

LAMPIRAN

Lampiran 1.1 Kuesioner Penelitian

**Pengaruh Fasilitas dan Persepsi Harga Terhadap
Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan
Konsumen
(Studi Konsumen Power Gym, Jakarta Utara)**

***Wajib**

Kepada Yth,

Pelanggan Power Gym Jakarta Utara

Dengan hormat,

Bersama ini, saya:

Nama : Febri Putera Perdana

NPK 21180000238

Program Studi : S1 Manajemen

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.

Saat ini saya sedang melakukan penelitian skripsi di bidang pemasaran yang berhubungan dengan Konsumen Power Gym Jakarta Utara. Saya berharap agar bapak/ibu/saudara/i untuk bersedia menjawab kuesioner ini dengan kondisi yang sebenarnya. Identitas dan jawaban Bapak/Ibu/Saudara/i akan dirahasiakan dan hasilnya semata-mata digunakan dalam lingkup yang terbatas.

Selanjutnya peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini.

Hormat Saya,

Febri Putera Perdana

Keterangan :

1. STS = Sangat Tidak Setuju 2. TS = Tidak Setuju 3. RR=Ragu-Ragu
4. S = Setuju 5. SS = Sangat Setuju

PENGARUH FASILITAS (FLS)

No	Pernyataan	Jawaban Responden				
		STS	TS	RR	S	SS
1	Power Gym memiliki ruang latihan yang luas untuk berlatih					
2	Power Gym memiliki ruang latihan yang bersih dan nyaman sehingga member senang latihan					
3	Power Gym memiliki peralatan yang cukup tersedia untuk berlatih					
4	Tata pencahayaan dan corak warna yang ada di Power Gym bisa membuat member makin semangat berlatih					
5	Fasilitas yang tersedia cukup memadai seperti adanya toilet dan tempat paker					

PERSEPSI HARGA (HRG)

No	Pernyataan	Jawaban Responden				
		STS	TS	RR	S	SS
1	Harga masih terjangkau atau sesuai dengan daya beli masyarakat					
2	Harga jualnya sesuai dengan kualitas produk					

3	Harga produknya bersaing dengan produk lain yang sejenis					
4	Harga yang tersedia sesuai dengan manfaat yang di terima					

KEPUASAN KONSUMEN (KKS)

No	Pernyataan	Jawaban Responden				
		STS	TS	RR	S	SS
1	Saya puas karena produk dan jasa di Power Gym sesuai dengan keinginan					
2	Saya rutin membeli produk dan jasa di Power Gym					
3	Saya puas berlatih di Power Gym					
4	Selama berlatih di Power Gym daya tahan tubuh saya terjaga					
5	Saya bersedia merekomendasikan Power Gym kepada siapa saja karena kepuasan yang diberikan kepada konsumen					

LOYALITAS PELANGGAN (LPL)

No	Pernyataan	Jawaban Responden				
		STS	TS	RR	S	SS
1	Saya selalu membeli ulang produk dan jasa Power Gym setiap bulan, minggu, hari					
2	Saya selalu membeli produk dan jasa yang ada Power Gym					
3	Saya merekomendasikan Power Gym					

	kepada keluarga, teman, dan kerabat					
4	Bagi saya Power Gym adalah tempat fitness/gym yang terbaik dibandingkan yang lain dan tidak akan berpindah ke tempat fitness atau gym lain nya					

Lampiran 1.2 Tabulasi Pengaruh Fasilitas (X1)

No	Pengaruh Fasilitas					Total
	X1.1	X2.2	X3.3	X4.4	X5.5	
1	3	4	4	3	5	19
2	4	4	5	4	4	21
3	5	4	5	4	5	23
4	5	5	5	5	5	25
5	4	5	5	5	5	24
6	5	5	5	5	5	25
7	5	5	5	5	5	25
8	5	5	5	5	5	25
9	5	5	4	5	4	23
10	4	4	4	4	4	20
11	4	5	2	3	4	18
12	5	5	5	5	5	25
13	4	4	4	4	4	20
14	1	1	1	1	1	5
15	4	4	4	4	4	20
16	4	5	5	4	5	23
17	4	3	4	3	4	18
18	4	4	4	2	4	18
19	4	4	4	4	4	20
20	4	4	4	4	4	20
21	4	4	4	4	4	20
22	3	3	3	3	4	16
23	4	4	4	3	4	19
24	3	4	4	1	4	16
25	2	3	3	3	3	14

