

Bab V

PENUTUP

Pada bab ini peneliti akan membahas kesimpulan dari hasil analisa yang telah dikerjakan pada sebelumnya dan memberikan beberapa masukan yang diharapkan memberi manfaat.

5.1 Kesimpulan

Dari hasil yang peneliti dapatkan dan telah analisa pada bab sebelumnya, disimpulkan bahwa;

1. Ditemukan adanya pengaruh positif dan signifikan pada Pengalaman Merek terhadap Kepuasan Merek pada konsumen Kopi Janji Jiwa di Yogyakarta.
2. Ditemukan adanya pengaruh positif dan signifikan pada Pengalaman Merek terhadap Kepercayaan merek pada konsumen Kopi Janji Jiwa di Yogyakarta.
3. Ditemukan adanya pengaruh positif dan signifikan pada Pengalaman Merek terhadap Loyalitas Merek pada konsumen Kopi Janji Jiwa di Yogyakarta.
4. Ditemukan adanya pengaruh positif dan signifikan pada Kepuasan Merek terhadap Loyalitas Merek pada konsumen Kopi Janji Jiwa di Yogyakarta.
5. Ditemukan adanya pengaruh positif dan signifikan pada Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Merek pada konsumen Kopi Janji Jiwa di Yogyakarta.

6. Ditemukan adanya pengaruh Kepuasan Merek dan Kepercayaan merek dalam memediasi Pengalaman merek dengan Loyalitas merek.

5.2 Implikasi Manajerial

Hasil dari penelitian ini dapat digunakan untuk perbaikan dan perkembangan layanan oleh Kopi Janji Jiwa untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen. Dari hasil penelitian ini Pengalaman merek merupakan faktor utama keberhasilan terciptanya konsumen yang merasa puas dan loyal. Banyak konsumen menjawab sangat setuju apabila Kopi Janji Jiwa memiliki konsep yang unik dari sini menjadi indikasi keunikan membuat poin penting dalam keberhasilan pengalaman merek. Tetapi, ada juga perhatikan pada jumlah kedai kopi yang di kota Yogyakarta masih sedikit hal ini menjadi batasan dalam menciptakan solusi atas kebutuhan para penikmat kopi yang ada di kota Yogyakarta.

Pada bagian kepuasan merek rata-rata jawaban menjawab terjadi kepuasan pelanggan pada merek yang cukup positif. Racikan kopi juga dianggap pas sehingga cocok dilidah konsumen. Namun, kopi Janji Jiwa masih perlu berjuang agar menggeser budaya minum teh yang telah lama di kota Yogyakarta ini agar kopi Janji Jiwa menjadi produk yang membuat rasa ingin membelinya lagi.

Dalam segi kepercayaan merek ada banyak yang perlu dilakukan oleh pengelola kopi Janji Jiwa. Merek ini memiliki tingkat kepercayaan yang tidak begitu tinggi karena banyak konsumen tidak setuju kopi Janji Jiwa memberikan kompensasi bila ada masalah dengan produk. Saran dari peneliti agar pengelola

memberikan kompensasi yang menguntungkan bagi pihak konsumen karena dengan peduli dengan konsumen, maka konsumen memberikan kesan yang baik pada merek kita.

Dalam loyalitas merek peneliti berfokus pada “Saya bersedia membayar harga lebih tinggi untuk Kopi Janji Jiwa daripada membeli produk pesaing” karena banyak konsumen yang tidak setuju pada pertanyaan tersebut saran dari peneliti adalah dengan sering memberikan promo berupa *cash-back* maka konsumen tidak menyadari telah membeli harga yang lebih tinggi pada Kopi Janji Jiwa.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki batasan masalah yaitu; waktu pra-penelitian. Dibutuhkan waktu pra-penelitian yang agak lama dikarenakan peneliti agak kesulitan mencocokkan kebutuhan penelitian saat ini dengan penelitian sebelumnya dalam mengartikan tiap-tiap pertanyaan pada kuesioner dikarenakan jurnal acuan mengacu pada obyek otomotif sedangkan penelitian saat ini obyek minuman.

