

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan di atas, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan dari hasil penelitian ini:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.
4. Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.
5. Terdapat pengaruh positif dan signifikan kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan.
6. Terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan konsumen.
7. Terdapat pengaruh signifikan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan konsumen.

5.2 Implikasi Manajerial

Implikasi manajerial dari pembahasan dan hasil analisis dalam penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap

kepuasan konsumen serta implikasinya terhadap loyalitas pelanggan diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan terutama bagi penjual ayam pedaging atau CV. Naga Jaya Damerci. Dimana implikasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan lebih besar jika dibandingkan dengan pengaruh dari kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan, maka pihak perusahaan untuk meningkatkan pelayanan kepada pelanggan lebih baik lagi misalkan karyawan melayani semua pelanggan dengan baik seperti outlet yang bersih dan higienis, ruang tunggu yang nyaman, tidak berlama lama dalam menunggu atau memberitahukan berapa lama waktu untuk menunggu, karyawan yang rapi, ramah, peduli, dan bersimpati sehingga dampaknya pelanggan senang yang kedepannya ingin melakukan pembelian ulang di tempat yang sama.
2. Terkait dengan kualitas produk yang pengaruhnya lebih kecil dibandingkan dengan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan, maka perlunya perusahaan meningkatkan kualitas produk yang dijual seperti selalu menjual daging dalam keadaan segar, menjual daging ayam dengan kemasan yang baik, dan daging ayam yang tidak bau atau aroma yang tidak menyengat sehingga pelanggan tetap loyal karena mendapatkan kualitas produk yang baik.
3. Perusahaan memberikan kualitas pelayanan yang terbaiknya demi kepuasan pelanggan seperti menjaga kualitas daging ayam, harga daging

ayam sesuai harga pasar, dan kualitas pelayanan yang baik, karena pelanggan yang puas akan menyatakan yang baik-baik tentang perusahaan kepada konsumen lainnya. Hal ini dapat menjadi salah satu cara perusahaan dalam mendapatkan pelanggan yang lebih banyak lagi.

4. Dari segi kualitas produk, sebaiknya perusahaan dalam menjual produknya memiliki kualitas yang baik sesuai dengan harapan dan keinginan pelanggan seperti menjaga kualitas daging ayam yang selalu segar, tidak bau, dan pelayanan yang ramah, adil, serta bersih. Kesesuaian antara kualitas produk dan keinginan konsumen ini menjadikan mereka puas dan bisa berdampak pada meningkatnya loyalitas pelanggan.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan pada pengalaman langsung peneliti dalam proses penelitian ini, ada keterbatasan yang dialami dan dapat menjadi faktor yang agar dapat untuk lebih diperhatikan bagi peneliti-peneliti yang akan datang dalam lebih menyempurnakan penelitiannya karena penelitian ini sendiri tentu memiliki kekurangan yang perlu terus diperbaiki dalam penelitian-penelitian kedepannya. Keterbatasan dalam penelitian ini, ialah pada penelitian R-Square untuk dua variabel independen memiliki R-Square yang rendah, artinya 2 variabel independen ini yakni kualitas pelayanan dan kualitas produk belum bisa sepenuhnya menggambarkan dan memprediksi model dari kepuasan konsumen dan loyalitas pelanggan pada CV. Naga Jaya Damerci.

5.4 Saran Penelitian Kedepan

Berdasarkan hasil penelitian ini, penulis dapat menyampaikan saran yaitu untuk melakukan pengkajian ulang mengenai variabel-variabel yang kiranya dapat memprediksi kepuasan konsumen dan loyalitas pelanggan dengan lebih baik. Variabel yang digunakan dalam memprediksi kepuasan konsumen dalam penelitian ini masih sangat sedikit, sehingga dalam penelitian kedepannya dapat menambahkan variabel-variabel yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen seperti emosionalitas dan kemudahan mendapatkan produk. Variabel yang digunakan dalam memprediksi loyalitas pelanggan dalam penelitian ini masih terbatas, sehingga perlu menambahkan variabel-variabel yang dapat meningkatkan loyalitas pelanggan seperti melakukan pembelian secara teratur, citra merek dan kepercayaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, Willy dan Jogiyanto. 2015. *Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Ed.1. Yogyakarta: ANDI
- Albari, 2009, Pengaruh Kualitas Jasa Perguruan Tinggi Swasta terhadap Loyalitas Mahasiswa. *Jurnal Siasat Bisnis*. 13 (3), 203-215
- Albari., Atika K., 2019, The Influence of Product Quality, Service Quality and Price on Customer Satisfaction and Loyalty, *AJEFB - Asian Journal of Entrepreneurship and Family Business*, Vol. 3. No. 1. Hal 49 – 64
- Anggraeni DP., Srikandi K., Sunarti, 2016, Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan Nasi Rawon di Rumah Makan Sakinah Kota Pasuruan), *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 37 No. 1. Hal 171-177.
- Annamdevula, S., dan R.S. Bellamkonda. 2016. The Effect of Service Quality on Student Loyalty : the Mediating Role of Student Satisfaction. *Journal of Modelling in Management*, Vol. 11, No, 2, pp. 446-462
- Arikunto, S. 2017. *Pengembangan Instrumen Penelitian dan Penilaian Program*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Badan Pusat Statistik, 2021, Produksi Daging Ayam Ras Pedaging Menurut Provinsi (Ton), dalam <https://www.bps.go.id/indicator/24/488/3/produksi-daging-ayam-ras-pedaging-menurut-provinsi.html> , diakses 5 Januari 2023.
- Barnes, J. G. 2003. *Secret of Customer Relationship Management (Rahasia Manajemen Hubungan Pelanggan)*. Yogyakarta: Andi
- Bei, L.-T., & Chiao, Y.-C. 2006. An Integrated Model For The Effect Of Perceived Product, Perceived Service Quality, And Perceived Price Fairness On Consumer Satisfaction And Loyalty. *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*. 14, 125-140
- Cakici, A. C., Akgunduz, Y. and Yildirim, O. 2019, The Impact Of Perceived Price Justice And Satisfaction On Loyalty: The Mediating Effect Of Revisit Intention, *Tourism Review*, 74(3), pp. 443–462.
- Creswell, John W. 2009. *Research Design (Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed)*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Daryanto, & Setyobudi, I. 2014. *Konsumen Dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media.

- Departemen Pendidikan Nasional, 2008, Kamus Bahasa Indonesia, Jakarta: Pusat Bahasa
- Dick, A.S dan Basu, K., 1994, Customer Loyalty : Toward an Integrated Conceptual Framework, *Journal of The Academy Marketing Science*, Vol.22, p.99-113.
- Djumarno, Anjani, S. and Djamaluddin, S. 2018, Effect of Product Quality and Price on Customer Loyalty through Customer Satisfaction, *International Journal of Business and Management Invention (IJBMI)*, pp. 13–20
- Dwian Adhi Dharmawan and Arifin Sitio, 2020, Related Impact From Service Quality and Product Quality Towards Customer Satisfaction As Well As Its Implications To Customer Loyalty At PT. Cianjur Artha Makmur, *Dinasti International Journal Of Management Science (DIJMS)*, Vol 2, 101-111.
- Ekaprana, I., D., G., A., Jatra, I., M & Giantari, I G., I., A., K. 2020, Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Citra Merek Terhadap Niat Pembelian Ulang. *Journal Of Management*, 9(8), 2901-2905
- Etemad-Sajadi, R., & Rizzuto, D. 2013. The Antecedents Of Consumer Satisfaction And Loyalty In Fast Food Industry A cross-national Comparison Between Chinese And Swiss Consumers. *International Journal of Quality & Reliability Management*. 30 (7), 780-798
- Familiar K., Ida M., 2015, Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan, *Management Analysis Journal*, 4 (4), 348-353
- Farooq, Salam, Fayolle, & Jaafar, 2017. Impact Of Service Quality On Customer Satisfaction In Malaysia Airlines : A PLS-Sem Approach, *Journal of Air Transport Management*. Elsevier Ltd, 67(September), pp. 169–180
- Fitriani. 2019. Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Membentuk Loyalitas (Studi Kasus pada Konsumen Baju H&M di Yogyakarta). *Skripsi*. Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
- Forker, L. B., Vickery, S. K. and Droge, C. L. M., 1996, The Contribution Of Quality To Business Performance, *International Journal of Operations and Production Management*, 16(8), pp. 44–62.
- Fuentes-Blasco, M., Moliner-Velázquez, B. and Gil-Saura, I. 2017, Analyzing Heterogeneity On The Value, Satisfaction, Word-Of-Mouth Relationship In Retailing, *Management Decision*, 55(7), pp. 1558–1577

- Gantino, R. dan Erwin. 2010. Pengaruh Biaya Kualitas terhadap Penjualan pada PT Guardian Pharmatama. *Journal of Applied Finance and Accounting*, 2 (2), hal. 138-140.
- Gaspersz, Vincent, 2001, *Total Quality Management*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, I. 2017. *Model Persamaan Struktural Konsep Dan Aplikasi Program AMOS 24*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, I. Latan, H. 2012. *Partial Least Square : Konsep, Teknik dan Aplikasi Smart PLS 2.0 M3*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Gregorius Chandra, 2002, *Strategi dan Program Pemasaran*, Edisi Pertama, Yogyakarta: Andi.
- Griffin, 2005, *Customer Loyalty*, Jakarta : Penerbit Erlangga
- Hassan, M., Hassan, S., Nawaz, M. S., & Aksel, D. I. 2013. Measuring Customer Satisfaction And Loyalty Through Service Fairness, Service Quality And Price Fairness Percaption: An Empirical Study Of Pakistan Mobile Telekommunication Sector. *Science International Journal (Lahore)*, 25 (4), 971-980.
- Hoe, L. C. and Mansori, S. 2018, The Effects of Product Quality on Customer Satisfaction and Loyalty: Evidence from Malaysian Engineering Industry, *International Journal of Industrial Marketing*, p. 20.
- Hussain, M. and Ranabhat, P. 2013, Influence of Service and Product Quality on Customer Retention', *Department of Business and Economic Studies*, (2), pp. 1-69.
- Indriantoro, Nur dan Supomo, 2002, *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*, Edisi Pertama, Yogyakarta : BPF
- Izquierdo, C.C. & Samaniego, M.J.G. 2007. How alternative Marketing Strategies Impact The Performance Of Spanish Museums. *Journal Of Management Development*, 26(9):809-830
- Jahanshahi, A. A., Gashti, M. A., Mirdamadi, S. A., Nawaser, K., & Khaksar, S. M. 2011. Study the Effects of Customer Service and Product Quality on Customer Satisfaction and Loyalty. *International Journal of Humanities and Social Science*. 1 (7), 253-260
- Jannah, M. and H. 2019, The Influence of Product Quality, Service Quality and Price on Customer Satisfaction and Loyalty, *Proceeding of The 3rd*

International Conference on Accounting, Business & Economics, 1(4), pp. 1491–1498

Karnadi A., 2021, Produksi Ayam Pedaging Capai 3,43 Juta Ton pada 2021, dalam <https://www.bps.go.id/indicator/24/488/3/produksi-daging-ayam-ras-pedaging-menurut-provinsi.html> , diakses 5 Januari 2023.

