

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang dilakukan pada penelitian dengan judul anteseden kepuasan dan pengaruhnya pada niat membeli kembali di Mirota Kampus Jogja, peneliti memaparkan kesimpulan sebagai berikut :

##### 5.1.1 Kesimpulan Profil Responden

1. Mayoritas responden adalah perempuan, mencapai 53,9% dari total responden, sedangkan responden laki-laki menyumbang 46,1%.
2. Rentang usia 18-25 tahun menjadi kategori terbesar di antara responden, dengan persentase sebesar 61,4%. Sedangkan responden yang berusia 26 tahun ke atas, seperti 26-35 tahun, 36-45 tahun, dan lebih dari 45 tahun, memiliki kontribusi yang lebih kecil.
3. Mayoritas responden adalah pelajar/mahasiswa, mencapai 50,4% dari total responden. Sedangkan jumlah responden yang bekerja sebagai karyawan, wiraswasta, dan pekerja lainnya memiliki kontribusi yang lebih kecil.
4. Mayoritas responden memiliki rata-rata pengeluaran di Mirota Kampus Jogja sebesar Rp 100.000-300.000, dengan persentase sebesar 54,6%. Sedangkan jumlah responden dengan pengeluaran di luar kategori tersebut memiliki kontribusi yang lebih rendah.

### 5.1.2 Kesimpulan Uji Hipotesis

1.  $H_1$  : Citra merek berpengaruh terhadap niat membeli kembali ( **$H_1$  diterima**). Citra merek mampu mempengaruhi niat membeli kembali pada konsumen Mirota Kampus Jogja.
2.  $H_2$  : Kenyamanan pembeli berpengaruh terhadap niat membeli kembali ( **$H_2$  diterima**). Kenyamanan pembeli mampu mempengaruhi niat membeli kembali pada konsumen Mirota Kampus Jogja.
3.  $H_3$  : Kepuasan konsumen berpengaruh terhadap niat membeli kembali ( **$H_3$  diterima**). Kepuasan konsumen mampu mempengaruhi niat membeli kembali pada konsumen Mirota Kampus Jogja.
4.  $H_4$  : Kepuasan konsumen memediasi pengaruh antara citra merek terhadap niat membeli kembali ( **$H_4$  diterima**). Kepuasan konsumen mampu menjadi variabel mediator dari pengaruh citra merek terhadap niat membeli kembali pada konsumen Mirota Kampus Jogja.
5.  $H_5$  : Persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen ( **$H_5$  diterima**). Persepsi harga mampu mempengaruhi kepuasan konsumen Mirota Kampus Jogja.
6.  $H_6$  : Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen ( **$H_6$  diterima**). Kualitas produk mampu mempengaruhi kepuasan konsumen Mirota Kampus Jogja.
7.  $H_7$  : Kepuasan konsumen memediasi pengaruh antara kenyamanan pembeli terhadap niat membeli kembali ( **$H_7$  diterima**). Kepuasan konsumen mampu menjadi variabel mediator dari pengaruh kenyamanan pembeli terhadap niat membeli kembali pada konsumen Mirota Kampus Jogja.

## 5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, penelitian ini diharapkan untuk dapat memberikan hasil yang bermanfaat dan dapat diaplikasikan pada Mirota Kampus Jogja dan industri serupa. Berikut merupakan implikasi manajerial yang dapat diaplikasikan :

1. Mirota Kampus Jogja memerlukan upaya yang terus menerus untuk memperkuat citra merek Mirota Kampus Jogja. Hal ini dapat dilakukan melalui strategi pemasaran yang lebih efektif, pengelolaan merek yang konsisten, dan peningkatan kualitas produk dan layanan. Manajemen perlu memahami bahwa citra merek yang baik dapat meningkatkan niat konsumen untuk membeli kembali. Oleh karena itu, investasi dalam membangun dan memelihara citra merek yang positif adalah kunci untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan.
2. Mirota Kampus Jogja harus memperhatikan kenyamanan pembeli dalam pengalaman berbelanja. Hal ini dapat dicapai melalui peningkatan fasilitas toko, pelayanan pelanggan yang ramah, dan peningkatan ketersediaan produk. Kenyamanan pembeli memiliki dampak langsung terhadap niat membeli kembali, oleh karena itu, manajemen harus memastikan bahwa setiap aspek pengalaman berbelanja di Mirota Kampus Jogja mendukung kenyamanan konsumen.
3. Mirota Kampus Jogja perlu membentuk strategi dan program yang ditujukan untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Dalam membentuk kepuasan konsumen, Mirota Kampus Jogja harus meningkatkan kualitas produk, memperhatikan harga yang kompetitif, dan menciptakan lingkungan berbelanja yang nyaman.
4. Mirota Kampus Jogja harus terus memperhatikan persepsi harga dan kualitas produk oleh konsumen. Ini dapat dilakukan melalui riset pasar dan umpan balik pelanggan secara teratur. Upaya perbaikan atau penyesuaian terhadap harga dan kualitas produk harus dilakukan secara

konsisten untuk memastikan kepuasan konsumen dan meningkatkan niat membeli kembali.

5. Industri retail secara umum perlu memperhatikan harga dan kenyamanan pembelian sehingga membuat konsumen memiliki niat untuk membeli kembali.
6. Persepsi kualitas produk sangat terkait dengan harga yang ditetapkan. Manajemen harus memastikan bahwa kualitas produk mereka sebanding dengan harga yang mereka kenakan. Memilih untuk menetapkan harga yang sesuai dengan kualitas produk dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan meningkatkan kenyamanan

### **5.3 Keterbatasan Penelitian**

Peneliti menyadari adanya keterbatasan pada penelitian ini selama melakukan proses penyusunan penelitian. Berikut merupakan beberapa poin keterbatasan yang ditemukan dalam penelitian ini :

1. Peneliti menggunakan variabel citra merek, persepsi harga, kualitas produk dan kenyamanan pembeli sebagai anteseden dari kepuasan konsumen. Diperlukan adanya pertimbangan dari anteseden kepuasan konsumen lainnya yang tidak digunakan pada penelitian ini.
2. Penelitian ini berfokus untuk mengetahui niat membeli kembali pada konsumen Mirota Kampus Jogja. Responden dari penelitian ini terbatas pada konsumen Mirota Kampus Jogja.
3. Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam hal tingkat pengembalian kuesioner yang mencapai 67,7%, yang berarti 33,3% dari kuesioner yang disebarkan tidak kembali, atau sebanyak 133 dari 413 kuesioner tidak dapat dianalisis. Hal ini dapat menyebabkan bias dalam hasil penelitian karena responden yang tidak mengembalikan kuesioner mungkin memiliki karakteristik atau pendapat yang berbeda.