DAFTAR PUSTAKA

- Algesheimer, Rene, Andreas Herman, and Mrugen Dholakia. 2005. "The Social Influence of Brand Community: Evidence From European Car Club." *Journal of Marketing* 19-34.
- Alloza, Angel. 2008. "Brand Engagement and Brand Experience At BBVA, The Transformation of a 150 Years Old." *Corporate Reputation Review* Vol.11, Number 4, S.371-381.
- Arizona, Nody. 2013. *Revolusi Kopi Yogyakarta*. 11 Juni. Diakses Oktober 2, 2019. <https://www.minumkopi.com/revolusi-kopi-yogyakarta/>.
- Armstrong, Kotler. 2015. *Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition*. England: Pearson Education.
- BAŞER, İ. Uğur, İ. Gökhan CİNTAMÜR, dan F. Müge ARSLAN. 2015. "EXAMINING THE EFFECT OF BRAND EXPERIENCE ON CONSUMER SATISFACTION, BRAND TRUST AND BRAND LOYALTY." *Marmara Üniversitesi İ.İ.B. Dergisi* 101-128.
- Brakus, J.J., Schmitt, B.H. and Zarantonello L. 2009. "Brand Experience; What Is It? How Is It Measured? Does It Affect Loyalty?" *Journal Of Marketing* 52-68.
- Chiaravalle, Bill. 2015. *Branding For Dummies 2nd Edition*. Canada: John Wiley & Sons, Inc.
- Chinomona, Richard. 2013. "The Influence Of Brand Experience On Brand Satisfaction, Trust And Attachment in South Africa." *International Journal Of Economics and Business Research* 1303-1316.
- Crosby, Lawrence A. 2002. "Exploding some myths about customer relationship management." *Managing Service Quality: An International Journal* 271-277.

- Dajan, Anto. 1991. *Pengantar Metode Statistik Jilid II Cetakan Keempatbelas*. Jakarta: LP3ES.
- DH, Agung. 2016. *Potensi Ekonomi 800 Kedai Kopi di Yogya Capai Rp350,4 Miliar*. 14 November. Diakses Oktober 1, 2019. <https://tirto.id/potensi-ekonomi-800-kedai-kopi-di-yogya-capai-rp3504-miliar-b4TR>.
- Ghozali, Iman. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8) Cetakan VIII*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Grisaffe, D.B., & Nguyen, H.P. 2011. "Antecedents of emotional attachment to brands." *Journal of Business Research* 64(10): 1052-1059.
- Hadi, Sutrisno. 2000. *Metodologi Research*. Yogyakarta: Andi.
- Kotler, dan Keller. 2016. *Marketing Management, 15th Edition*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, Philip, Hermawan Kartajaya, and Iwan Setiawan. 2016. *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. United States: Wiley.
- Nam, J., Ekinici, Y., & Whyatt, G. 2011. "Brand equity, brand loyalty and customer satisfaction." *Annals of Tourism Research* 38(3): 1009-1030.
- Pertiwi, Agata Rahmi, Achmad Helmy Djawahir, and Andrawati. 2017. "Pengaruh Brand Experience Terhadap Brand Satisfaction, Brand Trust dan Brand Loyalty (Studi Pada Konsumen Make-Up Brand Impor di Surabaya)." *Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang* 20-34.
- Rouse, Margaret. 2018. *Definition brand experience*. 6 November. Diakses Desember 11, 2019. <https://whatis.techtarget.com/definition/brand-experience>.

