menarik perhatian.					

2	Penataan indomaret drive thru sangat inovatif dan kekinian.					
---	---	--	--	--	--	--

No.	B. Tampilan (Features)	STS	TS	R	S	SS
1	Tampilan indomaret drive thru sangat nyaman untuk dilihat dan dinikmati.					
2	Tampilan karyawan dan penataan indomaret drive thru sangat bersih dan rapih.					

No.	C.Kesesuaian Kualitas (Conformane Quality)	STS	TS	R	S	SS
1	Indomaret drive thru memberikan kepuasan tersendiri terhadap harapan konsumen dalam berbelanja.					
2	Keberadaan indomaret drive thru sesuai dengan impian konsumen dengan kemudahan dalam berbelanja tanpa turun dar ikendaraan.					

No.	D.Ketahanan (Durability)	STS	TS	R	S	SS
1	Produk yang ditawarkan pada indomaret drive thru merupakan produk yang mampu bertahan lama.					
2	Konsumen berharap sistem drive thru yang diadopsi indomaret ini dapat bertahan lama.					

No.	E. Keandalan (Reliability)	STS	TS	R	S	SS
1	Karyawan indomaret drive thru dapat melayani konsumen secara handal.					
2	Indomaret drive thru sudah tersebar di berbagai kota di Indonesia untuk membantu masyarakat Indonesia dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari.					

IV. Variabel Loyalitas Pelanggan

No.	A. Say Positive Things	STS	TS	R	S	SS
1	Saya akan kembali berbelanja di indomaret drive thru Tomang.					
2	Indomaret dtive thru Tomang dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari saya.					

No.	B. Recommend Friend	STS	TS	R	S	SS
1	Saya akan merekomendasikan teman saya untuk berbelanja di indomaret drive thru Tomang.					
2	Saya akan merekomendasikan teman saya untuk menjadikan indomaret drive thru Tomang					

	sebagai ritel favoritnya.					
--	---------------------------	--	--	--	--	--

No.	C. Continue Purchasing	STS	TS	R	S	SS
1	Saya akan berlangganan di indomaret drive thru Tomang dalam jangk awaktu yang lama.					
2	Saya akan selalu berbelanja di indomaret drive thru Tomang untuk mencukupi kebutuhan harian saya.					

~ **TERIMAKASIH ATAS PARTISIPASI ANDA** ~

Lampiran 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia

Responden	Jenis Kelamin		Usia (Thn)			
	Pria	Wanita	< 25	26 - 35	36 - 45	> 45
1		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
2		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
3	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>		
4	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>		
5		<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	
6		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		
7		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
8		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
9		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		
10		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		
11		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
12		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
13		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
14		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
15		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
16	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	
17	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>		
18	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>			
19	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>			
20		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
21		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
22		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
23	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>			
24		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		
25		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
26	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>		
27		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		
28		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
29		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
30	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>			
31		<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	
32		<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	
33	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>			

34	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>		
35		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		
36		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
37	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>			
38		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		
39	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>			
40	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>			
41		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
42		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
43		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
44		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
45	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>			
46	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>			
47	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>			
48	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>		
49	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>			
50	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>			
51		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
52		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
53		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		
54		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		
55		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
56		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
57		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		
58		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		
59		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
60		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		
61	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>			
62		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		
63	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>			
64	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>		
65	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>			
66	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>		
67		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
68		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
69	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>			
70	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		
71	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>			
72	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>			
73	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>			
74		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		

75	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>			
76	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>			
77		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
78	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>		
79	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>			
80	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>			
81		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		
82	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>			
83	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>			
84		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		
85	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>			
86	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>		
87	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>		
88		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
89	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>			
90		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		
91	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>			
92	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>			
93		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
94	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>		
95	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>		
96	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>		
97		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			

Lampiran 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Responden	Pekerjaan			
	Pelajar/ Mahasiswa	Pegawai Swasta	PNS	Lainnya
1		<input type="checkbox"/>		
2		<input type="checkbox"/>		
3	<input type="checkbox"/>			
4		<input type="checkbox"/>		
5		<input type="checkbox"/>		
6		<input type="checkbox"/>		
7		<input type="checkbox"/>		
8				<input type="checkbox"/>
9		<input type="checkbox"/>		
10		<input type="checkbox"/>		
11		<input type="checkbox"/>		
12				<input type="checkbox"/>
13		<input type="checkbox"/>		
14	<input type="checkbox"/>			
15		<input type="checkbox"/>		
16		<input type="checkbox"/>		
17				<input type="checkbox"/>
18		<input type="checkbox"/>		
19	<input type="checkbox"/>			
20			<input type="checkbox"/>	
21		<input type="checkbox"/>		
22		<input type="checkbox"/>		
23	<input type="checkbox"/>			
24		<input type="checkbox"/>		
25				<input type="checkbox"/>
26		<input type="checkbox"/>		
27		<input type="checkbox"/>		
28	<input type="checkbox"/>			
29	<input type="checkbox"/>			
30		<input type="checkbox"/>		
31		<input type="checkbox"/>		
32		<input type="checkbox"/>		
33	<input type="checkbox"/>			
34		<input type="checkbox"/>		
35		<input type="checkbox"/>		
36		<input type="checkbox"/>		