4. Manajemen mirota ternyata tidak sama satu dengan yang lainnya sehingga penelitian ini tidak bisa di general dengan penelian lainnya.
5. Penggunaan kuisioner untuk citra merek kurang sesuai dengan artikel aslinya sehingga dapat menimbulkan perbedaan makna antara citra merek yang dimaksud didalam artikel acuan dengan di dalam artikel penelitian

### **5.1 Saran untuk Penelitian Selanjutnya**

1. Penelitian selanjutnya dapat memperluas cakupan variabel anteseden kepuasan konsumen dengan memasukkan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, seperti loyalitas merek, persepsi layanan pelanggan, atau pengalaman pembelian sebelumnya. Penelitian selanjutnya dapat menggali lebih dalam bagaimana faktor-faktor baru ini berinteraksi dengan variabel yang telah digunakan sebelumnya, seperti citra merek, persepsi harga, kualitas produk, dan kenyamanan pembeli.
2. Penelitian selanjutnya dapat memperluas sampel responden untuk mencakup lebih dari sekadar konsumen Mirota Kampus Jogja. Pengumpulan data dari berbagai segmen konsumen, termasuk pengunjung dari industri serupa di daerah lain atau bahkan pengguna online, dapat memberikan pandangan yang lebih holistik tentang niat membeli kembali. Memperluas sampel responden juga dapat membantu dalam menggeneralisasi hasil penelitian untuk berbagai jenis toko atau industri, bukan hanya Mirota Kampus Jogja saja.
3. Penelitian selanjutnya dapat meningkatkan tingkat pengembalian kuesioner melalui beberapa strategi, seperti memberikan insentif bagi responden, melakukan pengingat secara berkala, atau menggunakan metode pengumpulan data yang lebih interaktif dan menarik.
4. Penelitian selanjutnya perlu memilih lokasi spesifik dari Mirota Kampus untuk memudahkan pengumpulan data yang mendetail. Dengan

memfokuskan pada lokasi tertentu, seperti salah satu dari 9 cabang yang dimiliki. Dengan pendekatan ini, dapat diharapkan bahwa penelitian akan memberikan hasil yang lebih mendalam dan relevan bagi pengambilan keputusan manajerial di Mirota Kampus.

5. Penelitian berikutnya perlu memperbaiki kuisisioner mengenai citra merek sesuai dengan artikel Menurut Bahri et al., (2023)



## DAFTAR PUSTAKA

- Alić, A., Činjarević, M., & Agić, E. (2020). The role of brand image in consumer- brand relationships: similarities and differences between national and private label brands. *Management & Marketing*, 15(1), 1-16.
- Arindaputri, N. B., & Santoso, S. (2023). Analysis of the influence of digital marketing, brand image, and price perception on purchase intention and brand loyalty in Uniqlo apparel products.
- Bahram, Ranjbarian & Sanayei, Ali & Kaboli, Majid. (2017). An Analysis of Brand Image, Perceived Quality, Customer Satisfaction and Re-purchase Intention in Iranian Department Stores. *International Journal of Business and Management*. 7: <http://dx.doi.org/10.5539/ijbm.v7n6p40>
- Bahri, K. N., & Komaladewi, R. (2023). The influence of Instagram, brand image, and price on online purchase decisions. *Asia Pacific Journal of Management and Education (APJME)*, 6(1), 79-93.
- Balqiah, T. E. & Setyowardhani, H. (2014) *Perilaku Konsumen. Pemahaman Konsep dan Studi Perilaku Konsumen dalam Pengembangan Strategi Pemasaran*. Universitas Terbuka, Jakarta, pp. 1-49. ISBN 979011222X
- Cahya, N., & Shihab, M. S. (2018). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Citra Merek, dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Pelanggan Smartphone Asus. Studi Kasus di PT. Datascrip. *Journal of Entrepreneurship, Management and Industry (JEMI)*, 1(01), 34-46.
- Cahyadi, C. Y., & Keni, K. (2021). Prediksi Kualitas Produk, Citra Merek dan Kepuasan Pelanggan terhadap Intensi Membeli Kembali. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(4), 914-921.
- Dewi, I. P. R. P., & Ekawati, N. W. (2019). Peran Kepuasan Konsumen Memediasi Pengaruh Brand Image Terhadap Repurchase Intention (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Duarte, P., Costa e Silva, S., & Ferreira, M. B. (2018). How convenient is it? Delivering online shopping convenience to enhance customer satisfaction and

- encourage e-WOM. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 44(June), 161–169. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2018.06.007>
- Ega, S., & Herenal, S. (2022). Sudut Pandang Manajemen Penelitian Pengaruh Loyalitas Merek dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Perkenalan Di era globalisasi , persaingan bisnis antar perusahaan semakin menantang baik di pasar domestik. 3(1), 70–80.
- Ellitan, L. (2022). Increasing repurchase intention through experiential marketing and customer satisfaction. *ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(10), 3559-3565.
- Esfahani, M., Musa, G., & Khoo, S. (2017). The influence of spirituality and physical activity level on responsible behaviour and mountaineering satisfaction on Mount Kinabalu, Borneo. *Current Issues in Tourism*, 20(11), 1162-1185.
- Ghozali, I & Latan, H. (2017), *Partial Least Square: Konsep, Metode, dan Aplikasi menggunakan program WarpPLS 5.0*, Edisi ke-3, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Girsang, N. M., Rini, E. S., & Gultom, P. (2020). The effect of brand image and product quality on re-purchase intention with customer satisfaction as intervening variables in consumers of skincare oriflame users—a study on students of north sumatra university, faculty of economics and business. *European Journal of Management and Marketing Studies*.
- Hair, J., F., William C. Black, Barry J. Babin, Rolph E. Anderson, & Ronald L. Tatham. (2020). *Multivariate Data Analysis*. New Jersey: Pearson Education.
- Hamid, A. A., Ibrahim, S. B., Seesy, A. S., & Ali, H. H. (2016). Interaction effect of perceived service quality and brand image on customer satisfaction. *PONTE International Scientific Researchs Journal*, 72(6), 0–8.
- Harjati, L., & Venesia, Y. (2015). Pengaruh kualitas layanan dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan pada maskapai penerbangan Tiger Air Mandala. *E-Journal Widya Ekonomika*, 1(1), 36791.
- Haverila, M. and Twyford, J.C. (2021), "Customer satisfaction, value for money and repurchase intent in the context of system delivery projects: a