- Sahin, Azize, Cemal Zehirb, dan Hakan Kitapçib. 2011. "The Effects of Brand Experiences, Trust and Satisfaction on Building Brand Loyalty; An Empirical Research On Global Brands." *Procedia Social and Behavioral Sciences* 24 1288–1301.
- Schiffman, Leon G., dan Joseph L. Winsenblit. 2015. *Consumer Behavior*. England: Pearson Education.
2017. *Sejarah Singkat Peyebaran Kopi Di Indonesia*. 21 April. Diakses Oktober 2, 2019. <https://tanameracoffee.com/sejarah-penyebaran-kopi-di-indonesia>.
- Shankar, Venkantesh, Arvind Rangaswamy, dan Amy K. Smith. 2003. "Customers Satisfaction and Loyalty in Online dan Offline Environment." *International Journal of Research in Marketing* 153-175.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjahyadi, Rully Arlan. 2006. "BRAND TRUST DALAM KONTEKS LOYALITAS MEREK: PERAN KARAKTERISTIK MEREK, KARAKTERISTIK PERUSAHAAN, DAN KARAKTERISTIK HUBUNGAN PELANGGAN MEREK." *Jurnal Manajemen* 65-78.
- Wheeler, Alina. 2017. *Designing Brand Identity : An Essential Guide for the Whole Branding Team*. United States: John Wiley & Sons Inc.
- Zhao, Xinshu., Jr. Lynch, John G., & Chen, Qimei., (2010), "Reconsidering Baron and Kenny: Myths and Truths about Mediation Analysis," *Journal of Consumers Research, Inc.*, Vol 34, Agustus 2010 197-206.

Lampiran I Kuesioner



Lembar Kuesioner Daniel

Perkenalkan saya, Daniel Aditya Kristianto mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta, meminta ketersediaan waktu teman-teman untuk meluangkan waktu dalam mengisi dan menjawab kuesioner saya dengan sebaik-baiknya. Penelitian ini digunakan untuk menyusun skripsi dengan judul **“Pengaruh Pengalaman merek, Kepuasan Merek, Kepercayaan Merek, terhadap Loyalitas merek (Pada Konsumen Kopi Janji Jiwa di Yogyakarta)”**. Diharapkan para responden dapat memberikan jawaban yang sebenar-benarnya demi membantu penelitian ini. Saya mengucapkan banyak terima kasih dan God Bless You.

Nb: Kuesioner ini hanya diisi bagi yang telah mencoba Kopi Janji Jiwa

Bagian I : Identitas Responden

Pilihlah salah satu jawaban dengan memberi silang pertanyaan dibawah ini:

1. Usia:
 - 12-16
 - 17-21
 - 22-25
 - 26-30
 - 30 keatas
2. Jenis Kelamin:
 - Laki-laki
 - Perempuan

Bagian II : Variabel Pengalaman merek

Pilihlah salah satu jawaban dengan memberikan centang pada setiap pertanyaan yang paling sesuai dengan “Pengalaman Merek” pada Kopi Janji Jiwa Di Yogyakarta.

Keterangan Jawaban:

Sangat Tidak Setuju	:1	Netral	:3	Sangat Setuju	:5
Tidak Setuju	:2	Setuju	:4		

No	Variabel Pertanyaan	Kolom Jawaban				
		1	2	3	4	5
1	Kopi Janji Jiwa membuat saya terkesan saat melihatnya dan merasakannya					
2	Merek Kopi Janji Jiwa menarik perhatian saya					
3	saya mengagumi Kopi Janji Jiwa					
4	Saat meminum Kopi Janji Jiwa membuat good mood					
5	Kopi Janji Jiwa mampu menciptakan pengalaman pribadi					
6	Kopi Janji Jiwa memiliki konsep cafe yang unik					
7	Konsep dari Kopi Janji Jiwa menciptakan ide-ide baru					
8	Kopi Janji Jiwa memberikan solusi atas kebutuhan saya					

Bagian III : Variabel Kepuasan Merek

Pilihlah salah satu jawaban dengan memberikan centang pada setiap pertanyaan yang paling sesuai dengan “Kepuasan Merek” pada Kopi Janji Jiwa Di Yogyakarta.