37		<input type="checkbox"/>		
38		<input type="checkbox"/>		
39		<input type="checkbox"/>		
40		<input type="checkbox"/>		
41		<input type="checkbox"/>		
42	<input type="checkbox"/>			
43	<input type="checkbox"/>			
44	<input type="checkbox"/>			
45		<input type="checkbox"/>		
46		<input type="checkbox"/>		
47		<input type="checkbox"/>		
48		<input type="checkbox"/>		
49		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
50		<input type="checkbox"/>		
51		<input type="checkbox"/>		
52		<input type="checkbox"/>		
53		<input type="checkbox"/>		
54		<input type="checkbox"/>		
55		<input type="checkbox"/>		
56		<input type="checkbox"/>		
57		<input type="checkbox"/>		
58		<input type="checkbox"/>		
59		<input type="checkbox"/>		
60		<input type="checkbox"/>		
61		<input type="checkbox"/>		
62	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
63		<input type="checkbox"/>		
64		<input type="checkbox"/>		
65		<input type="checkbox"/>		
66				<input type="checkbox"/>
67	<input type="checkbox"/>			
68		<input type="checkbox"/>		
69		<input type="checkbox"/>		
70		<input type="checkbox"/>		
71		<input type="checkbox"/>		
72		<input type="checkbox"/>		
73		<input type="checkbox"/>		
74		<input type="checkbox"/>		
75				<input type="checkbox"/>
76		<input type="checkbox"/>		
77		<input type="checkbox"/>		

78		<input type="checkbox"/>		
79		<input type="checkbox"/>		
80		<input type="checkbox"/>		
81	<input type="checkbox"/>			
82	<input type="checkbox"/>			
83		<input type="checkbox"/>		
84	<input type="checkbox"/>			
85		<input type="checkbox"/>		
86		<input type="checkbox"/>		
87		<input type="checkbox"/>		
88	<input type="checkbox"/>			
89				<input type="checkbox"/>
90	<input type="checkbox"/>			
91	<input type="checkbox"/>			
92		<input type="checkbox"/>		
93		<input type="checkbox"/>		
94		<input type="checkbox"/>		
95		<input type="checkbox"/>		
96				<input type="checkbox"/>
97	<input type="checkbox"/>			

Lampiran 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Range Gaji

Range Pendapatan			
< 3.500.000	3.500.000 s.d 5.000.000	5.000.000 s.d 6.500.000	> 6.500.000
	<input type="checkbox"/>		
	<input type="checkbox"/>		
<input type="checkbox"/>			
	<input type="checkbox"/>		
			<input type="checkbox"/>
		<input type="checkbox"/>	
	<input type="checkbox"/>		
<input type="checkbox"/>			
			<input type="checkbox"/>
			<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>			
<input type="checkbox"/>			
<input type="checkbox"/>			
	<input type="checkbox"/>		
	<input type="checkbox"/>		
			<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>			
		<input type="checkbox"/>	
			<input type="checkbox"/>
			<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>		
	<input type="checkbox"/>		
<input type="checkbox"/>			
	<input type="checkbox"/>		
	<input type="checkbox"/>		
	<input type="checkbox"/>		
<input type="checkbox"/>			
<input type="checkbox"/>			
	<input type="checkbox"/>		
			<input type="checkbox"/>
			<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>			
	<input type="checkbox"/>		
	<input type="checkbox"/>		
	<input type="checkbox"/>		

	<input type="checkbox"/>		
	<input type="checkbox"/>		
	<input type="checkbox"/>		
	<input type="checkbox"/>		
	<input type="checkbox"/>		
<input type="checkbox"/>			
<input type="checkbox"/>			
<input type="checkbox"/>			
		<input type="checkbox"/>	
	<input type="checkbox"/>		
<input type="checkbox"/>			
			<input type="checkbox"/>
		<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>			
<input type="checkbox"/>			
	<input type="checkbox"/>		
	<input type="checkbox"/>		
	<input type="checkbox"/>		
	<input type="checkbox"/>		
	<input type="checkbox"/>		
<input type="checkbox"/>			
		<input type="checkbox"/>	
	<input type="checkbox"/>		
	<input type="checkbox"/>		
	<input type="checkbox"/>		
	<input type="checkbox"/>		
<input type="checkbox"/>			
			<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>		
			<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>		
	<input type="checkbox"/>		
	<input type="checkbox"/>		
	<input type="checkbox"/>		
		<input type="checkbox"/>	
		<input type="checkbox"/>	
	<input type="checkbox"/>		

	<input type="checkbox"/>		
	<input type="checkbox"/>		
	<input type="checkbox"/>		
<input type="checkbox"/>			
<input type="checkbox"/>			
		<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>			
<input type="checkbox"/>			
			<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>			
	<input type="checkbox"/>		
<input type="checkbox"/>			
<input type="checkbox"/>			
		<input type="checkbox"/>	
	<input type="checkbox"/>		
	<input type="checkbox"/>		
			<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>			
		<input type="checkbox"/>	

Lampiran 6. Tabulasi Variabel Promosi

Responden	PROMOSI																					
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	X1.13	X1.14	X1.15	X1.16	X1.17	X1.18	X1.19	X1.20	X1.21	X1
1	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	2	3	3	5	4	2	1	5	79
2	5	4	3	3	3	4	4	4	2	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	85
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	5	5	5	3	4	4	5	4	4	85
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	2	4	83
5	4	4	2	3	3	5	4	3	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	2	5	84
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	4	5	4	3	2	4	92
7	3	2	4	3	4	4	4	3	5	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	2	4	76
8	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	2	4	4	5	3	4	4	1	4	84
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	3	97
10	4	4	2	4	4	4	5	5	5	5	4	5	3	4	4	4	5	4	4	2	4	85
11	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	2	5	83
12	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	5	2	5	4	4	3	4	3	4	5	77
13	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	79
14	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	2	4	4	3	4	82
15	4	4	3	3	2	3	3	4	2	4	2	2	3	4	4	5	4	4	5	5	5	75
16	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	2	4	82
17	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	97
18	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	80
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	1	4	4	4	5	81
20	3	3	5	4	2	5	5	5	3	4	3	3	3	2	3	4	5	4	4	4	5	79
21	2	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	2	4	75
22	4	4	2	4	3	4	4	4	3	3	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	82
23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	4	4	3	3	4	4	3	5	92
24	4	4	2	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	5	80
25	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	5	5	2	2	2	4	4	4	2	2	4	73
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	84
27	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	85
28	5	5	3	5	3	5	5	5	2	4	5	5	4	2	4	3	4	3	4	2	4	82
29	4	4	1	3	2	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	5	3	4	5	2	4	74
30	4	4	3	3	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	3	5	90
31	5	5	2	4	3	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	5	3	83