- longitudinal study", *International Journal of Managing Projects in Business*, Vol. 14 No. 4, pp. 936-959. <https://doi.org/10.1108/IJMPB-03-2020-0102>
- Herlinda, D., Wulandari, P., Marta, T. A., & Riofita, H. (2023). Inovasi Produk dan Daya Tarik Konsumen: Studi Kasus pada Industri Pemasaran. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis (JEMB)*, 1(2), 211-221.
- Herliza, R., & Saputri, M. E. (2016). Pengaruh Brand Image Terhadap Kepuasan Pelanggan (studi Pada Zara Di Mall PVJ Bandung). *eProceedings of Management*, 3(2).
- Khare, A., Ahtani, D., & Khattar, M. (2014). Influence of price perception and shopping motives on Indian consumers' attitude towards retailer promotions in malls. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 26(2), 272-295.
- Khazaei, A., Manjiri, H., Samiey, E., & Najafi, H. (2014). The Effect of Service Convenience on Customer Satisfaction and Behavioral Responses in Bank Industry. *International Journal of Basic Sciences & Applied Research*, 3(1), 16-23.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke Tigabelas Jilid 1. Erlangga, Jakarta.
- Lim, J. S., Pham, P., & Heinrichs, J. H. (2020). Impact of social media activity outcomes on brand equity. *Journal of Product & Brand Management*, 29(7), 927-937.
- Lin, S. Y., & Chang, C. C. (2020). Tea for well-being: restaurant atmosphere and repurchase intention for hotel afternoon tea services. *Sustainability*, 12(3), 778.
- Lucky, O. S., Siti Aisjah, & Ningrum, A. P. (2023). The impacts of store price image and brand image on repurchase intention with customer satisfaction as mediation. *International Journal of Research in Business and Social Science* (2147-4478), 12(1), 22-30.  
<https://doi.org/10.20525/ijrbs.v12i1.2269>
- Malik, M. E., Ghafoor, M. M., & Iqbal, H. K. (2014). Impact of Brand Image, Service Quality and price on customer satisfaction in Pakistan Telecommunication sector. *International journal of business and social science*, 3(23), 123-129.

- Martiana, R., & Apriani, S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Deumdee Rangkasbitung. *The Asia Pacific Journal Of Management Studies*, 6(2).
- Mathur, T., Das, G., & Paul, U. K. (2016). Convenience, Satisfaction, and Post- Purchase Behavior in India's Health Insurance Market. *Journal of Global Marketing*, 29(4), 8–232.  
<https://doi.org/10.1080/08911762.2016.1206650>
- Mpinganjira, M. (2015). Online store service convenience, customer satisfaction and behavioural intentions: a focus on utilitarian oriented shoppers. *Journal of Economics and Behavioral Studies*, 7(1 (J)), 36-49.
- Musa, M., Haeruddin, M. I. W., & Haeruddin, M. (2018). Customers' repurchase decision in the culinary industry: Do the Big-Five personality types matter?. *Journal of business and retail Management Research*, 13(1), 131- 137.
- Ngoc Thuy, P. (2014). Using service convenience to reduce perceived cost. *Marketing Intelligence & Planning*, 29(5), 473-487.
- Oktarini, M. A. S., & Wardana, I. M. (2018). Peran customer satisfaction memediasi pengaruh perceived ease of use dan perceived enjoyment terhadap repurchase intention. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(4), 2041-2072.
- Pardede, R. F., & Hadi, H. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Merek Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Rokok. *Jurnal Manajerial*, 9(1).
- Pham, Q. T., Tran, X. P., Misra, S., Maskeliunas, R., & Damaševičius, R. (2018). Relationship between convenience, perceived value, and repurchase intention in online shopping in Vietnam. *Sustainability (Switzerland)*, 10(1), 1–14.  
<https://doi.org/10.3390/su10010156>
- Prabowo, H., Astuti, W., & Respati, H. (2019). Effect of service quality and brand image on repurchase intention through word of mouth at budget hotels airy rooms. *Open Journal of Business and Management*, 8(01), 194.
- Prayoni, I. A., & Respati, N. N. R. (2020). Peran kepuasan konsumen memediasi hubungan kualitas produk dan persepsi harga dengan keputusan pembelian ulang (Doctoral dissertation, Udayana University).

- Prihatini, W., & Gumilang, D. A. (2021). The Effect of Price Perception, Brand Image and Personal Selling on the Repurchase Intention of Consumers B to B of Indonesian General Fishery Companies with Customer Satisfaction as Intervening Variables. *European Journal of Business and Management Research*, 6(2), 91-95.
- Resti, D., & Soesanto, H. (2016). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan melalui Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Beli Ulang pada Rumah Kecantikan Sifra Di Pati. *Diponegoro Journal of Management*, 28-39.
- Rivai, J. (2021). The role of purchasing decisions mediating product quality, price perception, and brand image on customer satisfaction of Kopi Janji Jiwa. *Journal of Business and Management Studies*, 3(2), 31-42.
- Rodríguez-Torrico, P., San-Martín, S., & San José-Cabezudo, R. (2019). What drives M-shoppers to continue using mobile devices to buy?. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 27(1), 83-102.
- Rusmahafi, F. A., & Wulandari, R. (2020). The effect of brand image, service quality, and customer value on customer satisfaction. *International Review of Management and Marketing*, 10(4), 68.
- Sagita, F. E. (2013). Pengaruh brand image dan harga terhadap keputusan pembelian ulang produk kentucky fried chicken (KFC) di cabang basko grand mall oleh mahasiswa universitas negeri padang. *Jurnal Manajemen*, 2(02).
- Saputri, C. N., & Rivai, A. R. (2022). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Sikap Konsumen dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Niat Beli Ulang E-Wallet ShopeePAY. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(1), 153-163.
- Sari, R. K., & Hariyana, N. (2019). Pengaruh harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap minat pembelian ulang dan kepuasan pelanggan online shopping pada remaja di SITUBONDO. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 6(2).
- Satyadharma, A. A. (2014). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Kepercayaan Merek, Loyalitas Merek Dan Ekuitas Merek Mi Instan Indomie Di Sura baya. *Calyptra*, 3(1), 1