Keterangan Jawaban:

Sangat Tidak Setuju :1

Netral :3

Sangat Setuju :5

Tidak Setuju :2

Setuju :4

No	Variabel Pertanyaan	Kolom Jawaban				
		1	2	3	4	5
1	Pelayanan yang diberikan oleh kopi Janji Jiwa sangat memuaskan					
2	Kopi Janji Jiwa membuat saya perasaan senang					

3	Pelayanan yang diberikan kopi Janji Jiwa sangat memuaskan					
4	Kopi Janji Jiwa dapat meracik kopi yang sesuai dengan kebutuhan saya					
5	Kopi Janji Jiwa menjadi pilihan yang tepat dalam mengkonsumsi kopi susu					
6	saya merasa ketagihan minum kopi Janji Jiwa					

Bagian IV : Variabel Kepercayaan Merek

Pilihlah salah satu jawaban dengan memberikan centang pada setiap pertanyaan yang paling sesuai dengan “Kepercayaan Merek” pada Kopi Janji Jiwa Di Yogyakarta.

Keterangan Jawaban:

Sangat Tidak Setuju :1 Netral :3 Sangat Setuju :5

Tidak Setuju :2 Setuju :4

No	Variabel Pertanyaan	Kolom Jawaban				
		1	2	3	4	5
1	Kopi Janji Jiwa peduli dengan para konsumen					
2	kopi Janji Jiwa sesuai dengan ekspektasi saya					
3	Janji Jiwa tidak pernah mengecewakan saya					
4	Janji Jiwa menjamin kepuasan untuk para konsumen-nya					
5	Janji Jiwa akan berusaha untuk memuaskan konsumen					
6	Kopi Janji Jiwa memberi kompensasi apabila terdapat masalah dalam minumannya					

Bagian V : Variabel Loyalitas Merek

Pilihlah salah satu jawaban dengan memberikan centang pada setiap pertanyaan yang paling sesuai dengan “Loyalitas Merek” pada Kopi Janji Jiwa Di Yogyakarta.

Keterangan Jawaban:

Sangat Tidak Setuju :1 Netral :3 Sangat Setuju :5
Tidak Setuju :2 Setuju :4

No	Variabel Pertanyaan	Kolom Jawaban				
		1	2	3	4	5
1	Saya berniat membeli Kopi Janji Jiwa dalam waktu dekat					
2	Saya berniat membeli produk lainnya dalam Kopi Janji Jiwa					
3	Saya berpendapat Kopi Janji Jiwa menjadi pilihan utama dalam kategori ini					
4	Saya akan menjadi konsumen loyal untuk Kopi Janji Jiwa					
5	Saya bersedia membayar harga lebih tinggi untuk Kopi Janji Jiwa daripada membeli produk pesaing					
6	saya akan memperhitungkan untuk membeli kopi Janji Jiwa lagi, jika harganya lebih murah					
7	Saya memberikan komentar positif tentang Kopi Janji Jiwa kepada orang lain					

8	Saya merekomendasikan Kopi Janji Jiwa kepada orang yang minta saran kepada saya					
9	Kopi Janji Jiwa menawarkan produk yang saya cari					



Lampiran II Data Responden



No	Usia	Gender
1	22-25	Perempuan
2	26-30	Laki-laki
3	17-21	Perempuan
4	22-25	Laki-laki
5	22-25	Laki-laki
6	31	Perempuan
7	17-21	Perempuan
8	35	Perempuan
9	26-30	Perempuan
10	26-30	Laki-laki
11	33	Laki-laki
12	26-30	Laki-laki
13	31	Laki-laki
14	26-30	Laki-laki
15	30-35	Perempuan
16	31	Perempuan
17	26-30	Laki-laki
18	34	Laki-laki
19	26-30	Perempuan
20	31	Perempuan
21	26-30	Perempuan
22	26-30	Laki-laki
23	32	Laki-laki
24	26-30	Perempuan
25	22-25	Laki-laki
26	26-30	Laki-laki
27	26-30	Perempuan
28	36	Perempuan
29	26-30	Laki-laki
30	36	Perempuan
31	26-30	Laki-laki
32	26-30	Perempuan
33	22-25	Perempuan
34	22-25	Perempuan
35	34	Perempuan
36	26-30	Laki-laki
37	22-25	Perempuan
38	17-21	Perempuan
39	17-21	Perempuan
40	17-21	Perempuan