26	5	5	4	5	5	24
27	4	4	5	4	5	22
28	5	5	5	5	5	25
29	2	2	2	3	2	11
30	5	5	5	5	5	25
31	5	5	5	5	5	25
32	4	5	5	5	4	23
33	4	5	5	4	5	23
34	4	4	4	4	4	20
35	4	4	4	4	4	20
36	5	5	5	5	5	25
37	5	5	5	5	5	25
38	4	3	3	3	3	16
39	5	5	5	5	5	25
40	4	4	4	4	5	21
41	5	5	5	5	5	25
42	5	4	5	4	4	22
43	4	3	4	4	4	19
44	4	4	4	4	4	20
45	5	4	4	5	4	22
46	4	4	4	4	5	21
47	4	4	4	4	4	20
48	5	5	5	5	5	25
49	4	4	5	5	4	22
50	5	5	5	5	5	25
51	4	4	4	4	4	20
52	4	4	4	4	4	20
53	4	4	5	4	5	22

54	4	4	5	3	4	20
55	5	5	5	5	5	25
56	4	2	2	3	5	16
57	4	4	5	5	5	23
58	5	5	4	5	5	24
59	4	5	5	5	5	24
60	4	4	4	5	4	21
61	3	4	2	3	4	16
62	4	4	5	5	4	22
63	4	4	5	5	4	22
64	5	5	5	5	5	25
65	5	5	5	5	5	25
66	5	5	5	5	5	25
67	5	4	4	5	5	23
68	5	5	5	5	5	25
69	4	5	4	5	5	23
70	5	5	5	4	5	24
71	5	5	5	5	5	25
72	4	3	3	4	3	17
73	4	4	5	5	5	23
74	4	5	4	4	4	21
75	5	4	4	4	5	22
76	4	4	4	3	4	19
77	2	3	3	3	3	14
78	4	4	5	3	5	21
79	5	5	5	5	5	25
80	5	5	4	5	5	24
81	5	4	5	5	5	24

82	5	5	5	5	5	25
83	5	5	4	3	4	21
84	4	3	3	3	4	17
85	4	4	5	4	5	22
86	5	5	5	5	5	25
87	5	4	5	5	5	24
88	5	5	5	5	5	25
89	5	4	5	4	5	23
90	5	5	5	5	5	25
91	4	4	5	4	5	22
92	4	4	3	3	4	18
93	4	5	4	4	5	22
94	5	5	5	5	5	25
95	5	5	5	5	5	25
96	4	5	4	5	4	22
97	4	4	5	3	4	20
98	4	4	3	2	3	16
99	5	5	5	5	5	25
100	5	4	5	5	5	24

Lampiran 1.3 Tabulasi Persepsi Harga (X2)

No	Persepsi Harga				Total
	X1.1	X2.2	X3.3	X4.4	
1	5	4	4	4	17
2	5	4	4	5	18
3	4	5	5	4	18
4	5	5	5	5	20
5	5	5	5	5	20
6	5	5	5	5	20
7	5	5	5	5	20
8	5	5	5	5	20
9	5	5	5	5	20
10	5	4	4	4	17
11	3	2	4	4	13
12	5	5	5	5	20
13	4	4	4	4	16
14	1	1	1	1	4
15	4	4	4	4	16
16	5	5	5	5	20
17	4	4	4	4	16
18	4	4	4	4	16
19	4	5	4	4	17
20	4	4	4	5	17
21	4	4	4	4	16
22	4	4	3	4	15
23	5	4	4	4	17
24	5	4	3	3	15
25	4	3	3	3	13
26	5	5	4	5	19
27	4	4	4	4	16
28	5	5	5	5	20
29	3	2	2	2	9
30	5	5	1	5	16
31	5	5	5	5	20