19. <https://journal.ubaya.ac.id/index.php/jimus/article/view/1558>

- Savitri, I. A. P. D., & Wardana, I. M. (2018). Pengaruh citra merek, kualitas produk dan persepsi harga terhadap kepuasan dan niat beli ulang (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Sekaran, U. & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian*. Edisi 6. Buku 1. Cetakan Kedua. Salemba Empat : Jakarta Selatan.
- Setyaningrum, F., & Wati, N. J. (2019). Pengaruh kualitas produk, promosi dan citra merek terhadap keputusan pembelian ulang. *JAMSWAP: Jurnal Akuntansi Dan Manajemen STIE Walisongo Pasuruan*, 4(4), 17-25.
- Suandana, N. P. W., Rahyuda, K., & Yasa, N. N. K. (2016). Pengaruh pengalaman membeli produk fashion terhadap niat membeli kembali melalui kepuasan dan kepercayaan pelanggan. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*, 10(1), 85-97.
- Sugianto, L. O., Ardiana, T. E., & Wardhani, D. P. (2022). The Effect of Brand Image and Product Quality on COntsumer Purchase Decisions. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 6(1), 55–63.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Suryana, P., & Dasuki, E. S. (2013). Analisis faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dan implikasinya pada minat beli ulang. *Trikonomika*, 12(2), 190-200.
- Susanti, N. P. H., & Wardana, I. M. (2015). Pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan pada produk kosmetik hijau merek The Body Shop. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 4(2), 253514.
- Susanto, S. E., Toto, H. D., Krisnanto, B., Singkeruang, A. W. T. F., & Ramlah, R. (2022). The Influence of Brand Loyalty and Brand Image on Customer Satisfaction. *Point of View Research Management*, 3(1), 70-80.
- Suttikun, C., & Meeprom, S. (2021). Examining the effect of perceived quality of authentic souvenir product, perceived value, and satisfaction on customer loyalty. *Cogent Business & Management*, 8(1), 1976468.
- Syahrial, E., Suzuki, H., Schvaneveldt, S. J., & Masuda, M. (2018). Customer Perceptions of Mediating Role of Ownership Cost in Garvin's Dimensions of Quality. *J Jpn Ind Manage Assoc*, 69(2E), 95–112.
- Technavio. <https://www.technavio.com/report/pos-terminals-market-industry-analysis>
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

- Tjiptono, F. & Diana, A. 2019. *Kepuasan Pelanggan-Konsep, Pengukuran, dan Strategi*. Yogyakarta : ANDI. ISBN 978 – 623 – 01 – 0194 – 6.
- Widyastuti, T. (2017). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Tempe. *Jurnal Khatulistiwa Informatika*, 1(2), 233-240.
- Wijayajaya, H. R., & Astuti, S. T. (2018). The Effect of trust and brand image to repurchase intention in online shopping. *KnE Social Sciences*, 915-928.
- Wiranto, I. I. J., & Husin, H. A. (2016). Relationship between customer satisfaction and repurchase intention on Mcdonald's Kuala Lumpur. *BERJAYA Journal of Services & Management*, 6, 70-79.





# ANTESEDEN KEPUASAN DAN PENGARUHNYA PADA NIAT BELI ULANG DI MIROTA KAMPUS JOGJA

Halo, Perkenalkan nama saya Dimas Budi Prasetyo, Mahasiswa dari Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk memenuhi tugas akhir skripsi saya dengan judul " ANTESEDEN KEPUASAN DAN PENGARUHNYA PADA NIAT BELI ULANG DI MIROTA KAMPUS JOGJA ". Berkaitan dengan hal tersebut, saya memohon kesediaan saudara atau saudari untuk mengisi kuesioner dibawah ini dengan jujur dan objektif. Seluruh informasi yang dibagikan akan digunakan untuk kebutuhan penelitian dan data pribadi akan dirahasiakan.

Apabila ada pertanyaan kuisisioner lain, bisa menghubungi saya di nomer berikut : 081326730070

Hormat saya, Dimas Budi Prasetyo

\* Menunjukkan pertanyaan yang wajib diisi

1. Email \*

## PERTANYAAN FILTER

2. Apakah anda mengunjungi Mirota Kampus Jogja dalam kurun waktu 6 bulan terakhir. \*

Tandai satu oval saja.

Ya

Tidak

Langsung ke bagian 10 (TERIMAKASIH!).

3. Dalam kurun waktu 3 bulan terakhir, berapa kali anda melakukan kunjungan ke Mirota Kampus Jogja.

*Tandai satu oval saja.*

- Tidak Pernah *Langsung ke bagian 10 (TERIMAKASIH!).*
- 1 kali *Langsung ke pertanyaan 4*
- 2-3 kali *Langsung ke pertanyaan 4*
- > 3 kali *Langsung ke pertanyaan 4*

#### DESKRIPSI RESPONDEN

4. Jenis Kelamin. \*

*Tandai satu oval saja.*

- Laki - Laki
- Perempuan

5. Usia. \*

*Tandai satu oval saja.*

- 18-25 tahun
- 26-35 tahun
- 36-45 tahun
- > 45 tahun



## 6. Pekerjaan. \*

Tandai satu oval saja.

- Pelajar/Mahasiswa  
 Karyawan  
 Wiraswasta  
 Lain-Lain

## 7. Pengeluaran rata rata untuk sekali belanja di Mirota Kampus Jogja. \*

Tandai satu oval saja.

- <100.000  
 100.000-300.000  
 300.000-500.000  
 500.000-700.000  
 >700.000

**CITRA MEREK (X1)**

Berikut merupakan pernyataan penelitian yang diajukan peneliti untuk responden. Pilihlah jawaban dengan skala sebagai berikut:

- 5 = Sangat Setuju  
4 = Setuju  
3 = Netral  
2 = Tidak Setuju  
1 = Sangat Tidak Setuju

8. Saya percaya bahwa kelengkapan produk Mirota Kampus tetap konsisten dari waktu ke waktu.

Tandai satu oval saja.

1 2 3 4 5

9. Saya merasa bahwa produk yang dijual di Mirota Kampus Jogja murah. \*

Tandai satu oval saja.

1 2 3 4 5

10. Setelah datang ke Mirota Kampus Jogja, saya merasa ingin berbelanja. \*

Tandai satu oval saja.