Kartajaya H., 2003, *Marketing In Venus*, Jakarta: PT. Gramedia. Pustaka Utama

Kotler P., Gary A., 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 12*. Jilid 1. Jakarta: Erlangga

Kotler P., Gary A., 2012, *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.

Kotler, P. & Keller, K.L. 2012, *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga

Kuang Chi, H., Ren Yeh, H. and Ting Yang, Y. 2009, The Impact of Brand Awareness on Consumer Purchase Intention: The Mediating Effect of Perceived Quality and Brand Loyalty, *The Journal of International Management Studies*, pp. 135–144.

Lupiyoadi R., 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat.

Lupiyoadi, & Hamdani. 2008. *Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi 2*. Jakarta: Salemba Empat

Mooradian, T., Matzler, K. and Ring, L. 2014 *Strategic Marketing*. Fisrt Edit. USA: Palgrave Macmillan

Naini NF., Sugeng S., Tanti SA., Unique C., Nurfadillah, 2022, The Effect of Product Quality, Service Quality, Customer Satisfaction on Customer Loyalty, *Journal of Consumer Sciences*, 7(1), 34-50

Parasuraman A., Valarie A. Zeithmal, Leonard L. Berry, 2001, *A Conceptual Model of Service Quality and its Implication For Futur Research Journal of Marketing*, Mc. Graw Hill Book Company.

Ramadhan AG., Suryono BS., 2017, Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Ulang pada Sepatu Nike Running di Semarang melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening, *Diponegoro Journal Of Management*, Volume 6, Nomor 1, Halaman 1-12.

- Rua S., Estanislau de SS., Alvaro MA., 2020, Examining the Relationships between Product Quality, Customer Satisfaction and Loyalty in the Bamboo Institute, Dili, Timor-Leste, *Journal of Business and Management*, Vol.2, Issue 1, pp. 33-44.
- Russell RS. and Taylor, B.W. 2008. *Operations Management: Quality and Competitiveness in Global Environment*. ASI. New york
- Samani, M. B., Hashim, N. H. & Golbaz, N. E. & Khani, N. 2011. A Proposed Model Of Lifestyle And Store Attributes For Hypermarkets' Loyalty. *2nd International Conference On Business And Economic Research (2nd Icbber 2011) Proceeding*.
- Sangadji, E.M., dan Sopiah. 2013. *Prilaku Konsumen*, Yogyakarta: Penerbit Andi
- Sari YK., 2018, Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Di RnB Grill Yogyakarta, *Skripsi*, Universitas Negeri Yogyakarta
- Segoro W., 2011. Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan, Faktor Penambat Dan Kualitas Hubungan Relasional Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan: Suatu Penelitian Pada Penyedia Jasa Telepon Selular Di Jawa Barat. *IncomTech, Jurnal Telekomunikasi dan Komputer*, Vol.2, No.2, hlm. 181-197
- Sekaran, Uma dan Roger Bougie, 2017, *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian*, Edisi 6, Buku 2, Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Sharma, P. 2012. Offshore Outsourcing Of Customer Services – boon or bane? *Journal of Services Marketing*. 26 (5), 352–364
- Subagyo A., 2010, *Marketing in Business*. Edisi pertama, Cetakan Pertama. Jakarta: MitraWacana Media.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Suhendar & Ruswati, 2019, Effect of Product Quality, Perception of Price and Satisfaction To Customer Loyalty (Study on Agroindustrial Company in Indonesia), *International Journal of Economics, Commerce and Management*, pp. 23–33.
- Tandjung, J.W. 2004, *Marketing Management: Pendekatan Pada Nilai-Nilai Pelanggan*, Edisi Kedua, Malang: Banyumedia.

Tjiptono F., Anastasia D., 2015. *Pelanggan Puas? Tak Cukup*, Edisi 1., Yogyakarta: Andi.

Tjiptono F., 2014. *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi 3. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Trianah L., Diah P., Siti ZM., 2017, Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan D'besto Mangun Jaya 2 Tambun Selatan), *Jurnal STEI Ekonomi*, Vol 26, No. 01. Hal 105-122

Umar H., 2005, *Metode Penelitian Untuk Tesis Dan Bisnis*, Jakarta: Grafindo.

Usholihah KN., 2020, Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk Zoya Lamongan, *Skripsi*, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Weenas, Jackson R.S. 2013. Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta. *Jurnal EMBA*, Vol 1 No.4. Manado: Universitas Sam Ratulangi Manado.

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Kueisoner Penelitian

PERNYATAAN KUESIONER PENELTIAN

Hal: Permohonan Pengisian Kuesioner

Yth. Bapak/Ibu Responden

Di Tempat.

Dengan hormat,

Untuk memenuhi sebagian persyaratan penyelesaian pendidikan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Atma Jaya Yogyakarta, saya memerlukan beberapa informasi sebagai bahan penulisan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Implikasinya Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan CV. Naga Jaya Damerci)”**.

Sehubungan dengan itu, saya memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara untuk mengisi kuesioner ini sesuai dengan petunjuk yang ada pada kuesioner ini. Kuesioner ini didesain untuk mengukur tentang kualitas pelayanan dan kualitas produk dari CV. Naga Jaya Damerci, serta kepuasan dan loyalitas dari pelanggan.

Seluruh informasi yang diperoleh dari kuesioner ini hanya akan saya gunakan untuk keperluan penelitian saya dan saya akan menjaga kerahasiaannya sesuai dengan etika penelitian.

Atas ketersediaan Bapak/Ibu yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Peneliti

Aldy Domas Julianus

PERTANYAAN SARINGAN
(SCREENING QUESTION)

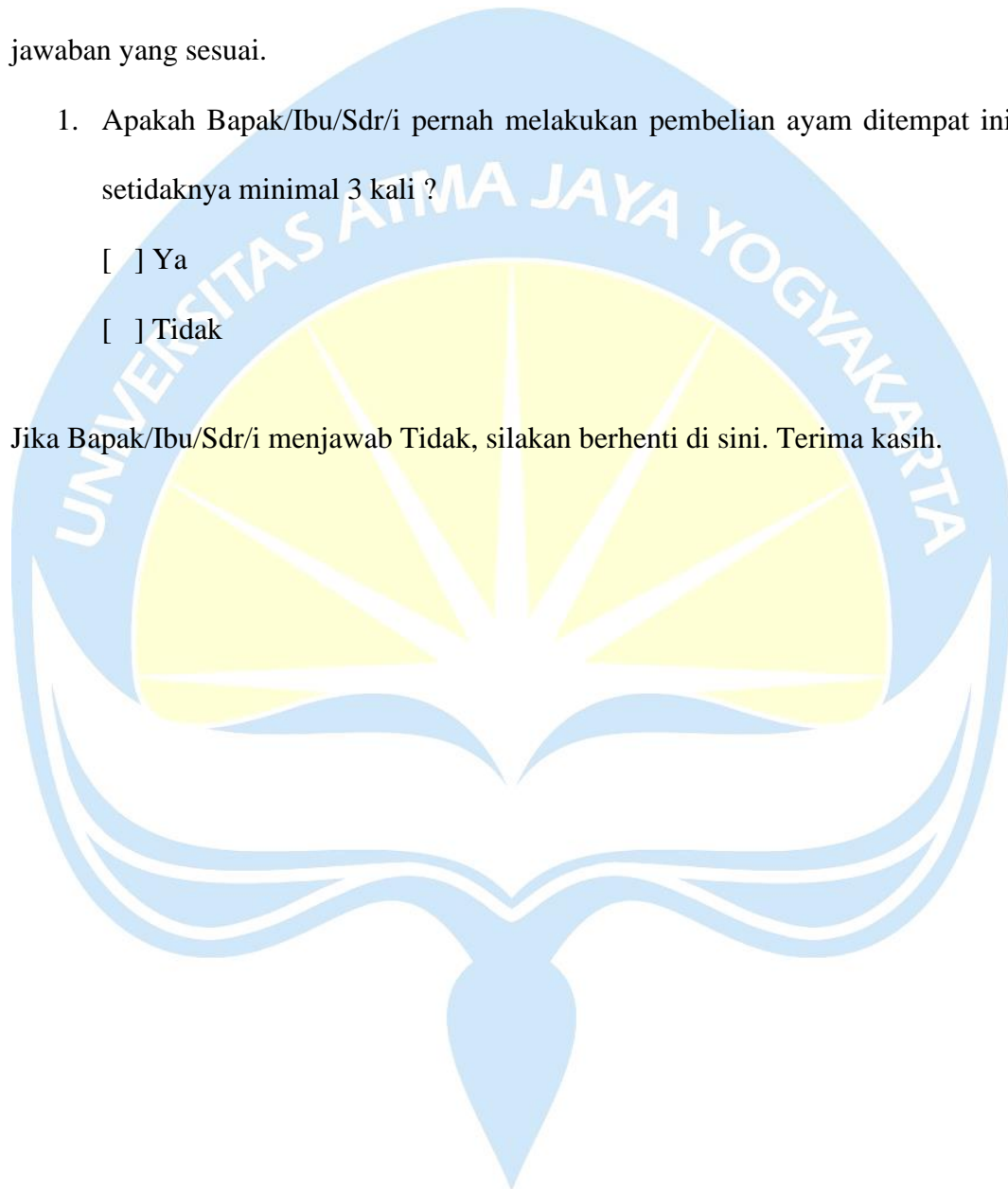
Pada bagian ini, Bapak/Ibu/Sdr/i diminta untuk memberi tanda cek [√] pada jawaban yang sesuai.