32	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	3	4	3	3	4	4	4	5	4	4	4	5	3	4	83	
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	84	
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	3	2	2	2	5	5	3	2	4	80	
35	5	5	2	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	91	
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	88	
37	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	2	5	4	3	5	85	
38	3	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	2	5	4	4	4	5	87	
39	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	5	3	4	5	4	4	91	
40	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	83	
41	5	5	4	4	5	3	3	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	92	
42	1	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	76	
43	1	5	2	2	4	4	4	5	5	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	80	
44	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	5	85	
45	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	1	4	4	3	5	86	
46	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	2	5	5	4	5	5	4	2	4	2	4	4	4	3	4	89
47	5	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	80	
48	5	5	5	5	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	85	
49	5	5	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	5	4	4	5	4	86	
50	4	5	5	5	5	2	4	5	5	5	2	2	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	5	4	5	87	
51	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	3	5	4	5	4	5	90	
52	5	5	5	5	5	2	3	4	5	4	5	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	5	85	
53	4	3	4	4	4	2	4	4	4	4	2	4	5	4	4	5	4	4	2	3	4	3	4	1	4	74	
54	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	2	5	4	4	4	5	2	4	4	4	5	4	4	4	2	85	
55	5	2	4	4	2	4	4	4	4	4	4	1	1	2	2	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	69	
56	5	5	5	5	2	3	4	4	4	4	3	3	1	4	4	4	4	4	2	5	4	2	2	4	4	75	
57	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	91	
58	5	5	3	4	3	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	3	3	5	93	
59	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	3	5	5	4	4	4	5	92	
60	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	3	5	5	5	96	
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	87	
62	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	103	
63	4	5	5	5	2	4	4	4	4	4	2	2	5	3	3	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	76	
64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	84	
65	3	4	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	97	

Lampiran 7. Tabulasi Variabel Persepsi Harga

Responden	PERSEPSI HARGA								
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2
1	5	5	5	5	5	5	5	4	39
2	4	4	4	4	4	4	3	4	31
3	3	4	4	4	2	3	2	4	26
4	5	5	5	4	4	4	4	2	33
5	5	4	5	5	5	5	5	5	39
6	5	5	4	4	4	4	4	3	33
7	5	4	4	4	4	4	4	4	33
8	5	5	5	5	5	5	5	4	39
9	5	5	5	5	5	5	5	4	39
10	5	5	5	5	5	5	5	5	40
11	4	4	4	5	5	4	4	4	34
12	4	4	4	4	4	4	3	4	31
13	4	4	4	4	4	4	4	4	32
14	4	4	5	5	5	5	4	4	36
15	4	4	4	4	4	3	3	3	29
16	5	4	5	5	5	5	5	2	36
17	4	5	5	5	5	5	5	5	39
18	4	4	3	3	4	4	3	4	29
19	4	4	4	4	4	4	4	5	33
20	5	5	5	5	4	4	4	5	37
21	4	4	4	4	3	4	3	4	30
22	4	4	4	4	4	4	4	4	32
23	5	5	5	5	5	5	5	5	40
24	4	4	4	5	3	4	4	5	33
25	5	4	5	5	4	5	5	4	37
26	4	4	4	4	4	4	4	4	32
27	4	4	4	4	5	5	4	4	34
28	4	4	4	4	4	4	4	4	32
29	4	4	5	5	4	4	4	4	34
30	5	5	4	4	4	4	5	5	36
31	4	3	5	4	3	5	4	4	32
32	4	4	4	4	4	4	4	3	31
33	4	4	4	4	4	4	4	5	33
34	4	5	4	5	4	4	5	4	35
35	5	4	5	5	5	5	5	4	38
36	4	4	4	4	4	3	4	4	31
37	4	4	5	4	4	5	5	5	36
38	5	5	5	5	5	4	4	4	37
39	4	3	5	4	4	4	3	5	32
40	4	4	3	4	3	3	3	4	28
41	4	4	4	4	4	4	4	4	32
42	5	4	5	5	5	5	5	5	39
43	5	5	5	4	4	5	4	4	36

44	4	1	4	4	3	4	4	4	28
45	4	1	5	2	2	4	2	5	25
46	3	4	4	4	4	4	4	4	31
47	4	4	4	4	5	5	4	5	35
48	4	5	5	5	5	5	5	4	38
49	4	5	4	3	4	4	4	3	31
50	4	5	5	5	5	5	5	4	38
51	4	5	5	5	5	5	5	2	36
52	4	4	5	5	5	5	5	4	37
53	4	4	4	4	4	4	5	4	33
54	4	5	5	5	5	5	5	4	38
55	5	4	3	4	4	4	4	3	31
56	5	5	5	5	5	5	5	4	39
57	4	5	2	4	4	4	4	5	32
58	4	5	5	5	5	5	5	4	38
59	5	5	5	5	5	5	5	4	39
60	4	5	5	3	4	4	4	4	33
61	4	4	4	4	4	4	4	3	31
62	4	5	5	5	5	5	5	2	36
63	5	4	4	4	4	4	4	4	33
64	4	5	5	5	5	5	5	5	39
65	4	4	5	5	5	5	5	4	37
66	5	4	4	4	4	4	4	4	33
67	5	3	4	3	4	4	4	4	31
68	4	4	4	4	4	4	4	4	32
69	3	4	4	4	5	5	5	4	34
70	4	5	5	5	4	4	4	5	36
71	3	4	4	4	5	4	4	5	33
72	4	2	5	5	4	4	5	4	33
73	4	5	5	5	5	4	5	4	37
74	4	5	5	5	5	4	4	4	36
75	5	4	4	4	4	4	4	4	33
76	5	4	4	4	4	4	4	4	33
77	3	5	5	5	5	5	5	4	37
78	4	4	4	3	4	4	3	4	30
79	4	5	4	5	4	4	5	3	34
80	4	5	4	3	5	5	4	4	34
81	4	5	4	5	5	5	5	4	37
82	3	3	3	3	4	4	4	2	26
83	4	4	4	4	4	4	4	4	32
84	5	5	4	5	5	5	5	5	39
85	4	5	5	4	4	4	5	5	36
86	3	3	3	3	3	3	3	4	25
87	4	4	2	2	3	3	4	4	26
88	4	4	4	4	4	4	4	4	32
89	4	5	4	5	5	5	4	3	35