1 2 3 4 5

11. Saya tertarik untuk datang ke Mirota Kampus Jogja karena lokasinya yang strategis. \*

Tandai satu oval saja.

1 2 3 4 5

12. Menurut saya, Mirota Kampus Jogja dapat dibedakan swalayan lain. \*

Tandai satu oval saja.

1 2 3 4 5

---

---

13. Saya merasa produk yang ditawarkan Mirota Kampus Jogja tidak dimiliki kompetitornya. \*

Tandai satu oval saja.

1 2 3 4 5

---

---

**HARGA (X2)**

14. Saya merasa bahwa harga produk di Mirota Kampus Jogja sesuai dengan kualitasnya. \*

Tandai satu oval saja.

1 2 3 4 5

---

---

15. Saya merasa manfaat yang saya terima dari produk Mirota Kampus Jogja sebanding dengan harganya.

Tandai satu oval saja.

1 2 3 4 5

---

---

16. Menurut saya, harga di Mirota Kampus Jogja sesuai dengan kuantitas produk yang ditawarkan.

Tandai satu oval saja.

1 2 3 4 5

17. Saya percaya bahwa harga produk di Mirota Kampus Jogja lebih rendah dibandingkan dengan pesaing lainnya.

Tandai satu oval saja.

1 2 3 4 5

18. Harga produk di Mirota Kampus Jogja terjangkau bagi saya. \*

Tandai satu oval saja.

1 2 3 4 5

19. Mirota Kampus Jogja menawarkan produk dengan harga yang bervariasi. \*

Tandai satu oval saja.

1 2 3 4 5

**KUALITAS PRODUK (X3)**

20. Mirota Kampus Jogja memenuhi kebutuhan saya. \*

Tandai satu oval saja.

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

21. Mirota Kampus Jogja menyediakan produk yang tidak kadaluarsa. \*

Tandai satu oval saja.

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

22. Mirota Kampus Jogja menyediakan produk yang saya cari. \*

Tandai satu oval saja.

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

23. Mirota Kampus Jogja menyediakan produk yang aman digunakan. \*

Tandai satu oval saja.

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

24. Mirota Kampus Jogja memiliki penampilan yang menarik dan estetis. \*

Tandai satu oval saja.

1 2 3 4 5

25. Mirota Kampus Jogja menyediakan produk yang sesuai dengan harganya. \*

Tandai satu oval saja.

1 2 3 4 5

**KENYAMANAN PEMBELI (X4)**

26. Saya merasa bahwa lokasi Mirota Kampus Jogja mudah diakses. \*

Tandai satu oval saja.

1 2 3 4 5

27. Saya menemukan produk yang saya cari dengan mudah di Mirota Kampus Jogja. \*

Tandai satu oval saja.

1 2 3 4 5

28. Proses pencarian produk di Mirota Kampus Jogja cukup cepat dan efisien. \*

Tandai satu oval saja.

1 2 3 4 5

---

---

29. Mirota Kampus Jogja menyediakan berbagai metode pembayaran yang memudahkan saya untuk bertransaksi.

Tandai satu oval saja.

1 2 3 4 5

---

---

**KEPUASAN KONSUMEN (Z)**

30. Produk di Mirota Kampus Jogja sesuai dengan ekspektasi saya. \*

Tandai satu oval saja.

1 2 3 4 5

---

---

31. Secara keseluruhan, saya puas dengan Mirota Kampus Jogja. \*

Tandai satu oval saja.

1 2 3 4 5

---

---

32. Secara keseluruhan, saya puas berbelanja di Mirota Kampus Jogja. \*

Tandai satu oval saja.

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**NIAT MEMBELI KEMBALI (Y)**

33. Saya berniat untuk berbelanja kembali di Mirota Kampus Jogja. \*

Tandai satu oval saja.

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

34. Saya akan mengunjungi Mirota Kampus Jogja kembali dari pada di tempat lain. \*

Tandai satu oval saja.

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

35. Saya akan kembali membeli produk di Mirota Kampus Jogja dari pada tempat lain. \*

Tandai satu oval saja.

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



**TERIMAKASIH!**

atas waktu dan kesediaan anda untuk mengisi kuesioner ini!

---

Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google.

Google Formulir





**LAMPIRAN II : DATA RESPONDEN**

	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan	Apakah anda mengunjungi Mirota Kampus Jogja dalam kurun waktu 6 bulan terakhir	Dalam kurun waktu 3 bulan terakhir, berapa kali anda melakukan kunjungan ke Mirota Kampus Jogja	Pengeluaran rata rata untuk sekali belanja di Mirota Kampus Jogja	Email Address
1	Perempuan	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	> 3 kali	>700.000	syabo.on.business@gmail.com
2	Laki - Laki	> 45 tahun	Lain-Lain	Ya	2-3 kali	100.000-300.000	antoniusjoko260570@gmail.com
3	Perempuan	> 45 tahun	Lain-Lain	Ya	2-3 kali	100.000-300.000	lusiawarsilatun73@gmail.com
4	Perempuan	18-25 tahun	Karyawan	Ya	> 3 kali	500.000-700.000	amelindamelin19@gmail.com
5	Perempuan	> 45 tahun	Lain-Lain	Ya	2-3 kali	300.000-500.000	srisupiyatmi@gmail.com
6	Laki - Laki	18-25 tahun	Karyawan	Ya	2-3 kali	100.000-300.000	figojatmiko@gmail.com
7	Perempuan	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	1 kali	100.000-300.000	trianisimanjuntak03@gmail.com
8	Laki - Laki	18-25 tahun	Karyawan	Ya	2-3 kali	100.000-300.000	luthfi@gmail.com
9	Laki - Laki	26-35 tahun	Karyawan	Ya	2-3 kali	100.000-300.000	risqibayuaji24@gmail.com
10	Laki - Laki	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	> 3 kali	100.000-300.000	ryandivayana34@gmail.com
11	Perempuan	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	1 kali	100.000-300.000	Lefianaela0@gmail.com
12	Laki - Laki	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	2-3 kali	100.000-300.000	pauluswindito1@gmail.com
13	Perempuan	> 45 tahun	Lain-Lain	Ya	2-3 kali	100.000-300.000	luthfimdiah18@gmail.com
14	Perempuan	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	2-3 kali	<100.000	dominica.maria21@gmail.com
15	Perempuan	> 45 tahun	Lain-Lain	Ya	> 3 kali	500.000-700.000	wagini214@gmail.com
16	Perempuan	18-25 tahun	Lain-Lain	Ya	2-3 kali	100.000-300.000	natalyadea16@gmail.com
17	Perempuan	> 45 tahun	Wiraswasta	Ya	> 3 kali	>700.000	purwaningsihdewi37@gmail.com
18	Laki - Laki	> 45 tahun	Wiraswasta	Ya	> 3 kali	300.000-500.000	suharjono.john25@gmail.com
19	Laki - Laki	26-35 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	> 3 kali	>700.000	ivendaycin.21@gmail.com
20	Laki - Laki	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	> 3 kali	100.000-300.000	guntursantosa07@gmail.com
21	Laki - Laki	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	> 3 kali	100.000-300.000	andersonjohan619@gmail.com
22	Laki - Laki	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	2-3 kali	100.000-300.000	vitoverdiansyach2002@gmail.com
23	Laki - Laki	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	2-3 kali	100.000-300.000	bryantsinagaa@gmail.com
24	Perempuan	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	> 3 kali	100.000-300.000	marianataliesafira@gmail.com
25	Laki - Laki	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	1 kali	100.000-300.000	purnomoagustinusrio@gmail.com
26	Perempuan	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	2-3 kali	100.000-300.000	alesialidwinasakodobat@gmail.com