1. Apakah Bapak/Ibu/Sdr/i pernah melakukan pembelian ayam ditempat ini setidaknya minimal 3 kali ?

[] Ya

[] Tidak

Jika Bapak/Ibu/Sdr/i menjawab Tidak, silakan berhenti di sini. Terima kasih.



Hal Pengisian Kuesioner
Kepada Bapak/Ibu/Saudara
Yth : Pelanggan CV. Naga Jaya Damerci
Ditempat

Dengan hormat,

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :
Nama : Aldy Domas Julianus
Mahasiswa : Universitas Atma Jaya Yogyakarta
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen

Pada kesempatan ini kami sebagai penulis mohon bantuan anda untuk meluangkan sedikit waktu untuk menjawab daftar pertanyaan (angket) yang terlampir. Adapun pengisian angket ini saya gunakan untuk kepentingan tugas akhir dengan mengambil judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Implikasinya Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan CV. Naga Jaya Damerci)”.

Oleh karena itu saya mohon kesediaan Anda untuk mengisi dengan sejujurnya dan dijamin kerahasiannya. Atas kesediaan Anda, kami ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

Aldy Domas Julianus

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SERTA IMPLIKASINYA
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
(Studi pada Pelanggan CV. Naga Jaya Damerci)**

I. KARAKTERISTIK RESPONDEN

Petunjuk : **Pilih salah satu pernyataan yang paling sesuai dengan memberikan tanda (X) pada huruf a,b,c dan yang tersedia.**

1. Jenis Kelamin Anda :
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
2. Pendidikan terakhir yang pernah ditempuh ?
 - a. Tidak Sekolah
 - b. SD
 - b. SMP
 - c. SMU
 - d. Diploma
 - e. S1
 - f. S2
3. Usia Anda saat ini ?
 - a. \leq 25 tahun
 - b. 26-35 tahun
 - c. 36-45 tahun
 - d. 46-55 tahun
 - e. $>$ 55 tahun
4. Anda bekerja sebagai ?
 - a. Wiraswasta
 - b. Karyawan swasta
 - c. Petani
 - d. PNS
 - e. TNI/Polri
 - f. Lainnya

5. Sudah berapa kali Anda berbelanja di CV. Naga Jaya Damerci ?
 - a. 3 kali
 - b. 4 – 5 kali
 - c. > 5 kali
6. Anda mendapatkan informasi CV. Naga Jaya Damerci dari ?
 - a. Mulut ke mulut
 - b. Media sosial
 - c. Media internet
 - d. Media cetak

II. Daftar Kuesioner

Petunjuk pengisian :

Beri tanda (√) pernyataan dibawah ini pada kolom yang dianggap paling mewakili diantara alternatif jawaban yang ada dibawah ini, yaitu :

STS = Sangat Tidak Setuju
 TS = Tidak Setuju
 N = Netral
 S = Setuju
 SS = Sangat Setuju

A. KUALITAS PELAYANAN

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	CV. Naga Jaya Damerci menerima semua pesanan dengan baik					
2	Karyawan di CV. Naga Jaya Damerci selalu siaga					
3	Membeli di CV. Naga Jaya Damerci memiliki waktu tunggu yang singkat					
4	Karyawan di CV. Naga Jaya memperlakuan adil bagi semua pelanggan					
5	Jam buka CV. Naga Jaya Damerci yang panjang					
6	Karyawan CV. Naga Jaya Damerci memperhatikan penuh pada semua pelanggan yang datang					

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
7	Outlet CV. Naga Jaya Damerci terlihat bersih dan higienis sehingga menjadikan pembeli menjadi nyaman					
8	Karyawan CV. Naga Jaya Damerci berpenampilan rapi ketika bekerja					
9	Ruang tunggu di CV. Naga Jaya Damerci dirasakan cukup nyaman					
10	Pesanan yang saya beli di CV. Naga Jaya Damerci segera saya terima tidak terlalu lama segera diterima					
11	Membeli di CV. Naga Jaya Damerci tidak perlu mengantri lama ketika melakukan pembelian					
12	Karyawan CV. Naga Jaya Damerci dengan sungguh-sungguh mau membantu pembeli					
13	Membeli ayam di CV. Naga Jaya Damerci aman dikonsumsi					
14	Karyawan CV. Naga Jaya Damerci memiliki kompetensi yang baik dalam memberikan pelayanan					
15	Karyawan CV. Naga Jaya Damerci dapat dipercaya ketika melayani pelanggan					

B. KUALITAS PRODUK

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Daging ayam yang dijual di CV. Naga Jaya Damerci memiliki ukuran yang memadai					
2	CV. Naga Jaya Damerci menjual daging ayam dengan kemasan yang baik					
3	Daging ayam yang dijual di CV. Naga Jaya Damerci tidak bau atau aroma yang tidak menyengat					
4	Daging ayam yang dijual di CV. Naga Jaya Damerci dalam kondisi segar					

5	Kualitas daging ayam yang dijual di CV. Naga Jaya Damerci memiliki kualitas yang konsisten					
---	--	--	--	--	--	--

C. KEPUASAN

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Puas dengan kualitas daging ayam yang dijual di CV. Naga Jaya Damerci					
2	Puas dengan kualitas layanan yang diberikan di CV. Naga Jaya Damerci					
3	Puas dengan harga daging ayam yang dijual di CV. Naga Jaya Damerci					
4	Secara keseluruhan puas membeli daging ayam di CV. Naga Jaya Damerci					

D. LOYALITAS KONSUMEN

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Memiliki niat untuk tetap membeli daging ayam di CV. Naga Jaya Damerci					
2	Membeli daging ayam di CV. Naga Jaya Damerci menjadi pilihan pertama					
3	Merasa lebih baik jika membeli daging ayam di CV. Naga Jaya Damerci					
4	Merekomendasikan kepada keluarga, teman atau orang lain untuk melakukan pembelian daging ayam di CV. Naga Jaya Damerci					
5	Berbicara hal-hal yang positif tentang CV. Naga Jaya Damerci kepada orang lain					

LAMPIRAN 2 Demografi Responden

No	Jenis Kelamin	Pendidikan	Usia	Pekerjaan
1	Laki - laki	SMU	36-45 tahun	Wiraswasta
2	Perempuan	SMU	26-35 tahun	Wiraswasta
3	Perempuan	SMP	46-55 tahun	Petani
4	Laki - laki	SMU	36-45 tahun	Wiraswasta
5	Perempuan	SMU	36-45 tahun	Karyawan swasta
6	Laki - laki	Diploma	36-45 tahun	PNS
7	Perempuan	SMU	46-55 tahun	Wiraswasta
8	Perempuan	S1	36-45 tahun	Karyawan swasta
9	Perempuan	SMU	46-55 tahun	Wiraswasta
10	Laki - laki	SMU	36-45 tahun	Lainnya
11	Perempuan	Diploma	46-55 tahun	Karyawan swasta
12	Perempuan	SMP	> 55 tahun	Wiraswasta
13	Perempuan	SMU	≤ 25 tahun	Wiraswasta
14	Laki - laki	SMU	36-45 tahun	PNS
15	Perempuan	S1	36-45 tahun	Wiraswasta
16	Perempuan	SMU	36-45 tahun	Wiraswasta
17	Laki - laki	Diploma	36-45 tahun	Lainnya
18	Perempuan	SD	> 55 tahun	Petani
19	Perempuan	SMU	36-45 tahun	Lainnya
20	Perempuan	SMP	46-55 tahun	Wiraswasta
21	Perempuan	SMU	36-45 tahun	Lainnya
22	Laki - laki	S1	26-35 tahun	Karyawan swasta
23	Perempuan	SMU	36-45 tahun	Karyawan swasta
24	Perempuan	SMU	36-45 tahun	Karyawan swasta
25	Laki - laki	SMU	36-45 tahun	Wiraswasta
26	Perempuan	S1	36-45 tahun	PNS
27	Perempuan	SMU	36-45 tahun	Wiraswasta
28	Laki - laki	SMU	36-45 tahun	Lainnya
29	Perempuan	Diploma	26-35 tahun	Wiraswasta
30	Laki - laki	SMP	36-45 tahun	Petani
31	Perempuan	SMU	36-45 tahun	Wiraswasta
32	Perempuan	Diploma	36-45 tahun	Karyawan swasta
33	Laki - laki	SMU	36-45 tahun	Wiraswasta
34	Perempuan	SMU	46-55 tahun	Wiraswasta
35	Perempuan	SMU	36-45 tahun	Lainnya
36	Laki - laki	SMU	36-45 tahun	Wiraswasta
37	Perempuan	SD	> 55 tahun	Petani
38	Laki - laki	SMU	36-45 tahun	Wiraswasta

No	Jenis Kelamin	Pendidikan	Usia	Pekerjaan
39	Laki - laki	SMU	36-45 tahun	Karyawan swasta
40	Perempuan	SMU	≤ 25 tahun	Wiraswasta
41	Perempuan	SMU	36-45 tahun	Petani
42	Perempuan	SMP	46-55 tahun	Wiraswasta
43	Laki - laki	SMU	36-45 tahun	Karyawan swasta
44	Perempuan	SMU	36-45 tahun	Wiraswasta
45	Laki - laki	S1	26-35 tahun	PNS
46	Perempuan	SMU	36-45 tahun	Wiraswasta
47	Perempuan	SMU	36-45 tahun	Lainnya
48	Laki - laki	SMU	≤ 25 tahun	TNI/Polri
49	Perempuan	SMU	36-45 tahun	Wiraswasta
50	Laki - laki	SMU	36-45 tahun	TNI/Polri
51	Laki - laki	Diploma	36-45 tahun	Wiraswasta
52	Perempuan	SMU	36-45 tahun	Lainnya
53	Perempuan	SMU	26-35 tahun	Wiraswasta
54	Perempuan	Diploma	46-55 tahun	Karyawan swasta
55	Laki - laki	SMU	36-45 tahun	Wiraswasta
56	Laki - laki	SMU	≤ 25 tahun	Karyawan swasta
57	Perempuan	SMU	46-55 tahun	Wiraswasta
58	Laki - laki	Diploma	36-45 tahun	PNS
59	Laki - laki	SMU	36-45 tahun	Wiraswasta
60	Perempuan	SMP	46-55 tahun	Wiraswasta
61	Perempuan	SMU	36-45 tahun	Lainnya
62	Laki - laki	S1	26-35 tahun	TNI/Polri
63	Perempuan	SMU	36-45 tahun	Wiraswasta
64	Perempuan	SMP	36-45 tahun	Petani
65	Laki - laki	Diploma	36-45 tahun	Wiraswasta
66	Perempuan	SMU	36-45 tahun	Lainnya
67	Laki - laki	SMU	36-45 tahun	Wiraswasta
68	Laki - laki	SMU	36-45 tahun	Lainnya
69	Perempuan	SD	> 55 tahun	Wiraswasta
70	Laki - laki	SMU	36-45 tahun	Lainnya
71	Perempuan	SMU	26-35 tahun	Wiraswasta
72	Perempuan	SMP	46-55 tahun	Petani
73	Perempuan	SMU	36-45 tahun	Lainnya
74	Laki - laki	SMU	36-45 tahun	TNI/Polri
75	Perempuan	Diploma	26-35 tahun	Wiraswasta
76	Laki - laki	SMU	36-45 tahun	PNS
77	Perempuan	SMP	46-55 tahun	Petani
78	Perempuan	SMU	26-35 tahun	Wiraswasta