90	4	4	4	5	4	4	3	4	32
91	4	5	4	5	4	4	4	3	33
92	4	5	4	5	5	5	5	4	37
93	3	4	4	3	3	3	3	3	26
94	3	2	2	4	3	3	4	4	25
95	4	4	2	2	1	4	4	5	26
96	4	4	3	4	4	3	2	4	28
97	4	3	3	4	4	4	4	4	30
JUMLAH	405	409	412	414	408	414	406	389	3257

Lampiran 8. Tabulasi Variabel Kualitas Produk

Responden	KUALITAS PRODUK										
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	X3.10	X3
1	5	5	5	5	4	3	5	5	5	4	46
2	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	40
3	3	4	4	4	5	1	2	2	2	4	31
4	5	5	5	4	4	2	4	4	4	2	39
5	5	4	5	5	5	3	5	4	5	5	46
6	5	5	4	4	3	2	4	4	5	3	39
7	5	4	4	4	4	2	4	2	4	4	37
8	5	5	5	5	5	4	5	3	5	4	46
9	5	5	5	5	5	3	5	5	5	4	47
10	5	5	5	5	4	2	5	5	5	5	46
11	4	4	4	5	4	2	4	3	3	4	37
12	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	37
13	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	41
14	4	4	5	5	3	2	4	4	4	4	39
15	4	4	4	4	5	4	3	3	2	3	36
16	5	4	5	5	4	3	5	5	5	2	43
17	4	5	5	5	4	2	5	5	5	5	45
18	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	36
19	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	44
20	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	43
21	3	3	4	4	4	2	3	3	4	4	34
22	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	38
23	3	4	5	5	4	3	5	5	5	5	44
24	2	4	4	5	4	5	4	4	4	5	41
25	3	4	5	5	3	2	5	4	5	4	40
26	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
27	4	5	4	4	5	4	4	2	5	4	41
28	5	5	4	4	3	2	4	4	4	4	39
29	4	4	5	5	3	2	4	4	4	4	39
30	5	5	4	4	4	3	5	4	5	5	44
31	4	4	5	4	3	3	4	4	4	4	39
32	4	3	4	4	4	3	4	4	5	3	38
33	2	3	4	4	4	5	4	4	4	5	39
34	4	4	4	5	4	3	5	4	5	4	42
35	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	48
36	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	42
37	3	4	5	4	4	3	5	5	5	5	43
38	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	47
39	4	4	5	4	3	2	3	3	4	5	37
40	5	5	3	4	4	3	3	3	3	4	37
41	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	41
42	5	5	5	5	4	2	5	5	5	5	46
43	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	43

44	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	42
45	4	4	5	2	4	4	2	5	4	5	39
46	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	38
47	4	4	4	4	4	1	4	4	4	5	38
48	5	5	5	5	4	1	5	5	5	4	44
49	5	4	4	3	4	2	4	4	4	3	37
50	5	3	5	5	2	1	5	5	5	4	40
51	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	47
52	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	46
53	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
54	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
55	5	5	3	4	4	4	4	5	5	3	42
56	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
57	4	4	2	4	4	4	4	4	4	5	39
58	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	47
59	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	48
60	4	5	5	3	4	4	4	5	4	4	42
61	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	38
62	4	4	5	5	5	5	5	5	5	2	45
63	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
64	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	48
65	5	5	1	5	3	5	4	5	5	4	42
66	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
67	5	3	4	3	4	3	4	4	4	4	38
68	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
69	3	4	4	4	5	4	5	5	5	4	43
70	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	44
71	3	4	4	4	5	3	4	4	4	5	40
72	4	2	5	5	4	2	5	4	4	4	39
73	4	5	5	5	5	3	5	5	4	4	45
74	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	44
75	5	4	4	4	4	2	4	4	4	4	39
76	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
77	3	5	5	5	5	3	5	5	5	4	45
78	4	4	4	3	4	2	3	4	4	4	36
79	4	5	4	5	4	4	5	5	5	3	44
80	4	5	4	3	5	4	4	3	4	4	40
81	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	47
82	3	3	3	3	4	4	4	4	4	2	34
83	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
84	5	5	4	5	3	4	5	5	5	5	46
85	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	45
86	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	31
87	4	4	2	2	3	3	4	3	2	4	31
88	4	4	4	4	4	3	4	2	2	4	35
89	4	5	4	5	5	5	4	5	5	3	45

90	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	40
91	4	5	4	5	4	4	4	4	4	3	41
92	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	47
93	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	32
94	3	2	2	4	3	2	4	1	4	4	29
95	4	4	2	2	1	1	4	1	4	5	28
96	4	4	3	4	4	3	2	3	4	4	35
97	4	3	3	3	2	1	3	4	4	4	31
JUMLAH	400	411	408	413	395	331	404	394	414	389	3959