27	Laki - Laki	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	1 kali	100.000-300.000	yudigantara11@gmail.com
----	-------------	-------------	-------------------	----	--------	-----------------	-------------------------



28	Laki - Laki	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	2-3 kali	100.000-300.000	affanirwnsyhqq@gmail.com
29	Laki - Laki	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	2-3 kali	100.000-300.000	vengeance.ade@gmail.com
30	Laki - Laki	18-25 tahun	Wiraswasta	Ya	> 3 kali	300.000-500.000	ninopradipta20@gmail.com
31	Perempuan	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	2-3 kali	100.000-300.000	angelinchikaaa@gmail.com
32	Perempuan	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	2-3 kali	100.000-300.000	ft.rossi05@gmail.com
33	Perempuan	26-35 tahun	Karyawan	Ya	2-3 kali	100.000-300.000	kaffiyana94@gmail.com
34	Perempuan	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	2-3 kali	100.000-300.000	yachintamara@gmail.com
35	Perempuan	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	2-3 kali	<100.000	wulanambarsari10@gmail.com
36	Perempuan	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	2-3 kali	100.000-300.000	dellapusita291@gmail.com
37	Perempuan	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	2-3 kali	<100.000	primap203@gmail.com
38	Perempuan	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	2-3 kali	<100.000	nabilaazizah94@gmail.com
39	Perempuan	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	> 3 kali	<100.000	artaprisca@gmail.com
40	Laki - Laki	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	> 3 kali	>700.000	mhanss36@gmail.com
41	Perempuan	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	2-3 kali	100.000-300.000	lalayofia@gmail.com
42	Perempuan	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	2-3 kali	100.000-300.000	castridamayanti@gmail.com
43	Perempuan	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	2-3 kali	300.000-500.000	elisahariyantii673@gmail.com
44	Perempuan	18-25 tahun	Karyawan	Ya	1 kali	100.000-300.000	annastasya505@gmail.com
45	Perempuan	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	1 kali	<100.000	chyrillaphinky@gmail.com
46	Laki - Laki	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	> 3 kali	300.000-500.000	tirandavico@gmail.com
47	Laki - Laki	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	2-3 kali	100.000-300.000	andresw234@gmail.com
48	Laki - Laki	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	2-3 kali	300.000-500.000	budiprasyodimas23@gmail.com
49	Perempuan	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	1 kali	100.000-300.000	kurniasarimariadita@gmail.com
50	Laki - Laki	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	2-3 kali	100.000-300.000	6dhaniahmad@gmail.com
51	Laki - Laki	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	1 kali	300.000-500.000	agungaryapramana2002@gmail.com
52	Laki - Laki	26-35 tahun	Karyawan	Ya	2-3 kali	100.000-300.000	kevin.joshua9898@gmail.com
53	Laki - Laki	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	1 kali	<100.000	jonahadrielswanto@gmail.com
54	Perempuan	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	2-3 kali	100.000-300.000	anastasiaoctavia@gmail.com
55	Laki - Laki	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	2-3 kali	100.000-300.000	antoniusbs2002@gmail.com
56	Laki - Laki	26-35 tahun	Karyawan	Ya	1 kali	100.000-300.000	yosephsatria5@gmail.com
57	Laki - Laki	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	2-3 kali	<100.000	bambangher1811@gmail.com
58	Laki - Laki	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	2-3 kali	<100.000	marcellinomarcell7@gmail.com
59	Perempuan	> 45 tahun	Lain-Lain	Ya	2-3 kali	100.000-300.000	luciwandarti2@gmail.com
60	Laki - Laki	26-35 tahun	Karyawan	Ya	1 kali	100.000-300.000	rawatondesign@gmail.com

61	Perempuan	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	1 kali	300.000-500.000	agathawithzari@gmail.com
----	-----------	-------------	-------------------	----	--------	-----------------	--------------------------