32	4	5	4	4	17
33	5	5	3	4	17
34	4	4	4	4	16
35	5	5	5	5	20
36	5	5	5	5	20
37	5	5	5	5	20
38	3	3	4	3	13
39	5	5	5	5	20
40	4	4	4	4	16
41	5	5	5	5	20
42	4	4	5	5	18
43	4	4	4	4	16
44	4	4	4	3	15
45	5	5	5	5	20
46	3	4	3	4	14
47	4	4	4	4	16
48	5	5	5	5	20
49	4	5	5	4	18
50	5	5	5	5	20
51	4	4	4	4	16
52	4	4	4	4	16
53	4	5	4	4	17
54	4	5	5	4	18
55	5	5	5	5	20
56	4	3	3	3	13
57	3	5	4	3	15
58	4	5	5	5	19
59	4	4	4	4	16
60	3	3	4	4	14
61	4	2	4	4	14
62	5	5	5	5	20
63	4	4	4	4	16
64	5	5	5	5	20
65	5	5	5	5	20

66	5	5	5	5	20
67	4	4	4	5	17
68	5	5	5	5	20
69	4	5	4	4	17
70	5	5	5	5	20
71	5	5	5	5	20
72	3	3	3	3	12
73	5	5	5	5	20
74	4	4	4	4	16
75	5	3	4	4	16
76	4	3	4	4	15
77	4	3	3	3	13
78	4	2	3	4	13
79	5	5	5	5	20
80	4	5	5	4	18
81	5	5	4	5	19
82	5	5	5	5	20
83	5	5	5	3	18
84	5	5	4	5	19
85	5	4	5	5	19
86	5	5	5	5	20
87	5	5	5	5	20
88	5	5	5	5	20
89	5	4	4	5	18
90	5	5	5	5	20
91	4	4	5	5	18
92	3	4	4	4	15
93	4	5	4	4	17
94	5	5	5	5	20
95	5	5	5	5	20
96	5	5	5	5	20
97	4	4	3	4	15
98	4	4	4	4	16
99	5	5	5	5	20

100	3	4	4	5	16
-----	---	---	---	---	----

Lampiran 1.4 Tabulasi Kepuasan Konsumen (Z)

No	Kepuasan Konsumen					Total
	X1.1	X2.2	X3.3	X4.4	X5.5	
1	5	3	5	5	4	22
2	5	3	5	5	5	23
3	5	4	5	4	5	23
4	5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	5	25
6	5	5	5	5	5	25
7	5	5	5	5	5	25
8	5	5	5	5	5	25
9	5	4	4	5	4	22
10	4	4	4	4	4	20
11	4	5	3	4	4	20
12	5	5	5	5	5	25
13	5	3	4	3	5	20
14	1	1	1	1	1	5
15	4	4	4	4	4	20
16	5	4	4	5	5	23
17	4	1	4	4	4	17
18	4	3	3	4	4	18
19	4	4	4	4	4	20
20	5	4	5	4	5	23
21	4	4	5	4	4	21
22	3	3	3	3	3	15
23	4	2	4	4	3	17
24	4	5	5	5	3	22
25	3	3	3	3	3	15
26	4	4	4	5	4	21
27	4	4	4	4	4	20
28	5	5	5	5	5	25
29	2	2	2	2	3	11
30	5	5	5	5	5	25

31	5	5	5	5	5	25
32	4	4	4	5	5	22
33	5	3	5	5	5	23
34	4	4	4	4	4	20
35	5	4	5	5	5	24
36	5	5	5	5	5	25
37	5	5	5	4	5	24
38	3	2	3	3	3	14
39	5	5	5	5	5	25
40	4	4	4	4	4	20
41	5	5	5	5	5	25
42	5	5	4	4	5	23
43	3	4	4	3	4	18
44	3	3	3	3	4	16
45	5	4	4	4	4	21
46	3	4	4	5	4	20
47	4	4	4	4	4	20
48	5	5	5	5	4	24
49	4	4	4	5	4	21
50	5	5	5	5	5	25
51	4	3	4	4	4	19
52	4	4	4	4	4	20
53	4	5	4	4	5	22
54	4	4	5	4	5	22
55	5	5	5	5	5	25
56	4	3	3	5	1	16
57	4	5	4	5	4	22
58	5	4	5	5	5	24
59	4	4	5	5	4	22
60	3	4	3	4	3	17
61	5	2	3	4	4	18
62	5	5	5	5	5	25
63	4	4	4	5	5	22
64	5	5	5	5	5	25
65	5	5	5	5	5	25
66	5	5	5	5	5	25