Lampiran 9. Tabulasi Variabel Loyalitas Pelanggan

Responden	LOYALITAS PELANGGAN						
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y
1	4	4	5	4	4	4	25
2	4	4	3	1	3	5	20
3	4	4	4	5	5	5	27
4	4	4	3	4	4	1	20
5	4	4	4	1	3	4	20
6	4	5	5	3	4	2	23
7	4	4	4	3	1	4	20
8	4	4	5	1	3	3	20
9	4	4	5	2	2	4	21
10	4	4	5	3	4	4	24
11	4	4	3	3	1	3	18
12	3	4	4	4	4	4	23
13	4	5	4	5	4	3	25
14	4	4	4	4	3	4	23
15	4	4	4	3	1	5	21
16	1	4	2	4	1	3	15
17	5	5	5	4	3	4	26
18	4	2	4	2	4	3	19
19	4	4	2	3	3	5	21
20	3	4	4	4	4	3	22
21	3	4	3	3	4	4	21
22	3	4	4	4	2	4	21
23	2	4	4	4	4	4	22
24	4	4	4	1	4	4	21
25	4	4	4	4	4	5	25
26	2	4	4	5	3	4	22
27	2	4	5	5	4	5	25
28	3	4	5	3	4	3	22
29	3	3	4	3	4	3	20
30	3	4	5	4	4	4	24
31	4	4	4	3	3	2	20
32	2	3	3	4	4	4	20
33	5	1	3	4	4	2	19
34	5	5	4	4	4	4	26
35	3	4	5	1	1	1	15
36	2	5	4	5	5	5	26
37	1	3	4	4	4	4	20
38	3	4	5	4	4	5	25
39	3	4	4	3	3	3	20
40	2	4	5	2	4	3	20
41	4	4	3	3	3	4	21
42	5	5	3	2	4	4	23
43	4	4	4	4	4	4	24

44	4	4	4	3	4	3	22
45	4	4	4	5	4	4	25
46	4	4	4	3	2	2	19
47	4	4	4	4	2	4	22
48	4	4	5	4	4	4	25
49	4	4	3	5	4	2	22
50	3	3	3	3	3	4	19
51	4	3	2	4	4	2	19
52	4	4	4	4	2	4	22
53	4	4	4	3	4	3	22
54	5	5	5	4	4	4	27
55	5	5	5	3	4	5	27
56	4	4	5	4	4	4	25
57	4	4	4	4	2	4	22
58	4	4	4	4	4	4	24
59	4	3	4	2	3	4	20
60	4	4	5	4	3	4	24
61	5	4	4	3	2	4	22
62	5	4	4	5	4	4	26
63	5	4	4	2	4	4	23
64	5	4	4	3	5	4	25
65	3	4	4	3	2	4	20
66	4	3	3	3	2	4	19
67	4	3	3	3	1	3	17
68	4	4	3	1	3	4	19
69	4	4	4	4	4	3	23
70	4	4	4	4	2	3	21
71	2	1	2	3	3	2	13
72	1	4	3	2	4	2	16
73	4	4	3	5	3	5	24
74	4	4	4	4	2	5	23
75	2	3	2	3	2	2	14
76	2	4	4	1	3	4	18
77	4	3	3	4	3	4	21
78	3	4	4	4	2	3	20
79	4	1	4	2	3	5	19
80	4	5	3	2	1	5	20
81	4	4	4	4	4	4	24
82	3	3	3	3	1	3	16
83	4	3	3	2	1	1	14
84	4	4	4	5	5	5	27
85	4	5	5	4	5	5	28
86	3	3	3	3	2	4	18
87	4	4	2	2	3	2	17
88	4	4	2	4	4	1	19
89	4	5	1	3	5	3	21

90	4	4	4	3	4	4	23
91	4	5	2	3	4	3	21
92	4	5	4	5	5	3	26
93	1	4	4	2	3	3	17
94	3	2	2	1	1	2	11
95	4	2	3	2	1	4	16
96	2	4	3	3	4	4	20
97	1	3	3	1	3	2	13
JUMLAH	347	372	362	316	312	346	2055