No	Jenis Kelamin	Pendidikan	Usia	Pekerjaan
79	Perempuan	SMU	46-55 tahun	Karyawan swasta
80	Perempuan	SMU	36-45 tahun	Wiraswasta
81	Perempuan	S1	36-45 tahun	Karyawan swasta
82	Laki - laki	SMU	36-45 tahun	Wiraswasta
83	Perempuan	SMU	36-45 tahun	Lainnya
84	Perempuan	SMU	36-45 tahun	Wiraswasta
85	Perempuan	Diploma	36-45 tahun	PNS
86	Laki - laki	SMU	26-35 tahun	Wiraswasta
87	Perempuan	SMU	36-45 tahun	Lainnya
88	Perempuan	SD	> 55 tahun	Petani
89	Laki - laki	SMU	36-45 tahun	Wiraswasta
90	Laki - laki	SMU	36-45 tahun	Karyawan swasta
91	Perempuan	SMP	> 55 tahun	Wiraswasta
92	Perempuan	SMU	36-45 tahun	Lainnya
93	Laki - laki	SMU	26-35 tahun	Wiraswasta
94	Perempuan	SMU	36-45 tahun	Lainnya
95	Perempuan	SMP	46-55 tahun	Wiraswasta
96	Laki - laki	S1	36-45 tahun	PNS
97	Perempuan	SMU	36-45 tahun	Wiraswasta
98	Laki - laki	SMU	46-55 tahun	Wiraswasta
99	Laki - laki	SMU	36-45 tahun	Karyawan swasta
100	Laki - laki	SMU	46-55 tahun	Wiraswasta
101	Perempuan	SMU	26-35 tahun	Wiraswasta
102	Perempuan	SMU	26-35 tahun	TNI/Polri
103	Laki - laki	SMP	36-45 tahun	Wiraswasta
104	Perempuan	SMU	36-45 tahun	Lainnya
105	Laki - laki	Diploma	36-45 tahun	Wiraswasta
106	Laki - laki	SMU	36-45 tahun	Karyawan swasta
107	Perempuan	SMU	36-45 tahun	Karyawan swasta
108	Perempuan	Diploma	36-45 tahun	Wiraswasta
109	Perempuan	SMU	36-45 tahun	Wiraswasta
110	Laki - laki	S1	36-45 tahun	PNS
111	Laki - laki	SMU	36-45 tahun	Wiraswasta
112	Perempuan	SMU	36-45 tahun	Karyawan swasta
113	Laki - laki	SMP	> 55 tahun	Wiraswasta
114	Laki - laki	SMU	36-45 tahun	Wiraswasta
115	Perempuan	S1	36-45 tahun	TNI/Polri
116	Perempuan	SMU	26-35 tahun	Lainnya
117	Perempuan	SMP	36-45 tahun	Wiraswasta
118	Laki - laki	Diploma	36-45 tahun	Karyawan swasta

No	Jenis Kelamin	Pendidikan	Usia	Pekerjaan
119	Perempuan	SMU	26-35 tahun	Wiraswasta
120	Perempuan	SMP	46-55 tahun	Petani
121	Laki - laki	SMU	36-45 tahun	Wiraswasta
122	Perempuan	SMU	46-55 tahun	Lainnya
123	Perempuan	SMU	26-35 tahun	Wiraswasta
124	Perempuan	SD	36-45 tahun	Petani
125	Perempuan	SMU	36-45 tahun	Wiraswasta
126	Laki - laki	SMU	26-35 tahun	Lainnya
127	Perempuan	S1	36-45 tahun	PNS
128	Perempuan	SMU	36-45 tahun	Wiraswasta
129	Laki - laki	SMU	36-45 tahun	Lainnya
130	Perempuan	SMP	36-45 tahun	Wiraswasta
131	Perempuan	Diploma	36-45 tahun	Lainnya
132	Perempuan	SMU	46-55 tahun	Lainnya
133	Laki - laki	SMU	36-45 tahun	Wiraswasta
134	Perempuan	SMP	> 55 tahun	Petani
135	Perempuan	SMU	36-45 tahun	Wiraswasta
136	Perempuan	S1	26-35 tahun	Karyawan swasta
137	Laki - laki	SMU	36-45 tahun	Wiraswasta
138	Perempuan	SMU	36-45 tahun	Lainnya
139	Perempuan	S1	26-35 tahun	Wiraswasta
140	Perempuan	SMP	46-55 tahun	Wiraswasta
141	Laki - laki	SMU	26-35 tahun	TNI/Polri
142	Laki - laki	SMU	36-45 tahun	Wiraswasta
143	Perempuan	Diploma	26-35 tahun	PNS
144	Perempuan	SMU	36-45 tahun	Wiraswasta
145	Perempuan	SMU	36-45 tahun	Wiraswasta
146	Laki - laki	SD	46-55 tahun	Petani
147	Laki - laki	SMU	36-45 tahun	Wiraswasta
148	Perempuan	SMU	26-35 tahun	TNI/Polri
149	Laki - laki	SMP	> 55 tahun	Petani
150	Laki - laki	SMU	36-45 tahun	Wiraswasta

No	Frekuensi Kunjungan	Sumber Informasi
1	> 5 kali	Mulut ke mulut
2	> 5 kali	Media sosial
3	3 kali	Mulut ke mulut
4	4 – 5 kali	Mulut ke mulut
5	> 5 kali	Media internet
6	3 kali	Mulut ke mulut
7	4 – 5 kali	Mulut ke mulut
8	3 kali	Media sosial
9	> 5 kali	Mulut ke mulut
10	> 5 kali	Media sosial
11	3 kali	Mulut ke mulut
12	4 – 5 kali	Mulut ke mulut
13	> 5 kali	Media sosial
14	> 5 kali	Mulut ke mulut
15	4 – 5 kali	Media sosial
16	3 kali	Mulut ke mulut
17	> 5 kali	Media internet
18	> 5 kali	Mulut ke mulut
19	3 kali	Mulut ke mulut
20	4 – 5 kali	Mulut ke mulut
21	3 kali	Mulut ke mulut
22	> 5 kali	Media sosial
23	> 5 kali	Mulut ke mulut
24	3 kali	Mulut ke mulut
25	> 5 kali	Mulut ke mulut
26	> 5 kali	Media internet
27	> 5 kali	Mulut ke mulut
28	3 kali	Media sosial
29	4 – 5 kali	Mulut ke mulut
30	3 kali	Mulut ke mulut
31	4 – 5 kali	Mulut ke mulut
32	4 – 5 kali	Media sosial
33	3 kali	Mulut ke mulut
34	> 5 kali	Media sosial
35	4 – 5 kali	Mulut ke mulut
36	> 5 kali	Mulut ke mulut
37	> 5 kali	Mulut ke mulut
38	> 5 kali	Mulut ke mulut
39	> 5 kali	Mulut ke mulut
40	> 5 kali	Media sosial
41	4 – 5 kali	Mulut ke mulut

No	Frekuensi Kunjungan	Sumber Informasi
42	> 5 kali	Mulut ke mulut
43	4 – 5 kali	Media sosial
44	4 – 5 kali	Mulut ke mulut
45	3 kali	Mulut ke mulut
46	> 5 kali	Mulut ke mulut
47	4 – 5 kali	Media cetak
48	3 kali	Mulut ke mulut
49	4 – 5 kali	Mulut ke mulut
50	4 – 5 kali	Mulut ke mulut
51	> 5 kali	Mulut ke mulut
52	3 kali	Media sosial
53	> 5 kali	Mulut ke mulut
54	3 kali	Media internet
55	4 – 5 kali	Mulut ke mulut
56	> 5 kali	Mulut ke mulut
57	4 – 5 kali	Mulut ke mulut
58	3 kali	Media cetak
59	4 – 5 kali	Mulut ke mulut
60	> 5 kali	Mulut ke mulut
61	> 5 kali	Media cetak
62	> 5 kali	Media internet
63	4 – 5 kali	Mulut ke mulut
64	4 – 5 kali	Mulut ke mulut
65	3 kali	Media sosial
66	> 5 kali	Media sosial
67	4 – 5 kali	Mulut ke mulut
68	4 – 5 kali	Mulut ke mulut
69	3 kali	Mulut ke mulut
70	3 kali	Media internet
71	> 5 kali	Mulut ke mulut
72	4 – 5 kali	Mulut ke mulut
73	> 5 kali	Media cetak
74	4 – 5 kali	Mulut ke mulut
75	4 – 5 kali	Mulut ke mulut
76	3 kali	Media internet
77	> 5 kali	Mulut ke mulut
78	4 – 5 kali	Mulut ke mulut
79	4 – 5 kali	Media sosial
80	3 kali	Mulut ke mulut
81	> 5 kali	Mulut ke mulut
82	4 – 5 kali	Mulut ke mulut