67	5	4	4	4	5	22
68	5	5	5	5	5	25
69	4	4	4	3	4	19
70	5	5	5	5	5	25
71	5	5	5	5	5	25
72	3	3	3	3	4	16
73	4	4	5	4	5	22
74	4	3	4	4	5	20
75	5	2	3	4	4	18
76	4	3	4	4	4	19
77	3	2	3	3	3	14
78	4	2	4	4	4	18
79	5	5	5	5	5	25
80	5	5	4	5	4	23
81	4	5	4	5	5	23
82	5	5	5	5	5	25
83	4	4	4	4	5	21
84	5	5	4	4	5	23
85	5	4	5	5	5	24
86	5	5	5	5	5	25
87	3	4	5	5	4	21
88	5	5	5	5	5	25
89	5	4	5	5	5	24
90	5	5	5	5	5	25
91	5	5	5	4	3	22
92	4	4	4	4	4	20
93	5	5	4	5	4	23
94	5	5	5	5	5	25
95	5	5	5	5	5	25
96	4	5	4	5	4	22
97	4	3	4	5	4	20
98	4	3	3	3	4	17
99	5	5	5	5	5	25
100	5	5	4	4	4	22

Lampiran 1.5 Tabulasi Loyalitas Pelanggan (Y)

No	Kepuasan Konsumen				Total
	X1.1	X2.2	X3.3	X4.4	
1	2	3	4	5	14
2	5	4	5	4	18
3	4	5	5	5	19
4	5	5	5	5	20
5	5	5	5	5	20
6	5	5	5	4	19
7	5	5	5	5	20
8	5	5	5	5	20
9	5	4	5	4	18
10	4	4	4	4	16
11	4	4	4	4	16
12	5	5	5	5	20
13	3	5	4	4	16
14	1	1	1	1	4
15	4	4	4	4	16
16	4	4	5	4	17
17	1	1	3	3	8
18	2	2	4	4	12

19	4	4	4	4	16
20	5	5	5	4	19
21	4	4	4	4	16
22	3	3	3	3	12
23	4	5	4	5	18
24	1	3	3	3	10
25	3	3	3	3	12
26	4	4	4	4	16
27	4	4	4	3	15
28	5	5	5	5	20
29	2	2	2	2	8
30	5	5	5	5	20
31	5	5	5	5	20
32	4	5	5	5	19
33	3	3	5	4	15
34	4	4	4	4	16
35	4	4	5	4	17
36	5	5	5	5	20
37	4	5	5	5	19
38	3	3	3	3	12
39	5	5	5	5	20

40	4	4	4	5	17
41	5	5	5	5	20
42	4	5	4	5	18
43	3	3	4	4	14
44	3	3	5	5	16
45	3	4	4	4	15
46	4	4	4	4	16
47	4	4	4	4	16
48	4	4	5	5	18
49	3	3	4	4	14
50	5	5	5	5	20
51	2	2	4	3	11
52	4	4	4	4	16
53	4	5	4	4	17
54	3	4	4	3	14
55	5	5	5	5	20
56	1	4	1	4	10
57	4	3	4	4	15
58	4	4	4	5	17
59	3	3	4	5	15
60	3	3	3	4	13