Lampiran 10. Hasil Uji Validitas Variabel Promosi

		Correlations																				
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	X1.13	X1.14	X1.15	X1.16	X1.17	X1.18	X1.19	X1.20	Promosi
X1.1	Pearson Correlation	1	.429 ^{**}	.279 ^{**}	.612 ^{**}	.280 ^{**}	.298 ^{**}	.124	.109	.195	.249 ^{**}	.270 ^{**}	.152	.092	-.039	.166	.118	.074	.052	.165	.067	.509 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.000	.006	.000	.005	.003	.227	.286	.055	.014	.008	.138	.372	.705	.104	.249	.472	.615	.106	.513	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X1.2	Pearson Correlation	.429 ^{**}	1	.398 ^{**}	.391 ^{**}	.340 ^{**}	.232 ^{**}	.177	.320 ^{**}	.229	.338 ^{**}	.521 ^{**}	.193	.120	-.132	.068	.120	.118	.162	.195	.072	.582 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.001	.022	.083	.001	.024	.001	.000	.058	.242	.198	.510	.240	.249	.112	.055	.481	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X1.3	Pearson Correlation	.279 ^{**}	.398 ^{**}	1	.539 ^{**}	.425 ^{**}	.039	.009	.092	.245	.062	.080	.072	.056	-.121	-.043	-.173	.180	.070	-.051	.152	.368 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.006	.000		.000	.000	.703	.927	.368	.016	.543	.433	.485	.584	.238	.674	.090	.078	.495	.621	.137	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X1.4	Pearson Correlation	.612 ^{**}	.391 ^{**}	.539 ^{**}	1	.433 ^{**}	.225 ^{**}	.262 ^{**}	.269 ^{**}	.341 ^{**}	.176	.170	.171	.298 ^{**}	-.050	.107	-.035	.108	.004	.151	.096	.563 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.027	.009	.008	.001	.085	.097	.094	.003	.626	.297	.732	.295	.972	.140	.347	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X1.5	Pearson Correlation	.280 ^{**}	.340 ^{**}	.425 ^{**}	.433 ^{**}	1	.220 ^{**}	.179	.244 ^{**}	.534 ^{**}	.393 ^{**}	.389 ^{**}	.348 ^{**}	.297 ^{**}	.120	.150	.113	.169	.027	.484 ^{**}	.144	.687 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.005	.001	.000	.000		.030	.079	.016	.000	.000	.000	.000	.003	.243	.142	.270	.097	.793	.000	.159	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X1.6	Pearson Correlation	.298 ^{**}	.232 ^{**}	.039	.225 ^{**}	.220 ^{**}	1	.593 ^{**}	.285 ^{**}	.231	.432 ^{**}	.438 ^{**}	.236	.171	-.037	.185	.327 ^{**}	.067	.141	.212 ^{**}	.049	.566 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.003	.022	.703	.027	.030		.000	.005	.023	.000	.000	.020	.094	.719	.070	.001	.515	.167	.037	.637	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X1.7	Pearson Correlation	.124	.177	.009	.262 ^{**}	.179	.593 ^{**}	1	.368 ^{**}	.257	.295 ^{**}	.365 ^{**}	.299 ^{**}	.283 ^{**}	.047	.176	.176	.043	.114	.092	-.035	.487 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.227	.083	.927	.009	.079	.000		.000	.011	.003	.000	.003	.005	.646	.084	.084	.679	.268	.370	.734	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X1.8	Pearson Correlation	.109	.320 ^{**}	.092	.269 ^{**}	.244	.285 ^{**}	.368 ^{**}	1	.147	.057	.161	.063	.209 ^{**}	-.015	.118	.064	.022	.123	.145	-.100	.418 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.286	.001	.368	.008	.016	.005	.000		.151	.579	.116	.538	.040	.884	.250	.533	.829	.230	.157	.328	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X1.9	Pearson Correlation	.195	.229 ^{**}	.245 ^{**}	.341 ^{**}	.534 ^{**}	.231 ^{**}	.257 ^{**}	.147	1	.315 ^{**}	.265 ^{**}	.291 ^{**}	.202 ^{**}	.237 ^{**}	.033	.014	.132	.087	.164	.084	.562 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.055	.024	.016	.001	.000	.023	.011	.151		.002	.009	.004	.047	.019	.748	.892	.198	.396	.108	.415	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X1.10	Pearson Correlation	.249 ^{**}	.338 ^{**}	.062	.176	.393 ^{**}	.432 ^{**}	.295 ^{**}	.057	.315 ^{**}	1	.566 ^{**}	.282 ^{**}	.196	-.031	.227 ^{**}	.234 ^{**}	.094	-.076	.342 ^{**}	.104	.564 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.014	.001	.543	.085	.000	.000	.003	.579	.002		.000	.005	.054	.765	.025	.021	.362	.458	.001	.311	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X1.11	Pearson Correlation	.270 ^{**}	.521 ^{**}	.080	.170	.389 ^{**}	.438 ^{**}	.365 ^{**}	.161	.265 ^{**}	.566 ^{**}	1	.515 ^{**}	.174	-.043	.110	.119	.094	.045	.165	-.024	.585 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.008	.000	.433	.097	.000	.000	.000	.116	.009	.000		.000	.088	.677	.282	.246	.361	.661	.107	.816	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X1.12	Pearson Correlation	.152	.193	.072	.171	.348 ^{**}	.236 ^{**}	.299 ^{**}	.063	.291 ^{**}	.282 ^{**}	.515 ^{**}	1	.073	-.028	.008	.231 ^{**}	-.057	-.015	.143	-.025	.425 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.138	.058	.485	.094	.000	.020	.003	.538	.004	.005	.000		.479	.782	.939	.023	.580	.887	.161	.805	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X1.13	Pearson Correlation	.092	.120	.056	.298 ^{**}	.297 ^{**}	.171	.283 ^{**}	.209 ^{**}	.202	.196	.174	.073	1	.213 ^{**}	.411 ^{**}	.053	.142	.094	.315 ^{**}	.150	.480 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.372	.242	.584	.003	.003	.094	.005	.040	.047	.054	.088	.479		.036	.000	.603	.167	.361	.002	.142	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X1.14	Pearson Correlation	-.039	-.132	-.121	-.050	.120	-.037	.047	-.015	.237	-.031	-.043	-.028	.213 ^{**}	1	.448 ^{**}	.115	-.056	-.086	.251 ^{**}	.305 ^{**}	.229 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.705	.198	.238	.626	.243	.719	.646	.884	.019	.765	.677	.782	.036		.000	.262	.589	.400	.013	.002	.024
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X1.15	Pearson Correlation	.166	.068	-.043	.107	.150	.185	.176	.118	.033	.227 ^{**}	.110	.008	.411 ^{**}	.448 ^{**}	1	.297 ^{**}	.024	-.060	.326 ^{**}	.343 ^{**}	.436 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.104	.510	.674	.297	.142	.070	.084	.250	.748	.025	.282	.939	.000	.000		.003	.816	.558	.001	.001	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X1.16	Pearson Correlation	.118	.120	-.173	-.035	.113	.327 ^{**}	-.176	.064	.014	.234 ^{**}	.119	.231 ^{**}	.053	.115	.297 ^{**}	1	-.042	-.087	.345 ^{**}	.135	.344 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.249	.240	.090	.732	.270	.001	.084	.533	.892	.021	.246	.023	.603	.262	.003		.684	.398	.001	.189	.001
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X1.17	Pearson Correlation	.074	.118	.180	.108	.169	.067	.043	.022	.132	.094	.094	-.057	.142	-.056	.024	-.042	1	.063	.013	.153	.265 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.472	.249	.078	.295	.097	.515	.679	.829	.198	.362	.361	.580	.167	.589	.816	.684		.540	.900	.135	.009
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X1.18	Pearson Correlation	.052	.162	.070	.004	.027	.141	.114	.123	.087	-.076	.045	-.015	.094	-.086	-.060	-.087	.063	1	.017	.056	.185
	Sig. (2-tailed)	.615	.112	.495	.972	.793	.167	.268	.230	.396	.458	.661	.887	.361	.400	.558	.398	.540		.868	.586	.070
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X1.19	Pearson Correlation	.165	.195	-.051	.151	.484 ^{**}	.212 ^{**}	.092	.145	.164	.342 ^{**}	.165	.143	.315 ^{**}	.251 ^{**}	.326 ^{**}	.345 ^{**}	.013	.017	1	.259 ^{**}	.514 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.106	.055	.621	.140	.000	.037	.370	.157	.108	.001	.107	.161	.002	.013	.001	.001	.900	.868		.010	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X1.20	Pearson Correlation	.067	.072	.152	.096	.144	.049	-.035	-.100	.084	.104	-.024	-.025	.150	.305 ^{**}	.343 ^{**}	.135	.153	.056	.259 ^{**}	1	.348 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.513	.481	.137	.347	.159	.637	.734	.328	.415	.311	.816	.805	.142	.002	.001	.189	.135	.586	.010		.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X1.21	Pearson Correlation	.016	.064	-.099	.007	.073	.125	.108	.339 ^{**}	.371 ^{**}	.071	.141	.049	.167	.257 ^{**}	.144	.106	-.053	.129	.104	.074	.318 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.880	.536	.335	.949	.477	.221	.294	.001	.000	.491	.170	.634	.103	.011	.159	.300	.6				