No	Frekuensi Kunjungan	Sumber Informasi
83	3 kali	Media sosial
84	4 – 5 kali	Mulut ke mulut
85	> 5 kali	Mulut ke mulut
86	4 – 5 kali	Mulut ke mulut
87	> 5 kali	Media sosial
88	3 kali	Mulut ke mulut
89	3 kali	Mulut ke mulut
90	4 – 5 kali	Mulut ke mulut
91	> 5 kali	Mulut ke mulut
92	> 5 kali	Media sosial
93	> 5 kali	Media sosial
94	4 – 5 kali	Mulut ke mulut
95	4 – 5 kali	Mulut ke mulut
96	> 5 kali	Media internet
97	> 5 kali	Mulut ke mulut
98	4 – 5 kali	Media sosial
99	4 – 5 kali	Mulut ke mulut
100	> 5 kali	Mulut ke mulut
101	4 – 5 kali	Media sosial
102	4 – 5 kali	Mulut ke mulut
103	3 kali	Mulut ke mulut
104	4 – 5 kali	Mulut ke mulut
105	4 – 5 kali	Media sosial
106	> 5 kali	Media sosial
107	> 5 kali	Mulut ke mulut
108	> 5 kali	Media sosial
109	> 5 kali	Mulut ke mulut
110	4 – 5 kali	Mulut ke mulut
111	3 kali	Mulut ke mulut
112	4 – 5 kali	Media sosial
113	3 kali	Mulut ke mulut
114	4 – 5 kali	Mulut ke mulut
115	3 kali	Mulut ke mulut
116	4 – 5 kali	Media internet
117	4 – 5 kali	Mulut ke mulut
118	3 kali	Media sosial
119	> 5 kali	Mulut ke mulut
120	> 5 kali	Mulut ke mulut
121	> 5 kali	Mulut ke mulut
122	> 5 kali	Mulut ke mulut
123	3 kali	Media sosial

No	Frekuensi Kunjungan	Sumber Informasi
124	4 – 5 kali	Mulut ke mulut
125	> 5 kali	Media sosial
126	3 kali	Mulut ke mulut
127	> 5 kali	Mulut ke mulut
128	3 kali	Mulut ke mulut
129	> 5 kali	Media sosial
130	4 – 5 kali	Mulut ke mulut
131	> 5 kali	Mulut ke mulut
132	> 5 kali	Media sosial
133	4 – 5 kali	Mulut ke mulut
134	> 5 kali	Mulut ke mulut
135	4 – 5 kali	Media sosial
136	3 kali	Mulut ke mulut
137	> 5 kali	Mulut ke mulut
138	> 5 kali	Media sosial
139	3 kali	Mulut ke mulut
140	4 – 5 kali	Mulut ke mulut
141	4 – 5 kali	Media sosial
142	> 5 kali	Mulut ke mulut
143	> 5 kali	Mulut ke mulut
144	> 5 kali	Mulut ke mulut
145	> 5 kali	Media sosial
146	4 – 5 kali	Mulut ke mulut
147	3 kali	Mulut ke mulut
148	4 – 5 kali	Media cetak
149	> 5 kali	Mulut ke mulut
150	4 – 5 kali	Mulut ke mulut

LAMPIRAN 3 Data Penelitian

No	Kualitas Pelayanan (KL)									
	KL1	KL2	KL3	KL4	KL5	KL6	KL7	KL8	KL9	KL10
1	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4
2	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
3	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4
4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4
6	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4
7	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4
8	3	3	3	4	4	3	4	4	5	3
9	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
10	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
11	4	4	4	4	3	4	2	4	4	4
12	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4
13	3	3	2	3	2	2	3	1	1	1
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
15	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4
16	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4
17	4	4	4	1	4	4	4	4	4	3
18	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
19	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
20	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
22	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4
23	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
26	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
27	3	4	3	4	3	3	2	3	3	3
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
30	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
33	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
34	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3
35	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
37	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3
38	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3

No	Kualitas Pelayanan (KL)									
	KL1	KL2	KL3	KL4	KL5	KL6	KL7	KL8	KL9	KL10
39	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4
40	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
43	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3
44	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
49	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
52	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
53	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5
54	3	3	4	4	4	4	4	4	5	3
55	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
56	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
58	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
59	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
61	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3
62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
63	4	4	3	4	3	4	4	4	5	4
64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
65	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
66	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
68	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
69	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
70	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
71	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
72	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
73	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5
74	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5
75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
76	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
77	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
78	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4

No	Kualitas Pelayanan (KL)					Rata2
	KL11	KL12	KL13	KL14	KL15	
1	4	4	4	4	4	4,13
2	5	3	4	4	4	4,07
3	4	4	4	4	4	4,20
4	4	4	4	4	4	4,07
5	4	4	4	4	4	4,40
6	4	4	5	5	4	4,27
7	4	4	4	4	4	4,40
8	3	3	4	3	3	3,47
9	4	4	4	4	4	4,07
10	4	4	4	4	3	4,00
11	4	4	4	4	4	3,80
12	5	4	5	4	4	4,33
13	1	1	1	1	1	1,73
14	4	4	5	5	4	4,80
15	3	3	4	4	4	3,67
16	4	4	4	4	4	4,20
17	1	1	1	4	1	2,93
18	3	4	4	4	4	3,87
19	3	4	4	4	4	3,87
20	4	4	4	4	4	3,93
21	4	4	4	4	3	3,93
22	3	4	4	4	4	3,80
23	4	4	4	4	4	3,93
24	4	3	4	4	3	3,87
25	4	4	4	4	4	4,00
26	4	4	4	4	4	4,07
27	2	3	3	3	2	2,93
28	4	4	4	4	4	4,00
29	4	4	4	4	4	4,00
30	4	3	2	3	3	3,27
31	4	4	4	4	4	4,00
32	4	4	4	4	4	4,00
33	4	4	4	4	4	4,07
34	3	3	4	3	4	3,40
35	4	3	4	3	3	3,67
36	5	4	5	4	4	4,13
37	4	4	4	4	4	3,60
38	4	3	2	3	2	3,40
39	4	5	4	4	4	4,20
40	4	4	4	4	4	4,13

No	Kualitas Pelayanan (KL)					Rata2
	KL11	KL12	KL13	KL14	KL15	
41	4	4	4	4	4	4,00
42	4	4	4	4	4	4,00
43	4	4	4	4	4	3,80
44	4	4	4	4	4	4,07
45	4	4	4	4	4	4,00
46	4	4	4	4	4	4,00
47	4	4	4	4	4	4,00
48	4	4	4	4	4	4,00
49	4	4	4	3	4	4,07
50	4	4	4	4	4	4,00
51	4	4	4	4	4	4,00
52	4	4	4	5	4	4,20
53	5	5	5	5	4	4,80
54	4	4	4	4	3	3,80
55	4	3	3	3	4	3,87
56	4	4	4	4	4	4,00
57	4	4	4	4	4	4,00
58	4	4	4	4	4	4,07
59	4	4	4	4	4	4,20
60	4	4	4	4	4	3,93
61	3	3	3	4	4	3,60
62	4	4	4	4	4	4,00
63	3	2	4	4	3	3,67
64	4	4	4	4	4	4,00
65	4	4	4	4	4	4,07
66	4	4	4	4	4	4,00
67	4	4	4	4	4	4,00
68	4	4	4	4	4	4,00
69	4	4	4	4	4	4,00
70	4	4	4	4	4	4,00
71	5	4	4	4	4	4,13
72	4	4	3	4	4	3,93
73	5	5	5	5	4	4,53
74	5	4	5	4	4	4,47
75	4	4	4	4	4	4,00
76	4	4	4	4	4	4,13
77	4	4	4	4	4	4,00
78	5	4	5	4	5	4,47
79	4	4	4	4	4	4,00
80	4	3	3	4	3	3,80

No	Kualitas Pelayanan (KL)					Rata2
	KL11	KL12	KL13	KL14	KL15	
81	4	4	4	4	4	4,07
82	5	4	4	4	4	4,07
83	4	4	4	4	4	4,00
84	4	4	5	4	5	4,20
85	4	4	5	4	5	4,33
86	4	4	4	4	4	4,00
87	4	4	4	4	4	4,07
88	4	4	4	4	4	4,00
89	4	4	4	4	4	4,00
90	4	4	4	4	4	4,07
91	4	3	4	4	4	3,93
92	4	3	4	4	4	3,93
93	5	4	4	4	4	4,07
94	4	4	4	4	4	4,00
95	4	4	4	4	4	4,00
96	4	4	4	4	4	4,07
97	4	4	4	4	4	4,00
98	4	4	4	4	4	4,00
99	4	4	4	4	4	4,07
100	5	4	5	4	4	4,40
101	3	4	4	3	4	4,07
102	4	4	4	5	4	3,87
103	5	4	4	4	4	4,13
104	4	4	3	4	2	3,87
105	4	5	4	5	4	3,93
106	4	4	4	4	3	4,07
107	4	3	3	2	4	3,47
108	3	4	4	3	4	3,67
109	4	4	4	5	3	4,07
110	5	4	4	4	4	4,13
111	4	4	3	4	4	3,93
112	2	3	3	3	2	2,93
113	4	4	4	4	4	3,87
114	4	4	4	4	4	4,07
115	4	3	2	3	3	3,60
116	4	4	4	4	4	3,80
117	4	4	3	3	2	3,87
118	4	3	4	4	3	3,93
119	3	4	4	4	5	3,60
120	4	5	4	4	4	3,93

No	Kualitas Pelayanan (KL)					Rata2
	KL11	KL12	KL13	KL14	KL15	
121	5	4	4	3	4	3,73
122	4	4	4	4	4	3,73
123	4	3	2	3	2	3,53
124	3	2	4	4	4	3,80
125	4	3	4	4	4	3,93
126	4	5	4	4	4	4,07
127	4	4	4	4	4	3,80
128	3	4	4	4	4	3,73
129	4	4	4	4	4	4,13
130	4	4	3	3	2	3,80
131	4	3	4	4	3	3,80
132	4	4	4	4	5	4,07
133	4	5	4	4	4	4,07
134	4	4	4	3	4	4,07
135	4	4	4	4	4	3,73
136	4	4	4	4	4	3,87
137	4	4	4	5	4	4,13
138	5	5	5	5	4	4,67
139	4	4	4	4	3	3,60
140	4	3	3	3	4	3,73
141	4	4	4	4	4	4,07
142	4	4	4	4	4	4,07
143	4	4	4	4	4	3,93
144	2	4	4	4	4	3,93
145	3	4	4	4	4	3,87
146	5	3	3	4	4	3,87
147	4	4	4	4	4	4,07
148	4	2	4	4	3	3,60
149	4	4	4	4	4	4,00
150	4	4	4	4	4	4,07