62	Laki - Laki	26-35 tahun	Karyawan	Ya	2-3 kali	100.000-300.000	giovannikrisna11@gmail.com
63	Perempuan	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	2-3 kali	100.000-300.000	farahhusna864@gmail.com
64	Laki - Laki	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	1 kali	100.000-300.000	bryan.awen2308@gmail.com
65	Perempuan	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	2-3 kali	100.000-300.000	cinmonika.08@gmail.com
66	Laki - Laki	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	2-3 kali	100.000-300.000	siriluspraditya1803@gmail.com
67	Laki - Laki	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	2-3 kali	100.000-300.000	alexanderjuann@gmail.com
68	Laki - Laki	18-25 tahun	Karyawan	Ya	> 3 kali	100.000-300.000	hansendonovan87@gmail.com
69	Laki - Laki	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	1 kali	100.000-300.000	rezaaditia101@gmail.com
70	Perempuan	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	1 kali	100.000-300.000	tarisafthrotulaisah@gmail.com
71	Perempuan	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	> 3 kali	<100.000	cinyaya30@gmail.com
72	Perempuan	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	2-3 kali	100.000-300.000	imakulatatheresia94@gmail.com
73	Perempuan	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	> 3 kali	100.000-300.000	yoaanetachh@gmail.com
74	Perempuan	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	1 kali	100.000-300.000	endahnur750@gmail.com
75	Laki - Laki	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	2-3 kali	100.000-300.000	juanmaestros@gmail.com
76	Perempuan	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	2-3 kali	100.000-300.000	laurentiaarda79@gmail.com
77	Perempuan	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	2-3 kali	100.000-300.000	mariaikaoktaviani@gmail.com
78	Laki - Laki	18-25 tahun	Lain-Lain	Ya	1 kali	100.000-300.000	valentinusrhezananda@gmail.com
79	Perempuan	> 45 tahun	Lain-Lain	Ya	2-3 kali	100.000-300.000	endang.Satsih@gmail.com
80	Laki - Laki	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	2-3 kali	100.000-300.000	bintangyudhi777@gmail.com
81	Perempuan	> 45 tahun	Lain-Lain	Ya	2-3 kali	300.000-500.000	katarnaendah123@gmail.com
82	Perempuan	26-35 tahun	Lain-Lain	Ya	2-3 kali	300.000-500.000	mustikadita76@gmail.com
83	Perempuan	36-45 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	2-3 kali	300.000-500.000	resiyati08@gmail.com
84	Perempuan	> 45 tahun	Karyawan	Ya	2-3 kali	500.000-700.000	luciatasmini1970@gmail.com
85	Perempuan	> 45 tahun	Lain-Lain	Ya	2-3 kali	300.000-500.000	sulimahmulya@gmail.com
86	Laki - Laki	> 45 tahun	Lain-Lain	Ya	2-3 kali	<100.000	pjo95515@gmail.com
87	Laki - Laki	26-35 tahun	Karyawan	Ya	1 kali	<100.000	osadana.ym@gmail.com
88	Perempuan	> 45 tahun	Lain-Lain	Ya	2-3 kali	100.000-300.000	rusnanimulya@gmail.com
89	Perempuan	26-35 tahun	Lain-Lain	Ya	> 3 kali	300.000-500.000	fiacitraa@gmail.com
90	Laki - Laki	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	> 3 kali	>700.000	indra.adjaya82@gmail.com
91	Perempuan	26-35 tahun	Lain-Lain	Ya	2-3 kali	300.000-500.000	darmanitaavira@gmail.com
92	Laki - Laki	26-35 tahun	Wiraswasta	Ya	2-3 kali	<100.000	bachtiaradinugroho694@gmail.com
93	Perempuan	26-35 tahun	Lain-Lain	Ya	1 kali	<100.000	eunike.chrysenia@gmail.com
94	Perempuan	18-25 tahun	Karyawan	Ya	2-3 kali	500.000-700.000	rusmalaoktaviana@gmail.com

95	Perempuan	> 45 tahun	Lain-Lain	Ya	2-3 kali	300.000-500.000	srianidhea@gmail.com
----	-----------	------------	-----------	----	----------	-----------------	----------------------





96	Perempuan	> 45 tahun	Lain-Lain	Ya	2-3 kali	500.000-700.000	triyanti0671@gmail.com
97	Perempuan	> 45 tahun	Lain-Lain	Ya	2-3 kali	>700.000	theresiasarti@gmail.com
98	Perempuan	> 45 tahun	Lain-Lain	Ya	2-3 kali	300.000-500.000	sriani30@guru.sd.belajar.id
99	Perempuan	> 45 tahun	Lain-Lain	Ya	2-3 kali	100.000-300.000	sulimahhh9@gmail.com
100	Laki - Laki	> 45 tahun	Karyawan	Ya	> 3 kali	<100.000	petrusjokopurwantojoko07977@gmail.com
101	Laki - Laki	26-35 tahun	Karyawan	Ya	2-3 kali	100.000-300.000	Rizkysatria944@gmail.com
102	Laki - Laki	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	2-3 kali	300.000-500.000	ilhammiftahulfirda@gmail.com
103	Laki - Laki	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	> 3 kali	100.000-300.000	maumererano@gmail.com
104	Laki - Laki	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	2-3 kali	<100.000	essedentesiast2006@gmail.com
105	Laki - Laki	36-45 tahun	Karyawan	Ya	2-3 kali	100.000-300.000	hattasyahmeri@gmail.cm
106	Perempuan	18-25 tahun	Karyawan	Ya	2-3 kali	>700.000	brigitashinta69@gmail.com
107	Laki - Laki	18-25 tahun	Karyawan	Ya	2-3 kali	100.000-300.000	pradiptasatriya65@gmail.com
108	Laki - Laki	26-35 tahun	Lain-Lain	Ya	2-3 kali	100.000-300.000	nadirayu543@gmail.com
109	Perempuan	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	2-3 kali	100.000-300.000	ciciliaterra2@gmail.com
110	Perempuan	18-25 tahun	Karyawan	Ya	> 3 kali	100.000-300.000	syncore.adeliastyani@gmail.com
111	Perempuan	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	1 kali	100.000-300.000	cinthyamargareta78@gmail.com
112	Perempuan	> 45 tahun	Lain-Lain	Ya	2-3 kali	300.000-500.000	aprilteni.sondang@gmail.com
113	Laki - Laki	> 45 tahun	Karyawan	Ya	1 kali	>700.000	paulusunk@unk.gmail
114	Perempuan	> 45 tahun	Lain-Lain	Ya	2-3 kali	100.000-300.000	eniwati409@gmail.com
115	Perempuan	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	> 3 kali	>700.000	ivellaigsnt@gmail.com
116	Perempuan	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	1 kali	<100.000	destiatun36@gmail.com
117	Laki - Laki	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	2-3 kali	100.000-300.000	erlangga.tri.a.c@gmail.com
118	Laki - Laki	> 45 tahun	Karyawan	Ya	1 kali	300.000-500.000	suryantounk@yahoo.co.id
119	Laki - Laki	26-35 tahun	Lain-Lain	Ya	2-3 kali	<100.000	aloysius.domini0197@gmail.com
120	Laki - Laki	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	2-3 kali	100.000-300.000	wijayariski232@gmail.com
121	Laki - Laki	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	2-3 kali	100.000-300.000	farragioinzaghi74@gmail.com
122	Perempuan	> 45 tahun	Lain-Lain	Ya	2-3 kali	300.000-500.000	dwisulistiyawati72@gmail.com
123	Laki - Laki	18-25 tahun	Karyawan	Ya	1 kali	100.000-300.000	sugabida88@gmail.com
124	Perempuan	18-25 tahun	Karyawan	Ya	2-3 kali	100.000-300.000	citrasmaragaluhnuansa@gmail.com
125	Perempuan	> 45 tahun	Lain-Lain	Ya	2-3 kali	300.000-500.000	yatini.yatini@dinas.belajar.id
126	Laki - Laki	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	2-3 kali	100.000-300.000	Pratamaandres79@gmail.com
127	Perempuan	> 45 tahun	Lain-Lain	Ya	2-3 kali	<100.000	sumini4507@gmail.com
128	Laki - Laki	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	2-3 kali	100.000-300.000	marsellioraymond10@gmail.com