41	26-30	Laki-laki
42	17-21	Perempuan
43	26-30	Laki-laki
44	35	Perempuan
45	22-25	Perempuan
46	22-25	Perempuan
47	22-25	Laki-laki
48	26-30	Laki-laki
49	17-21	Perempuan
50	17-21	Perempuan
51	17-21	Perempuan
52	22-25	Laki-laki
53	17-21	Perempuan
54	22-25	Laki-laki
55	17-21	Perempuan
56	22-25	Perempuan
57	22-25	Perempuan
58	17-21	Perempuan
59	22-25	Laki-laki
60	22-25	Perempuan
61	22-25	Laki-laki
62	22-25	Perempuan
63	22-25	Perempuan
64	22-25	Laki-laki
65	17-21	Perempuan
66	17-21	Perempuan
67	22-25	Perempuan
68	22-25	Perempuan
69	31	Laki-laki
70	17-21	Perempuan
71	17-21	Perempuan
72	17-21	Perempuan
73	22-25	Perempuan
74	17-21	Perempuan
75	17-21	Perempuan
76	17-21	Perempuan
77	22-25	Laki-laki
78	17-21	Laki-laki
79	22-25	Laki-laki
80	22-25	Perempuan
81	17-21	Laki-laki

82	17-21	Laki-laki
83	17-21	Perempuan
84	17-21	Laki-laki
85	17-21	Laki-laki
86	17-21	Laki-laki
87	17-21	Perempuan
88	22-25	Laki-laki
89	17-21	Laki-laki
90	17-21	Laki-laki
91	17-21	Perempuan
92	17-21	Perempuan
93	22-25	Laki-laki
94	17-21	Perempuan
95	22-25	Laki-laki
96	22-25	Laki-laki
97	22-25	Laki-laki
98	22-25	Laki-laki
99	22-25	Laki-laki
100	17-21	Laki-laki
101	22-25	Laki-laki
102	22-25	Laki-laki
103	17-21	Perempuan
104	22-25	Laki-laki
105	17-21	Laki-laki
106	17-21	Perempuan
107	17-21	Perempuan
108	17-21	Perempuan
109	22-25	Laki-laki
110	17-21	Laki-laki
111	22-25	Laki-laki
112	17-21	Laki-laki
113	22-25	Laki-laki
114	22-25	Perempuan
115	22-25	Laki-laki
116	17-21	Perempuan
117	12-16	Perempuan
118	17-21	Perempuan
119	12-16	Laki-laki
120	12-16	Perempuan
121	17-21	Perempuan
122	12-16	Laki-laki

123	22-25	Perempuan
124	22-25	Perempuan
125	17-21	Perempuan
126	22-25	Laki-laki
127	17-21	Laki-laki
128	12-16	Laki-laki
129	12-16	Laki-laki
130	12-16	Laki-laki

Lampiran III Data Kuesioner



No	Pengalaman Merek								Kepuasan Merek						Kepercayaan Merek						Loyalitas Merek								
	1	2	3	4	5	6	7	8	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5
4	4	3	2	3	5	3	2	3	3	5	3	3	4	1	3	4	4	3	3	3	1	1	1	1	1	4	2	1	2
5	3	4	1	4	4	4	4	2	4	2	4	2	4	2	2	2	2	2	4	3	2	2	2	2	4	3	2	4	
6	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
7	3	3	2	4	4	3	2	3	3	4	3	2	2	2	3	2	4	4	4	2	3	4	2	2	2	4	4	4	2
8	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4
9	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
11	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4
12	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4
13	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5
14	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4
15	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
16	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3
17	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
18	4	4	3	4	4	5	3	4	3	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5
19	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
20	4	4	3	4	3	3	2	4	4	2	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	2	3	4	3	2	4	4	4	4
21	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	2	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	4	4	3
22	3	3	3	2	2	4	2	4	4	2	2	2	2	3	3	2	2	1	2	1	3	5	2	2	1	5	3	3	2
23	2	2	2	3	2	4	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	4	4	4	2	2	3	2	2	4	3	4
24	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	1	3	3	3	4	3	3	3	3	4
25	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	2	3	3	3	3	3	4	3	3	2	2	2	4	4	3	4
26	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
27	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
28	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3
29	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
30	4	4	4	4	4	3	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
32	4	5	4	4	3	5	5	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4