No	Kualitas Produk (KP)						Kepuasan Konsumen (KK)				
	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	Rata2	KK1	KK2	KK3	KK4	Rata2
1	5	5	5	4	4	4,60	4	4	4	4	4,00
2	4	4	4	4	4	4,00	4	5	4	4	4,25
3	5	4	4	4	4	4,20	5	4	5	4	4,50
4	4	3	4	4	4	3,80	5	4	5	5	4,75
5	5	5	4	5	5	4,80	5	5	5	5	5,00
6	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	5	4,25
7	5	5	5	5	5	5,00	5	4	5	5	4,75
8	4	4	4	4	4	4,00	4	3	4	4	3,75
9	4	4	4	4	4	4,00	4	5	4	4	4,25
10	4	3	4	4	4	3,80	4	4	4	4	4,00
11	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00
12	5	5	5	5	5	5,00	4	5	5	4	4,50
13	4	4	4	4	4	4,00	4	3	4	4	3,75
14	4	4	4	4	4	4,00	4	4	5	4	4,25
15	5	4	3	4	4	4,00	4	4	3	4	3,75
16	4	4	4	4	4	4,00	5	4	4	4	4,25
17	4	4	4	3	4	3,80	4	4	4	4	4,00
18	4	3	4	4	4	3,80	4	4	4	4	4,00
19	4	4	4	4	4	4,00	4	5	4	4	4,25
20	5	4	4	3	4	4,00	4	4	4	3	3,75
21	4	4	3	4	5	4,00	4	5	4	5	4,50
22	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00
23	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00
24	4	4	4	4	3	3,80	3	4	4	2	3,25
25	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00
26	5	5	5	5	4	4,80	4	4	4	4	4,00
27	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00
28	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00
29	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00
30	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00
31	4	4	3	4	4	3,80	4	4	4	4	4,00
32	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00
33	5	4	4	4	4	4,20	4	4	4	4	4,00
34	4	4	4	3	4	3,80	4	3	4	3	3,50
35	4	3	4	4	4	3,80	4	4	4	4	4,00
36	5	5	5	5	5	5,00	4	5	4	5	4,50
37	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00
38	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00
39	4	4	4	4	4	4,00	5	4	4	4	4,25
40	4	4	4	4	4	4,00	4	5	4	4	4,25

No	Kualitas Produk (KP)						Kepuasan Konsumen (KK)				
	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	Rata2	KK1	KK2	KK3	KK4	Rata2
41	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00
42	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00
43	4	4	4	3	4	3,80	4	5	4	5	4,50
44	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00
45	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00
46	4	4	3	4	4	3,80	4	5	4	4	4,25
47	4	5	4	4	4	4,20	4	4	4	4	4,00
48	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00
49	4	4	4	4	5	4,20	5	5	4	4	4,50
50	5	5	5	5	4	4,80	4	5	4	4	4,25
51	4	5	5	5	5	4,80	4	5	4	4	4,25
52	5	5	5	5	4	4,80	5	5	5	4	4,75
53	5	5	5	5	4	4,80	5	5	5	4	4,75
54	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	3	3,75
55	4	4	4	4	4	4,00	5	5	5	5	5,00
56	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00
57	3	4	4	4	4	3,80	4	4	4	4	4,00
58	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00
59	4	4	3	4	4	3,80	4	5	4	4	4,25
60	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00
61	4	5	4	3	4	4,00	4	4	4	4	4,00
62	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00
63	4	4	4	4	4	4,00	4	5	4	4	4,25
64	4	4	4	4	4	4,00	4	5	4	4	4,25
65	4	5	4	4	4	4,20	4	4	4	4	4,00
66	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00
67	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00
68	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00
69	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00
70	5	5	4	5	4	4,60	4	4	4	4	4,00
71	4	4	4	4	5	4,20	4	4	4	4	4,00
72	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00
73	4	4	3	4	4	3,80	4	4	4	4	4,00
74	4	4	4	4	4	4,00	4	5	4	4	4,25
75	4	4	4	3	4	3,80	4	4	4	4	4,00
76	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00
77	4	4	4	4	4	4,00	4	5	4	4	4,25
78	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00
79	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00
80	5	5	5	5	5	5,00	4	4	4	4	4,00

No	Kualitas Produk (KP)						Kepuasan Konsumen (KK)				
	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	Rata2	KK1	KK2	KK3	KK4	Rata2
81	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00
82	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00
83	5	4	4	4	4	4,20	4	4	4	4	4,00
84	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	5	4,25
85	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00
86	4	4	4	4	4	4,00	4	5	4	4	4,25
87	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00
88	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00
89	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00
90	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00
91	4	5	3	4	4	4,00	5	5	4	5	4,75
92	5	4	4	3	4	4,00	4	4	4	4	4,00
93	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00
94	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00
95	4	4	4	4	4	4,00	5	5	5	5	5,00
96	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00
97	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00
98	4	4	3	3	4	3,60	4	4	4	4	4,00
99	4	5	4	4	4	4,20	4	4	4	4	4,00
100	5	4	4	4	4	4,20	4	5	4	4	4,25
101	4	4	4	4	4	4,00	5	4	4	4	4,25
102	4	4	4	4	4	4,00	4	4	3	4	3,75
103	4	3	3	4	4	3,60	4	4	5	4	4,25
104	4	4	5	4	5	4,40	4	5	4	4	4,25
105	5	4	4	3	4	4,00	4	4	4	4	4,00
106	4	4	3	4	5	4,00	4	5	5	5	4,75
107	4	4	4	4	4	4,00	4	4	3	4	3,75
108	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00
109	4	4	4	4	3	3,80	3	4	4	2	3,25
110	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00
111	3	4	4	5	4	4,00	4	4	4	4	4,00
112	5	4	5	4	4	4,40	4	4	4	4	4,00
113	4	4	4	4	4	4,00	3	4	4	4	3,75
114	4	4	4	4	3	3,80	5	4	4	4	4,25
115	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00
116	4	4	3	4	4	3,80	4	4	4	4	4,00
117	4	4	4	4	4	4,00	5	5	4	4	4,50
118	5	3	4	4	3	3,80	3	4	4	4	3,75
119	4	5	4	5	4	4,40	4	3	4	3	3,50
120	4	3	4	4	4	3,80	4	4	4	4	4,00

No	Kualitas Produk (KP)						Kepuasan Konsumen (KK)				
	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	Rata2	KK1	KK2	KK3	KK4	Rata2
121	5	5	5	5	5	5,00	4	5	4	5	4,50
122	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00
123	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00
124	4	4	3	4	4	3,80	5	4	3	4	4,00
125	4	4	5	4	5	4,40	4	5	5	4	4,50
126	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00
127	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00
128	4	3	4	4	4	3,80	4	5	5	5	4,75
129	4	5	4	5	4	4,40	4	4	3	4	3,75
130	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00
131	4	4	3	4	4	3,80	4	5	4	4	4,25
132	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00
133	3	4	4	4	4	3,80	4	4	4	4	4,00
134	5	4	5	4	5	4,60	5	5	4	4	4,50
135	5	5	5	5	4	4,80	4	3	4	4	3,75
136	4	5	5	5	5	4,80	4	5	4	4	4,25
137	5	4	4	4	4	4,20	5	4	4	4	4,25
138	5	3	4	4	4	4,00	5	4	4	4	4,25
139	4	5	4	5	4	4,40	4	5	5	3	4,25
140	4	4	4	4	4	4,00	5	3	4	5	4,25
141	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00
142	3	4	4	4	4	3,80	4	4	4	4	4,00
143	4	4	4	4	4	4,00	4	4	3	4	3,75
144	4	4	3	4	4	3,80	4	5	5	4	4,50
145	4	4	5	4	5	4,40	4	4	4	4	4,00
146	4	4	4	3	4	3,80	4	4	4	4	4,00
147	3	4	4	4	4	3,80	4	4	5	5	4,50
148	5	4	5	4	4	4,40	4	5	3	4	4,00
149	4	4	4	4	4	4,00	4	5	4	4	4,25
150	4	5	4	4	4	4,20	4	4	4	4	4,00

No	Loyalitas Pelanggan (LY)					Rata2
	LY1	LY2	LY3	LY4	LY5	
1	4	4	4	3	4	3,80
2	5	4	4	4	4	4,20
3	4	4	4	4	4	4,00
4	4	4	4	4	4	4,00
5	4	4	5	5	5	4,60
6	4	4	4	5	4	4,20
7	5	4	4	4	4	4,20
8	4	4	4	4	4	4,00
9	4	4	4	4	4	4,00
10	4	4	5	4	4	4,20
11	4	4	4	4	3	3,80
12	5	5	4	4	5	4,60
13	4	4	4	3	5	4,00
14	5	5	4	4	5	4,60
15	3	4	4	4	4	3,80
16	5	4	5	5	5	4,80
17	4	5	4	4	3	4,00
18	4	4	4	4	4	4,00
19	4	4	4	4	4	4,00
20	4	4	4	4	4	4,00
21	4	4	4	5	4	4,20
22	4	4	4	4	4	4,00
23	4	4	5	4	4	4,20
24	4	4	4	4	4	4,00
25	4	4	4	4	4	4,00
26	4	4	4	4	5	4,20
27	4	4	4	4	4	4,00
28	5	4	4	4	4	4,20
29	4	4	4	4	4	4,00
30	4	3	4	4	4	3,80
31	4	4	4	4	4	4,00
32	4	4	4	4	4	4,00
33	4	4	4	4	4	4,00
34	4	3	4	4	4	3,80
35	4	4	4	3	4	3,80
36	5	5	5	5	5	5,00
37	4	4	4	4	4	4,00
38	4	4	4	4	4	4,00
39	5	4	4	4	4	4,20
40	4	4	4	4	4	4,00

No	Loyalitas Pelanggan (LY)					Rata2
	LY1	LY2	LY3	LY4	LY5	
41	4	4	4	4	4	4,00
42	5	4	4	4	4	4,20
43	4	4	4	3	3	3,60
44	4	4	4	4	4	4,00
45	4	4	4	4	4	4,00
46	4	4	4	4	4	4,00
47	4	4	4	4	4	4,00
48	4	4	4	4	4	4,00
49	4	4	5	4	4	4,20
50	4	4	4	4	4	4,00
51	5	4	5	5	5	4,80
52	5	5	5	5	5	5,00
53	5	5	5	5	5	5,00
54	4	4	4	4	4	4,00
55	4	4	4	5	4	4,20
56	4	4	4	4	4	4,00
57	4	4	4	4	4	4,00
58	4	4	4	4	4	4,00
59	4	4	4	4	4	4,00
60	4	3	4	4	4	3,80
61	3	3	4	4	3	3,40
62	4	4	4	4	4	4,00
63	3	4	4	4	3	3,60
64	4	4	4	4	4	4,00
65	4	4	4	4	4	4,00
66	4	4	4	4	4	4,00
67	4	4	4	4	4	4,00
68	5	4	4	4	4	4,20
69	4	4	4	4	3	3,80
70	4	4	4	4	4	4,00
71	4	4	4	4	4	4,00
72	4	4	4	4	4	4,00
73	4	4	4	4	4	4,00
74	4	4	4	4	5	4,20
75	4	4	4	4	4	4,00
76	4	4	4	4	4	4,00
77	4	4	4	4	4	4,00
78	5	4	4	4	4	4,20
79	4	4	4	4	4	4,00
80	4	4	4	4	4	4,00