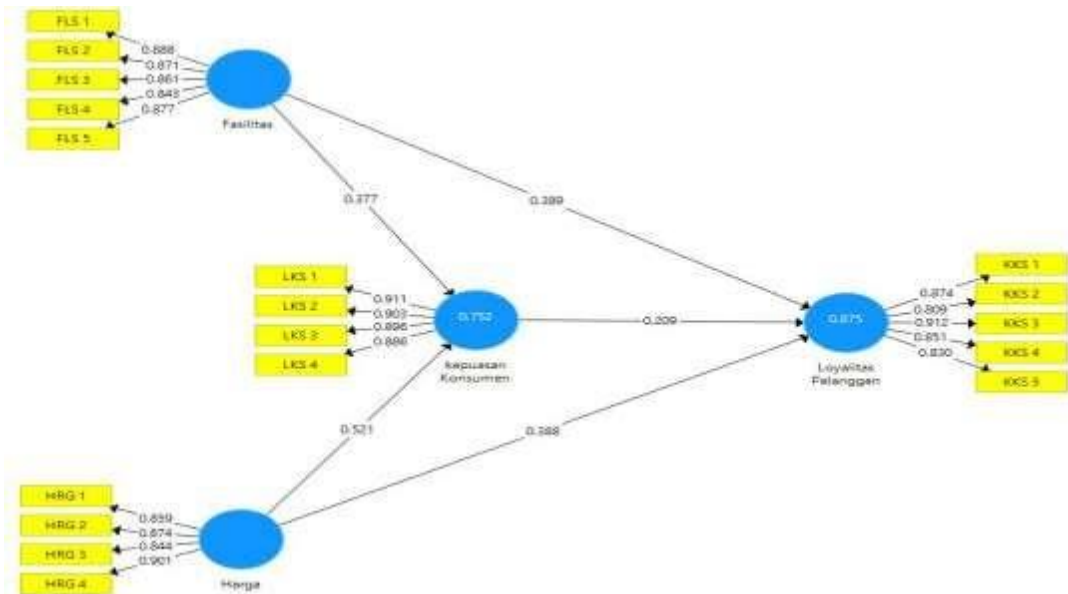
61	4	4	4	4	16
62	5	5	5	5	20
63	1	3	4	4	12
64	5	5	5	5	20
65	5	5	5	5	20
66	5	5	5	5	20
67	4	4	4	4	16
68	5	5	5	5	20
69	4	4	4	4	16
70	5	5	5	5	20
71	5	5	5	5	20
72	3	3	3	3	12
73	4	4	4	5	17
74	3	3	5	5	16
75	3	4	4	3	14
76	3	3	4	3	13
77	3	3	3	3	12
78	2	2	4	2	10
79	5	5	5	5	20
80	5	4	4	5	18
81	4	5	5	5	19

82	5	5	5	5	20
83	5	5	5	5	20
84	5	5	5	5	20
85	5	5	5	5	20
86	5	5	5	5	20
87	5	5	5	5	20
88	5	5	5	5	20
89	4	5	4	4	17
90	5	5	5	5	20
91	5	4	5	4	18
92	4	4	4	4	16
93	4	4	5	4	17
94	5	5	5	5	20
95	5	5	5	5	20
96	5	4	5	4	18
97	3	4	3	3	13
98	3	3	3	3	12
99	5	5	5	5	20
100	4	5	5	5	19

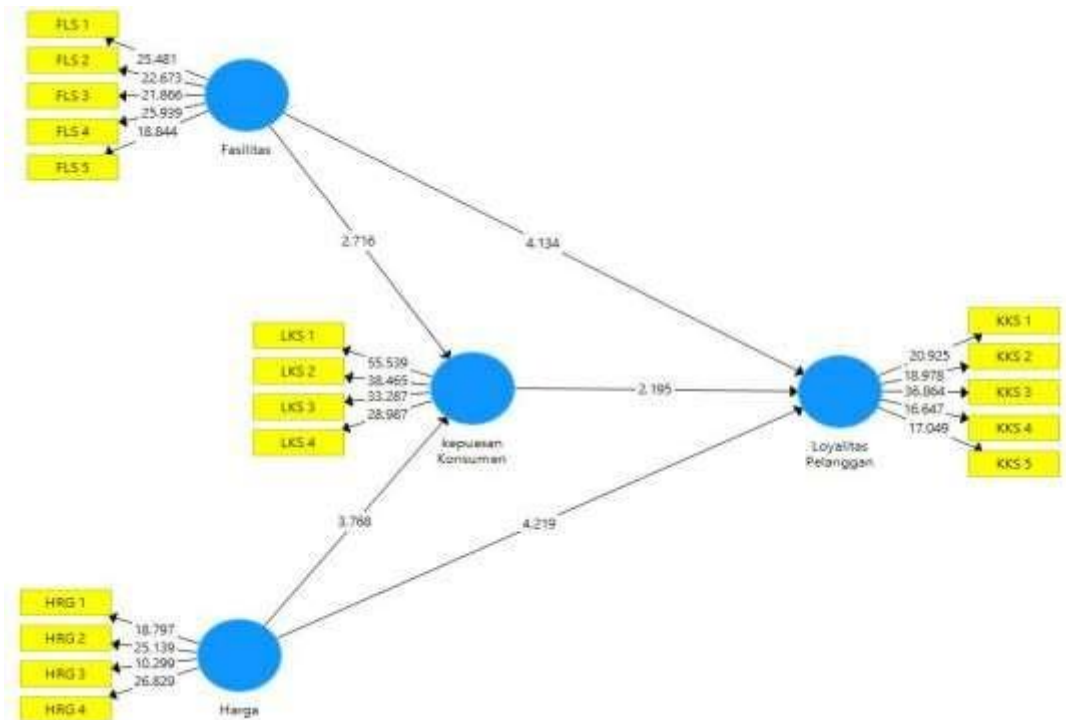
Lampiran 1.6 Hasil Output SMARTPLS

Skema Model Partial Least Square (PLS)