Lampiran 11. Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Harga

Correlations										
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	Harga
X2.1	Pearson Correlation	1	.271**	.326**	.273**	.267**	.332**	.307**	.070	.507**
	Sig. (2-tailed)		.007	.001	.007	.008	.001	.002	.496	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X2.2	Pearson Correlation	.271**	1	.296**	.443**	.535**	.376**	.440**	-.056	.644**
	Sig. (2-tailed)	.007		.003	.000	.000	.000	.000	.585	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X2.3	Pearson Correlation	.326**	.296**	1	.586**	.528**	.605**	.443**	.051	.727**
	Sig. (2-tailed)	.001	.003		.000	.000	.000	.000	.617	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X2.4	Pearson Correlation	.273**	.443**	.586**	1	.667**	.532**	.587**	.014	.787**
	Sig. (2-tailed)	.007	.000	.000		.000	.000	.000	.893	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X2.5	Pearson Correlation	.267**	.535**	.528**	.667**	1	.683**	.627**	-.059	.814**
	Sig. (2-tailed)	.008	.000	.000	.000		.000	.000	.566	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X2.6	Pearson Correlation	.332**	.376**	.605**	.532**	.683**	1	.693**	.086	.806**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000		.000	.403	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X2.7	Pearson Correlation	.307**	.440**	.443**	.587**	.627**	.693**	1	.034	.784**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000	.000	.000	.000		.738	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X2.8	Pearson Correlation	.070	-.056	.051	.014	-.059	.086	.034	1	.210
	Sig. (2-tailed)	.496	.585	.617	.893	.566	.403	.738		.039
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Harga	Pearson Correlation	.507**	.644**	.727**	.787**	.814**	.806**	.784**	.210	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.039	
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97

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

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

Lampiran 12. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk

Correlations												
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	X3.10	Kualitas_Pr oduk
X3.1	Pearson Correlation	1	.445**	.142	.178	.002	-.058	.237	.232	.275**	-.135	.374**
	Sig. (2-tailed)		.000	.164	.080	.982	.575	.019	.022	.006	.187	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X3.2	Pearson Correlation	.445**	1	.242	.317**	.278**	.236	.283**	.358**	.322**	-.005	.587**
	Sig. (2-tailed)	.000		.017	.002	.006	.020	.005	.000	.001	.962	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X3.3	Pearson Correlation	.142	.242	1	.505**	.347**	.040	.426**	.494**	.366**	.048	.619**
	Sig. (2-tailed)	.164	.017		.000	.000	.699	.000	.000	.000	.639	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X3.4	Pearson Correlation	.178	.317**	.505**	1	.334**	.202	.588**	.484**	.498**	.014	.708**
	Sig. (2-tailed)	.080	.002	.000		.001	.047	.000	.000	.000	.893	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X3.5	Pearson Correlation	.002	.278**	.347**	.334**	1	.552**	.208	.287**	.164	-.093	.567**
	Sig. (2-tailed)	.982	.006	.000	.001		.000	.041	.004	.109	.366	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X3.6	Pearson Correlation	-.058	.236	.040	.202	.552**	1	.166	.352**	.216	-.089	.528**
	Sig. (2-tailed)	.575	.020	.699	.047	.000		.104	.000	.034	.385	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X3.7	Pearson Correlation	.237	.283**	.426**	.588**	.208	.166	1	.542**	.659**	.035	.708**
	Sig. (2-tailed)	.019	.005	.000	.000	.041	.104		.000	.000	.737	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X3.8	Pearson Correlation	.232	.358**	.494**	.484**	.287**	.352**	.542**	1	.637**	-.048	.772**
	Sig. (2-tailed)	.022	.000	.000	.000	.004	.000	.000		.000	.640	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X3.9	Pearson Correlation	.275**	.322**	.366**	.498**	.164	.216	.659**	.637**	1	.053	.720**
	Sig. (2-tailed)	.006	.001	.000	.000	.109	.034	.000	.000		.609	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X3.10	Pearson Correlation	-.135	-.005	.048	.014	-.093	-.089	.035	-.048	.053	1	.111
	Sig. (2-tailed)	.187	.962	.639	.893	.366	.385	.737	.640	.609		.280
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Kualitas_Pr oduk	Pearson Correlation	.374**	.587**	.619**	.708**	.567**	.528**	.708**	.772**	.720**	.111	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.280	
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97