33	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	2	4	3	3	3			
34	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3		
35	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	5	4	4	4		
36	3	4	3	3	2	3	2	2	3	3	4	2	2	1	4	2	2	3	4	3	2	2	2	2	2	2	2	3		
37	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4		
38	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	1	4	3	3	3	
39	4	4	4	4	3	2	3	4	4	4	3	4	5	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	2	3	4	4	4	
40	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	2	5	4	5	4	
41	4	4	3	4	3	3	2	2	2	3	3	2	3	2	2	3	4	4	4	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	
42	3	3	2	2	2	2	2	1	1	1	4	2	1	1	3	1	2	3	3	3	2	2	1	1	1	1	2	1	2	
43	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	
44	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	
45	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	
46	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	
47	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
48	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4	4	2	2	2	2	2	4	4	4	4	
49	4	3	3	4	2	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	2	3	3	3	2	4	4	4	3	
50	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	
51	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	2	3	3	3	4	
52	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	
53	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
54	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	3	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	3	4	5	4	4	
55	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	
56	4	2	2	2	4	3	4	2	4	2	4	1	1	2	2	1	2	2	4	3	2	2	1	2	1	2	3	2	2	
57	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	2	3	4	3	5	5	5	5	3	5	5	5	5	
58	4	4	3	3	3	4	4	2	4	4	4	2	4	2	3	2	3	3	4	3	2	4	2	2	2	4	4	4	4	
59	4	4	3	4	3	2	2	3	4	4	3	2	3	3	3	4	2	3	3	3	4	4	2	3	2	5	3	4	3	
60	2	4	4	4	4	2	2	4	3	4	3	2	2	2	4	4	2	2	4	3	2	4	2	2	2	4	4	4	4	
61	3	3	3	4	3	2	2	1	2	3	1	1	1	3	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	3	3
62	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	3	3	2	2	4	3	3	4	4	4	
63	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	2	5	4	4	4	
64	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	1	2	1	2	3	3	3	2	2	2	2	1	4	2	2	3	
65	4	4	4	5	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
66	4	3	3	4	2	2	2	3	3	4	3	4	5	5	3	4	4	3	3	2	4	4	4	4	3	5	5	5	4	

67	3	4	3	3	3	4	3	2	3	3	4	2	2	2	4	2	2	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2
68	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
69	3	5	4	5	5	2	2	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	3	5	5	5	5	2	5	5	5	5	
70	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	
71	4	4	2	2	2	3	3	2	4	3	3	2	2	1	3	4	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	
72	4	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	2	4	4	4	3	
73	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	
74	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	
75	2	4	1	2	2	3	3	2	3	3	4	2	2	2	4	2	2	3	3	3	2	4	3	2	2	3	3	2	2	
76	4	4	4	4	4	4	3	4	3	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	4	
77	4	4	2	4	2	2	2	2	4	4	4	4	2	2	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	5	4	2	
78	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	3	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	
79	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	
80	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	
81	4	5	4	5	5	2	1	4	5	1	4	4	4	4	5	5	4	5	2	4	4	3	1	4	2	1	5	4	4	
82	2	1	2	2	2	1	3	2	4	2	4	4	2	1	4	2	2	5	4	4	1	1	1	2	1	2	4	4	2	
83	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	2	3	3	3	3	
84	5	4	4	4	2	5	5	5	4	5	5	4	5	2	4	5	2	4	2	2	5	5	5	2	5	5	5	5	5	
85	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	2	5	5	2	5	5	5	4	2	5	5	5	5	
86	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	2	5	5	5	5	2	5	5	5	5	
87	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	2	2	5	5	4	4	2	5	5	5	5	
88	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	2	4	5	5	4	1	5	5	5	5	
89	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	1	4	5	5	5	
90	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	1	5	4	4	4	
91	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	2	4	4	5	5	1	5	5	4	5	
92	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	2	4	5	4	4	1	4	5	4	4	
93	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	2	5	4	4	4	2	5	5	5	5	
94	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	2	4	4	4	5	1	4	5	5	5	
95	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	2	2	4	5	4	1	4	5	4	5	
96	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	2	5	4	4	5	
97	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	2	5	5	4	4	1	5	4	5	5	
98	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
99	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	2	5	4	5	4
100	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	2	4	4	4	4	2	5	4	5	4	