Outer Model



Inner Model



ampiran 1.7 Convergen Validity

Variabel	Indikator	Outer Loading
Pengaruh Fasilitas (X1)	FLS 1	0.888
	FLS 2	0.871
	FLS 3	0.861
	FLS 4	0.843
	FLS 5	0.877
Persepsi Harga (X2)	HRG 1	0.859
	HRG 2	0.874
	HRG 3	0.844
	HRG 4	0.901
Kepuasan Konsumen (Z)	KKS 1	0.874
	KKS 2	0.809
	KKS 3	0.912
	KKS 4	0.851
	KKS 5	0.830
Loyalitas Pelanggan (Y)	LKS 1	0.911
	LKS 2	0.903
	LKS 3	0.896
	LKS 4	0.886

Lampiran 1.8 Discriminant Validity

Cross Loading

Indikator	Pengaruh Fasilitas	Persepsi Harga	Loyalitas Pelanggan	Kepuasan Konsumen
FLS1	0.888	0.785	0.777	0.749
FLS2	0.871	0.766	0.818	0.769
FLS3	0.861	0.755	0.803	0.664
FLS4	0.843	0.699	0.686	0.712
FLS5	0.877	0.718	0.789	0.681
HRG1	0.670	0.859	0.746	0.676
HRG2	0.785	0.874	0.801	0.747
HRG3	0.702	0.844	0.709	0.707
HRG4	0.818	0.901	0.856	0.801
KKS1	0.752	0.796	0.874	0.735
KKS2	0.741	0.712	0.809	0.779
KKS3	0.802	0.830	0.912	0.749
KKS4	0.783	0.745	0.851	0.648
KKS5	0.747	0.756	0.830	0.757
LKS1	0.686	0.721	0.713	0.911
LKS2	0.698	0.729	0.756	0.903
LKS3	0.808	0.819	0.835	0.896
LKS4	0.763	0.761	0.768	0.886

Lampiran 1.9 Average Variance Extracted (AVE)

Varibel	Average Variance Extracted (AVE)
Pengaruh Fasilitas	0.753
Persepsi Harga	0.756
Loyalitas Pelanggan	0.732
Kepuasan Konsumen	0.808

Lampiran 1.10 Composite Reliability

Varibel	Composite Reliability
Pengaruh Fasilitas	0.938
Persepsi Harga	0.925
Loyalitas Pelanggan	0.932
Kepuasan Konsumen	0.944

Lampiran 1.11 Cronbach Alpha

Varibel	<i>Cronchbach's Alpha</i>
Pengaruh Fasilitas	0.918
Persepsi Harga	0.892
Loyalitas Pelanggan	0.908
Kepuasan Konsumen	0.921

Lampiran 1.12 Uji Keباikan Model (Goodnes of Fit)

Nilai R-Square

Variabel	R Square
Loyalitas Pelanggan	0.875
Kepuasan Konsumen	0.752

Lampiran 1.13 Uji Hipotesis

Tabel 4.8 T-Statistics dan P-Values

Hipotesis	Pengaruh	T-Statistics	P-Values	Hasil
H1	Pengaruh fasilitas terhadap loyalitas pelanggan	4.134	0.000	Diterima
H2	Pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen	2.176	0.007	Diterima
H3	Pengaruh persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan	4.219	0.000	Diterima
H4	Pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan konsumen	3.768	0.000	Diterima
H5	Pengaruh kepuasan konsumen terhadap	2.195	0.029	Diterima

	loyalitas pelanggan			
H6	Pengaruh fasilitas terhadap loyalitas pelanggan dimediasi kepuasan konsumen	1.699	0.090	Tidak Diterima
H7	Pengaruh persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan dimediasi kepuasan konsumen	1.883	0.060	Tidak Diterima