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

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

Lampiran 13. Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan

Correlations								
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Loyalitas
Y1	Pearson Correlation	1	,198	,140	,081	,073	,156	,462**
	Sig. (2-tailed)		,052	,173	,432	,478	,127	,000
	N	97	97	97	97	97	97	97
Y2	Pearson Correlation	,198	1	,307**	,230*	,275**	,225*	,600**
	Sig. (2-tailed)	,052		,002	,023	,006	,027	,000
	N	97	97	97	97	97	97	97
Y3	Pearson Correlation	,140	,307**	1	,151	,208*	,332**	,586**
	Sig. (2-tailed)	,173	,002		,141	,041	,001	,000
	N	97	97	97	97	97	97	97
Y4	Pearson Correlation	,081	,230*	,151	1	,348**	,215*	,615**
	Sig. (2-tailed)	,432	,023	,141		,000	,034	,000
	N	97	97	97	97	97	97	97
Y5	Pearson Correlation	,073	,275**	,208*	,348**	1	,143	,620**
	Sig. (2-tailed)	,478	,006	,041	,000		,162	,000
	N	97	97	97	97	97	97	97
Y6	Pearson Correlation	,156	,225*	,332**	,215*	,143	1	,595**
	Sig. (2-tailed)	,127	,027	,001	,034	,162		,000
	N	97	97	97	97	97	97	97
Loyalitas	Pearson Correlation	,462**	,600**	,586**	,615**	,620**	,595**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	97	97	97	97	97	97	97

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

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

Lampiran 14. Hasil Uji Reliabilitas menggunakan SPSS**1. Variabel Promosi**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,798	21

2. Variabel Persepsi Harga

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,815	8

3. Variabel Kualitas Produk

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,763	10

4. Variabel Loyalitas Pelanggan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,599	6

Lampiran 15. Hasil Uji Parsial Pengaruh Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan

Uji Korelasi Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.147 ^a	.022	.011	3,46316
a. Predictors: (Constant), Promosi (X1)				

Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15,702	3,794		4,139	,000
	Promosi (X1)	,066	,045	,147	1,452	,150
a. Dependent Variable: LoyalitasPelanggan (Y)						

Lampiran 16. Hasil Uji Parsial Pengaruh Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan

Uji Korelasi Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.381 ^a	,145	,136	3,23688
a. Predictors: (Constant), Persepsi Harga (X2)				

Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9,598	2,901		3,308	,001
	Persepsi Harga (X2)	,345	,086	,381	4,020	,000
a. Dependent Variable: LoyalitasPelanggan (Y)						

Lampiran 17. Hasil Uji Parsial Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan

Uji Korelasi Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.497 ^a	.247	.239	3,03903
a. Predictors: (Constant), KualitasProduk (X3)				

Uji T

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,064	2,729		2,222	,029
	KualitasProduk (X3)	,371	,066	,497	5,577	,000
a. Dependent Variable: LoyalitasPelanggan (Y)						

Lampiran 18 Hasil Uji Parsial Pengaruh Promosi, Persepsi Harga dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan


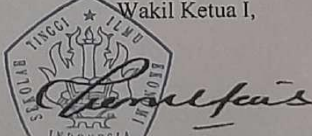

Uji Determinasi Berganda

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.510 ^a	.260	.236	3,04401
a. Predictors: Promosi (X1), Persepsi Harga (X2), KualitasProduk (X3)				

Uji Simultan (F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	302,921	3	100,974	10,897	.000 ^b
	Residual	861,739	93	9,266		
	Total	1164,660	96			
a. Dependent Variable: LoyalitasPelanggan (Y)						
b. Predictors: (Constant) Promosi (X1), Persepsi Harga (X2), KualitasProduk (X3).						

Lampiran 19. Surat keterangan izin riset

 1969 STEI	SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (INDONESIA COLLEGE OF ECONOMICS)	S-1 Akuntansi S-1 Manajemen D-3 Akuntansi D-3 Manajemen Perdagangan TERAKREDITASI B S-2 Akuntansi S-2 Manajemen INSTITUSI Perguruan Tinggi												
Nomor : 362/BAA-AD/STEI/VII/2021 Lampiran : Proposal Penelitian Perihal : <u>Permohonan Izin Riset Bagi Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia</u>														
<p>Kepada Yth: INDOMARET DRIVE THRU TOMANG Jl. Tomang Raya No.41, RT.12/RW.5, Tomang, Kec. Grogol petamburan, Kota Jakarta Barat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 11440.</p>														
Dengan Hormat, Sesuai dengan ketentuan yang berlaku, setiap mahasiswa diwajibkan untuk menyusun Karya Tulis Akhir (Skripsi) dan mempertahankan dihadapan suatu panitia penguji sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi. Sehubungan dengan hal tersebut, mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) :														
<table border="0"> <tr> <td style="padding-right: 10px;">Nama</td> <td>: Ratna Wani Sinurat</td> <td></td> </tr> <tr> <td>NPK</td> <td>: 21160000287</td> <td>No. HP : 081293648400</td> </tr> <tr> <td>Program Studi</td> <td>: S1 – Manajemen</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Judul KTA</td> <td colspan="2">: Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan.</td> </tr> </table>			Nama	: Ratna Wani Sinurat		NPK	: 21160000287	No. HP : 081293648400	Program Studi	: S1 – Manajemen		Judul KTA	: Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan.	
Nama	: Ratna Wani Sinurat													
NPK	: 21160000287	No. HP : 081293648400												
Program Studi	: S1 – Manajemen													
Judul KTA	: Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan.													
<p>Bermaksud untuk mengadakan riset dalam bidang manajemen dengan topik yang ingin dibahas seperti yang dimuat dalam proposal penelitian terlampir pada Instansi yang Bapak pimpin. Perlu kami tambahkan bahwa kode etik Perguruan Tinggi menjamin kerahasiaan data dan informasi yang diperoleh.</p> <p>Sebagai bukti pelaksanaan riset, maka satu set laporan hasil penelitian (Skripsi) nantinya akan diserahkan kepada Manajemen Instansi oleh mahasiswa yang bersangkutan.</p> <p>Pimpinan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, Mengucapkan terima kasih atas bantuan dan kerjasamanya.</p>														
Jakarta, 06 Juli 2021 SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA Wakil Ketua I,  Dr. Lies Zulfiati, SE., M.Si., Ak., CA NIK. 010999089														
														
<p>Note : menyebarkan kuesioner melalui form cetak & google form pd konsumen</p>														