101	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	3	3	4	4	4	5	4	5	4	4	5		
102	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	2	4	4	4		
103	5	5	5	5	3	2	2	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	3	5	5	5	4	2	2	5	5	4	
104	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4		
105	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	
106	2	4	1	3	2	3	4	2	3	2	3	3	2	1	3	4	2	3	3	3	1	1	1	1	1	3	2	1	3	
107	4	4	2	3	2	3	2	2	4	2	2	4	4	3	3	4	4	3	4	3	2	2	4	3	2	1	4	4	3	4
108	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	2	2	4	5	5	1	4	5	4	5	
109	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	1	2	4	4	4	1	4	5	4	5	
110	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	1	5	5	5	4	1	5	5	4	5	
111	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	2	4	5	5	5	2	5	5	5	5	
112	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	1	2	4	2	5	1	4	5	5	5	
113	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	1	5	5	5	5	2	4	4	5	5	
114	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	2	2	5	5	5	1	5	5	4	5	
115	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	2	5	5	4	4	1	4	4	5	5	
116	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	2	5	5	4	4	2	5	5	5	5	
117	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	2	5	5	5	5	2	4	5	4	5	
118	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	2	5	5	5	4	1	5	5	5	5	
119	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	2	4	4	4	5	2	5	5	5	5	
120	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	2	5	5	4	5	2	5	5	5	5	
121	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	2	4	4	4	4	2	5	5	5	5	
122	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	2	5	5	5	4	1	5	5	4	4	
123	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	2	5	5	5	4	2	5	5	5	4	
124	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	2	5	5	5	5	2	4	4	5	5	
125	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
126	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	
127	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	2	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	
128	4	4	2	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	2	4	4	2	2	2	1	2	4	2	2	1	1	4	4	4	
129	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	1	5	4	4	2	
130	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	

Lampiran IV Uji Validitas dan Uji Reliabilitas



1. Uji Validitas dan Reliabilitas Pengalaman Merek

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.889	.891	8

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
BE01	24.9333	16.409	.757	.673	.865
BE02	24.7667	16.944	.731	.616	.868
BE03	25.1667	17.592	.642	.632	.877
BE04	24.7667	18.392	.689	.667	.874
BE05	24.8000	17.752	.636	.552	.878
BE06	24.7000	18.286	.617	.400	.880
BE07	24.9000	17.679	.597	.569	.882
BE08	25.0000	18.414	.663	.621	.876

2. Uji Validitas dan Reliabilitas Kepuasan Merek

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.930	.933	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
S01	17.5333	12.878	.823	.773	.914
S02	17.8000	12.234	.912	.924	.902
S03	17.5667	13.289	.728	.839	.926
S04	18.0000	12.552	.701	.844	.933
S05	17.6667	12.644	.834	.829	.913
S06	17.7667	13.013	.806	.848	.916

3. Uji Validitas dan Reliabilitas Kepercayaan Merek

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.910	.911	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
BT01	17.2000	12.924	.724	.740	.897
BT02	17.3000	12.907	.772	.790	.891
BT03	17.4667	12.878	.803	.790	.887
BT04	17.3667	11.344	.846	.841	.879
BT05	17.2333	12.806	.655	.552	.908
BT06	17.4333	12.737	.719	.645	.898

4. Uji Validitas dan Reliabilitas Loyalitas Merek

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.943	.942	9

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
BL01	28.0000	37.310	.843	.822	.933
BL02	27.9333	38.271	.707	.796	.941
BL03	28.1000	35.886	.880	.893	.931
BL04	28.0667	35.030	.921	.920	.928
BL05	28.3667	37.275	.762	.838	.938
BL06	27.6667	42.161	.458	.374	.952
BL07	27.7000	38.148	.834	.898	.934
BL08	27.8000	36.028	.898	.891	.930
BL09	27.8333	39.040	.710	.811	.940