No	Loyalitas Pelanggan (LY)					Rata2
	LY1	LY2	LY3	LY4	LY5	
81	4	4	4	4	4	4,00
82	5	4	4	4	4	4,20
83	4	4	4	4	4	4,00
84	4	4	4	4	3	3,80
85	4	4	4	4	4	4,00
86	4	4	4	4	4	4,00
87	4	4	4	4	4	4,00
88	5	4	4	5	3	4,20
89	4	4	4	4	4	4,00
90	4	4	4	4	4	4,00
91	4	4	4	4	4	4,00
92	5	4	4	4	3	4,00
93	4	4	4	4	4	4,00
94	4	4	4	4	4	4,00
95	5	4	4	4	4	4,20
96	4	4	4	4	4	4,00
97	4	4	4	4	3	3,80
98	4	4	4	4	4	4,00
99	4	4	4	4	4	4,00
100	5	4	4	5	4	4,40
101	5	4	5	5	5	4,80
102	4	5	4	4	3	4,00
103	4	4	4	4	4	4,00
104	4	4	3	4	4	3,80
105	4	4	4	4	3	3,80
106	4	4	5	5	5	4,60
107	4	4	4	4	4	4,00
108	4	4	5	4	4	4,20
109	4	4	4	4	4	4,00
110	4	4	4	4	4	4,00
111	4	4	4	4	5	4,20
112	4	3	4	4	4	3,80
113	5	4	4	3	4	4,00
114	4	5	5	5	4	4,60
115	4	4	4	4	4	4,00
116	4	4	4	4	4	4,00
117	4	4	4	4	4	4,00
118	4	4	4	4	4	4,00
119	4	3	4	4	4	3,80
120	4	4	4	3	4	3,80

No	Loyalitas Pelanggan (LY)					Rata2
	LY1	LY2	LY3	LY4	LY5	
121	5	4	4	4	5	4,40
122	4	3	4	4	4	3,80
123	4	4	4	3	4	3,80
124	5	5	5	5	4	4,80
125	4	4	4	4	4	4,00
126	4	4	4	4	4	4,00
127	5	4	4	4	4	4,20
128	4	4	4	3	3	3,60
129	3	4	4	4	4	3,80
130	4	4	3	4	4	3,80
131	5	5	5	4	4	4,60
132	4	4	4	4	4	4,00
133	4	4	4	4	4	4,00
134	4	4	5	4	4	4,20
135	4	4	4	4	4	4,00
136	5	4	5	5	5	4,80
137	5	5	5	5	5	5,00
138	4	4	4	5	5	4,40
139	3	4	4	4	4	3,80
140	4	4	3	5	4	4,00
141	5	5	5	4	4	4,60
142	4	4	4	4	4	4,00
143	4	4	4	4	4	4,00
144	4	4	4	4	4	4,00
145	4	3	3	4	4	3,60
146	3	3	4	4	3	3,40
147	4	4	5	5	5	4,60
148	3	4	4	4	4	3,80
149	4	4	4	4	4	4,00
150	4	4	4	4	4	4,00

Lampiran 4 Hasil Olah Data

Frequencies

		Statistics					
		Jenis Kelamin	Pendidikan	Usia	Pekerjaan	Frekuensi Kunjungan	Sumber Informasi
N	Valid	150	150	150	150	150	150
	Missing	0	0	0	0	0	0

Frequency Table

		Jenis Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki - laki	58	38,7	38,7	38,7
	Perempuan	92	61,3	61,3	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

		Pendidikan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SD	6	4,0	4,0	4,0
	SMP	19	12,7	12,7	16,7
	SMU	96	64,0	64,0	80,7
	Diploma	16	10,7	10,7	91,3
	S1	13	8,7	8,7	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ≤ 25 tahun	4	2,7	2,7	2,7
26-35 tahun	22	14,7	14,7	17,3
36-45 tahun	94	62,7	62,7	80,0
46-55 tahun	21	14,0	14,0	94,0
> 55 tahun	9	6,0	6,0	100,0
Total	150	100,0	100,0	

Pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Wiraswasta	72	48,0	48,0	48,0
Karyawan swasta	20	13,3	13,3	61,3
Petani	14	9,3	9,3	70,7
PNS	11	7,3	7,3	78,0
TNI/Polri	8	5,3	5,3	83,3
Lainnya	25	16,7	16,7	100,0
Total	150	100,0	100,0	

Frekuensi Kunjungan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3 kali	35	23,3	23,3	23,3
4 – 5 kali	53	35,3	35,3	58,7
> 5 kali	62	41,3	41,3	100,0
Total	150	100,0	100,0	

Sumber Informasi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Mulut ke mulut	102	68,0	68,0	68,0
Media sosial	34	22,7	22,7	90,7
Valid Media internet	9	6,0	6,0	96,7
Media cetak	5	3,3	3,3	100,0
Total	150	100,0	100,0	

Descriptives**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
KualitasPelayananKL	150	1,73	4,80	3,94	,331
KualitasProdukKP	150	3,60	5,00	4,08	,299
KepuasanKonsumenKK	150	3,25	5,00	4,11	,289
LoyalitasPelangganLY	150	3,40	5,00	4,08	,293
Valid N (listwise)	150				

Descriptives

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
KL1	150	3	5	4,07	,539
KL2	150	3	5	4,00	,366
KL3	150	2	5	3,97	,469
KL4	150	1	5	3,91	,567
KL5	150	2	5	3,97	,440
KL6	150	2	5	4,07	,459
KL7	150	2	5	3,95	,475
KL8	150	1	5	3,94	,481
KL9	150	1	5	4,06	,495
KL10	150	1	5	3,89	,499
KL11	150	1	5	3,93	,631
KL12	150	1	5	3,82	,614
KL13	150	1	5	3,90	,621
KL14	150	1	5	3,91	,517
KL15	150	1	5	3,79	,638
KualitasPelayananKL	150	1,73	4,80	3,94	,331
Valid N (listwise)	150				

Descriptives

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
KP1	150	3	5	4,15	,439
KP2	150	3	5	4,10	,460
KP3	150	3	5	4,03	,469
KP4	150	3	5	4,05	,430
KP5	150	3	5	4,08	,357
KualitasProdukKP	150	3,60	5,00	4,08	,299
Valid N (listwise)	150				

Descriptives

Descriptive Statistics

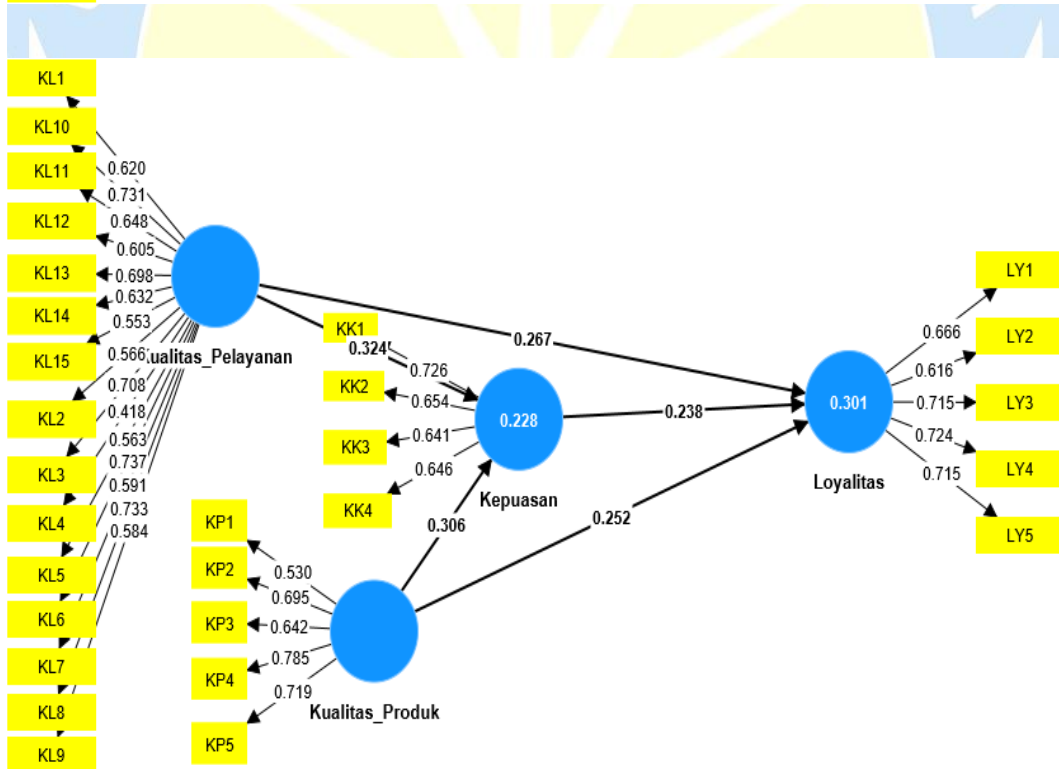
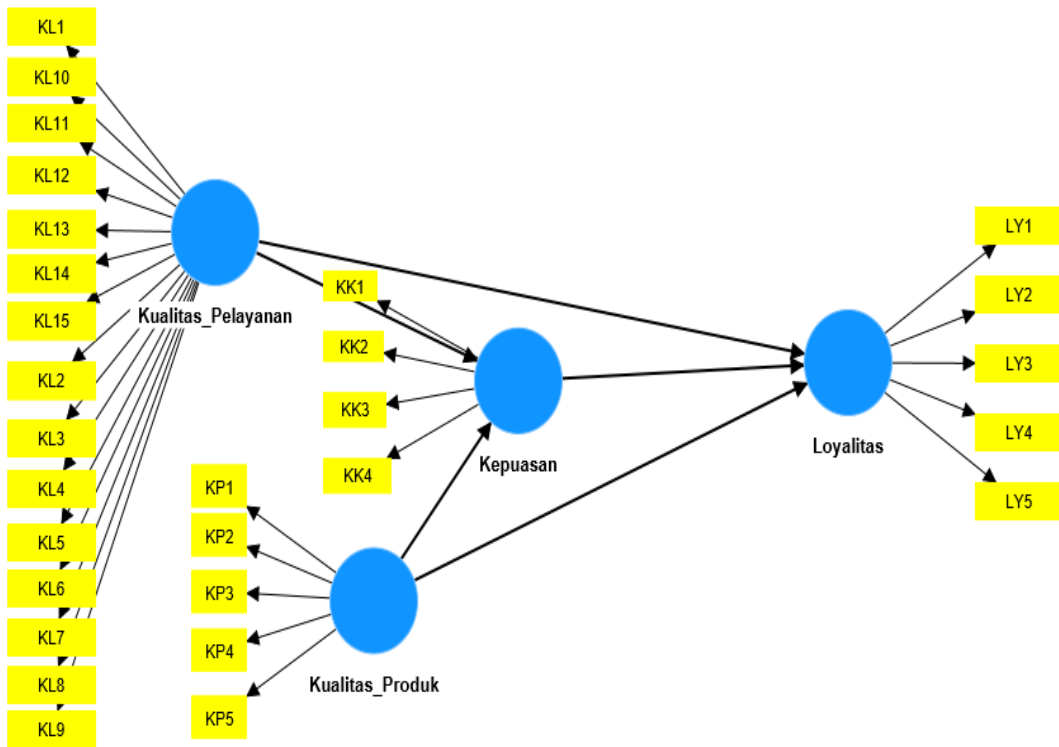
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
KK1	150	3	5	4,11	,387
KK2	150	3	5	4,21	,499
KK3	150	3	5	4,07	,396
KK4	150	2	5	4,05	,439
KepuasanKonsumenKK	150	3,25	5,00	4,11	,289
Valid N (listwise)	150				

Descriptives

Descriptive Statistics

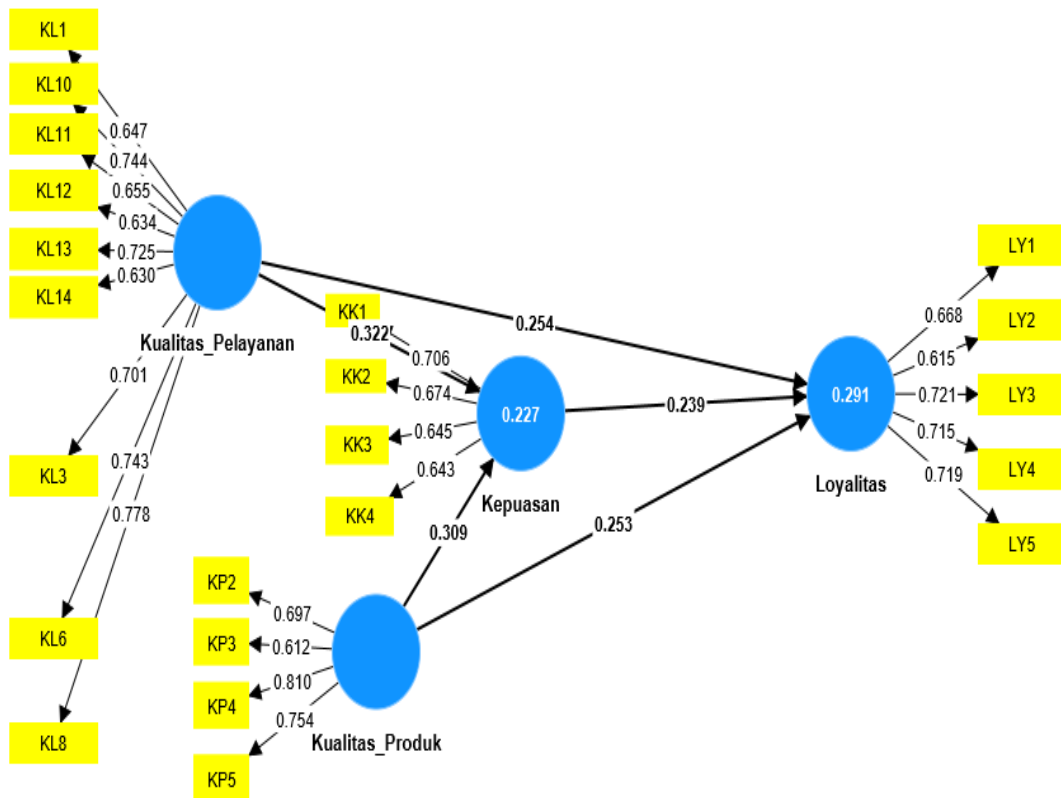
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
LY1	150	3	5	4,14	,464
LY2	150	3	5	4,02	,375
LY3	150	3	5	4,11	,387
LY4	150	3	5	4,08	,426
LY5	150	3	5	4,03	,469
LoyalitasPelangganL Y	150	3,40	5,00	4,08	,293
Valid N (listwise)	150				

Pengujian SEM PLS



Outer loadingsMatrix

	Kepuasan	Kualitas_Pelayanan	Kualitas_Produk	Loyalitas
KK1	0,726			
KK2	0,654			
KK3	0,641			
KK4	0,646			
KL1		0,620		
KL10		0,731		
KL11		0,648		
KL12		0,605		
KL13		0,698		
KL14		0,632		
KL15		0,553		
KL2		0,566		
KL3		0,708		
KL4		0,418		
KL5		0,563		
KL6		0,737		
KL7		0,591		
KL8		0,733		
KL9		0,584		
KP1			0,530	
KP2			0,695	
KP3			0,642	
KP4			0,785	
KP5			0,719	
LY1				0,666
LY2				0,616
LY3				0,715
LY4				0,724
LY5				0,715



Outer loadings

Matrix

	Kepuasan	Kualitas_Pelayanan	Kualitas_Produk	Loyalitas
KK1	0,706			
KK2	0,674			
KK3	0,645			
KK4	0,643			
KL1		0,647		
KL10		0,744		
KL11		0,655		
KL12		0,634		
KL13		0,725		
KL14		0,630		
KL3		0,701		
KL6		0,743		
KL8		0,778		
KP2			0,697	

KP3			0,612	
KP4			0,810	
KP5			0,754	
LY1				0,668
LY2				0,615
LY3				0,721
LY4				0,715
LY5				0,719

Construct reliability and validity

Overview

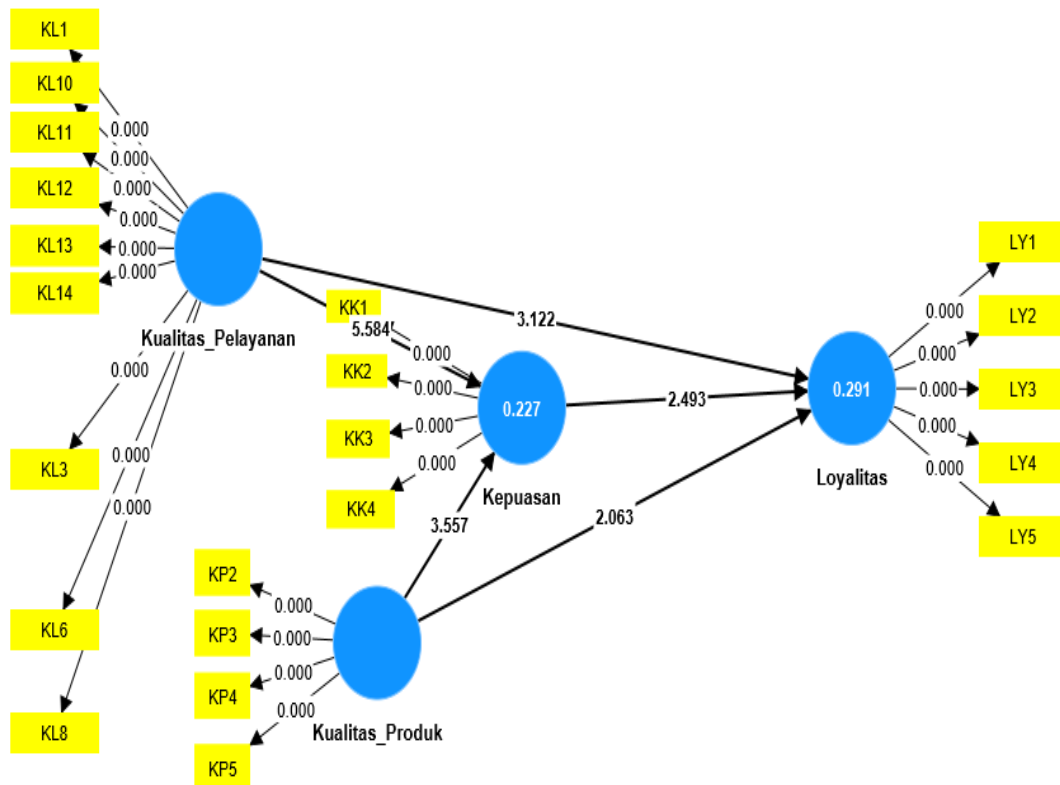
	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
Kepuasan	0,762	0,510
Kualitas_Pelayanan	0,894	0,518
Kualitas_Produk	0,812	0,521
Loyalitas	0,818	0,514

R-square

Overview

	R-square	R-square adjusted
Kepuasan	0,227	0,216
Loyalitas	0,291	0,276

Path coefficients



Mean, STDEV, T values, p values

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
Kepuasan -> Loyalitas	0,239	0,238	0,096	2,493	0,006
Kualitas_Pelayanan -> Kepuasan	0,322	0,328	0,058	5,584	0,000
Kualitas_Pelayanan -> Loyalitas	0,254	0,280	0,081	3,122	0,001
Kualitas_Produk -> Kepuasan	0,309	0,329	0,087	3,557	0,000
Kualitas_Produk -> Loyalitas	0,253	0,254	0,122	2,063	0,020

Total indirect effects

Mean, STDEV, T values, p values

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
Kualitas_Pelayanan -> Loyalitas	0,077	0,079	0,037	2,084	0,019
Kualitas_Produk -> Loyalitas	0,074	0,078	0,039	1,892	0,029