Lampiran V Uji Regresi Sederhana



Hipotesis 1

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,883 ^a	,780	,778	2,142

a. Predictors: (Constant), PengalamanM

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2078,432	1	2078,432	452,804	,000 ^a
	Residual	587,538	128	4,590		
	Total	2665,969	129			

a. Predictors: (Constant), PengalamanM

b. Dependent Variable: Kepuasan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,313	,989		2,337	,021
	B.Experience	,679	,032	,883	21,279	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan

Hipotesis 2

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,760 ^a	,577	,574	2,558

a. Predictors: (Constant), PengalamanM

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1145,114	1	1145,114	174,950	,000 ^a
	Residual	837,809	128	6,545		
	Total	1982,923	129			

a. Predictors: (Constant), PengalamanM

b. Dependent Variable: KepercayaanM

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,502	1,182		5,503	,000
	B.Experience	,504	,038	,760	13,227	,000

a. Dependent Variable: KepercayaanM

Hipotesis 3

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,867 ^a	,752	,750	3,674

a. Predictors: (Constant), PengalamanM

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5235,992	1	5235,992	387,849	,000 ^a
	Residual	1728,008	128	13,500		
	Total	6964,000	129			

a. Predictors: (Constant), PengalamanM

b. Dependent Variable: LoyalitasM

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,189	1,697		,112	,911
	B.Experience	1,078	,055	,867	19,694	,000

a. Dependent Variable: LoyalitasM

Hipotesis 4

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,892 ^a	,796	,794	3,332

a. Predictors: (Constant), KepuasanM

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5542,576	1	5542,576	499,112	,000 ^a
	Residual	1421,424	128	11,105		
	Total	6964,000	129			

a. Predictors: (Constant), KepuasanM

b. Dependent Variable: LoyalitasM

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,141	1,512		-,093	,926
	KEPUASAN	1,442	,065	,892	22,341	,000

a. Dependent Variable: LoyalitasM

Hipotesis 5

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,771 ^a	,595	,592	4,695

a. Predictors: (Constant), KepercayaanM

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4142,347	1	4142,347	187,911	,000 ^a
	Residual	2821,653	128	22,044		
	Total	6964,000	129			

a. Predictors: (Constant), KepercayaanM

b. Dependent Variable: LoyalitasM

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,425	2,340		,609	,544
	MEREKTRUST	1,445	,105	,771	13,708	,000

a. Dependent Variable: LoyalitasM

Lampiran VI Uji Path Analysis (Mediasi)



Path Analysis BE ST BL

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,867 ^a	,752	,750	3,674

a. Predictors: (Constant), PengalamanM

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5235,992	1	5235,992	387,849	,000 ^a
	Residual	1728,008	128	13,500		
	Total	6964,000	129			

a. Predictors: (Constant), PengalamanM

b. Dependent Variable: LoyalitasM

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,313	,989		2,337	,021
	B.Experience	,679	,032	,883	21,279	,000

a. Dependent Variable: KepuasanM

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1,956	1,463		-1,337	,184
	B.Experience	,448	,098	,360	4,549	,000
	KEPUASAN	,928	,128	,574	7,249	,000

a. Dependent Variable: LoyalitasM

Path Anlaysia BE BT BL

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,884 ^a	,782	,778	3,460

a. Predictors: (Constant), KepercayaanM, PengalamanM

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5443,908	2	2721,954	227,413	,000 ^b
	Residual	1520,092	127	11,969		
	Total	6964,000	129			

a. Dependent Variable: LoyalitasM

b. Predictors: (Constant), KepercayaanM, PengalamanM

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,502	1,182		5,503	,000
	B.Experience	,504	,038	,760	13,227	,000

a. Dependent Variable: KepercayaanM

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-3,050	1,777		-1,716	,089
	B.Experience	,827	,079	,665	10,428	,000
	MEREKTRUST	,498	,120	,266	4,168	,000

a. Dependent Variable: LoyalitasM