12 9	Perempuan	26-35 tahun	Lain-Lain	Ya	2-3 kali	100.000- 300.000	rismafandika3@gmail.com
---------	-----------	----------------	-----------	----	-------------	---------------------	-------------------------



130	Laki - Laki	> 45 tahun	Lain-Lain	Ya	2-3 kali	500.000-700.000	bambang7792@gmail.com
131	Laki - Laki	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	2-3 kali	<100.000	dityarenanda@gmail.com
132	Perempuan	> 45 tahun	Lain-Lain	Ya	1 kali	100.000-300.000	sabiyarti@gmail.com
133	Perempuan	> 45 tahun	Lain-Lain	Ya	2-3 kali	100.000-300.000	srimaryati66@guru.sd.belajar.id
134	Perempuan	36-45 tahun	Lain-Lain	Ya	2-3 kali	300.000-500.000	dwiratnatimur@gmail.com
135	Laki - Laki	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	> 3 kali	100.000-300.000	andreanadapdap2003@gmail.com
136	Perempuan	> 45 tahun	Lain-Lain	Ya	1 kali	100.000-300.000	harmidatun.s.pd.sd@gmail.com
137	Laki - Laki	26-35 tahun	Karyawan	Ya	2-3 kali	>700.000	mulapermana20@gmail.com
138	Perempuan	26-35 tahun	Karyawan	Ya	> 3 kali	100.000-300.000	dianataliaryani01@gmail.com
139	Perempuan	> 45 tahun	Lain-Lain	Ya	2-3 kali	500.000-700.000	dipasenaut@gmail.com
140	Perempuan	> 45 tahun	Lain-Lain	Ya	2-3 kali	500.000-700.000	perangkatbukom@gmail.com
141	Perempuan	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	2-3 kali	300.000-500.000	amalyamaharanii@gmail.com
142	Laki - Laki	26-35 tahun	Karyawan	Ya	2-3 kali	300.000-500.000	juliusarianto01@gmail.com
143	Perempuan	18-25 tahun	Karyawan	Ya	> 3 kali	<100.000	xupw215indah20@gmail.com
144	Perempuan	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	1 kali	100.000-300.000	dwistafebri8@gmail.com
145	Laki - Laki	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	1 kali	100.000-300.000	yoelbani29@gmail.com
146	Laki - Laki	> 45 tahun	Lain-Lain	Ya	2-3 kali	100.000-300.000	ngatimanwongsotanoyo@gmail.com
147	Laki - Laki	> 45 tahun	Wiraswasta	Ya	2-3 kali	300.000-500.000	ekosalim@gmail.com
148	Perempuan	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	2-3 kali	100.000-300.000	natasyawanggi11@gmail.com
149	Perempuan	18-25 tahun	Karyawan	Ya	2-3 kali	100.000-300.000	shafrina.iva.m4@gmail.com
150	Perempuan	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	1 kali	>700.000	mirrasalvaam@yahoo.co.id
151	Perempuan	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	1 kali	100.000-300.000	veronicaamalia05@gmail.com
152	Laki - Laki	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	1 kali	300.000-500.000	kadektoni122@gmail.com
153	Perempuan	> 45 tahun	Karyawan	Ya	2-3 kali	100.000-300.000	titikyuliana2808@gmail.com
154	Laki - Laki	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	> 3 kali	100.000-300.000	kpramudita55@gmail.com
155	Laki - Laki	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	2-3 kali	100.000-300.000	dudesrumbler10@gmail.com
156	Perempuan	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	2-3 kali	100.000-300.000	yuniandari.lisna22@gmail.com
157	Perempuan	26-35 tahun	Karyawan	Ya	2-3 kali	300.000-500.000	putrifebri313@gmail.com
158	Perempuan	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	2-3 kali	100.000-300.000	blandinaromea@gmail.com
159	Laki - Laki	26-35 tahun	Karyawan	Ya	2-3 kali	100.000-300.000	yanuardidimas@gmail.com
160	Laki - Laki	36-45 tahun	Wiraswasta	Ya	2-3 kali	300.000-500.000	antoniussujarwadi3@gmail.com
161	Perempuan	26-35 tahun	Karyawan	Ya	> 3 kali	100.000-300.000	zarasyafitrii@gmail.com
162	Laki - Laki	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	1 kali	>700.000	ariyono.mikael@gmail.com

16 3	Perempuan	18-25 tahun	Pelajar/Maha siswa	Ya	> 3 kali	100.000- 300.000	stephaniacp77@gmail.com
---------	-----------	----------------	-----------------------	----	-------------	---------------------	-------------------------



164	Laki - Laki	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	2-3 kali	500.000-700.000	helmiadit65@gmail.com
165	Laki - Laki	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	2-3 kali	100.000-300.000	komangaditya999@yahoo.com
166	Perempuan	18-25 tahun	Karyawan	Ya	2-3 kali	500.000-700.000	nolakanes12@gmail.com
167	Perempuan	18-25 tahun	Karyawan	Ya	> 3 kali	100.000-300.000	grafillajennifer@yahoo.co.id
168	Perempuan	26-35 tahun	Karyawan	Ya	1 kali	300.000-500.000	aldistyristi@gmail.com
169	Perempuan	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	2-3 kali	300.000-500.000	nadzwa006@gmail.com
170	Perempuan	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	2-3 kali	100.000-300.000	marianataliesafira@gmail.com
171	Perempuan	18-25 tahun	Karyawan	Ya	2-3 kali	100.000-300.000	vitaindahsari838@gmail.com
172	Laki - Laki	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	> 3 kali	100.000-300.000	julianriopati@gmail.com
173	Perempuan	18-25 tahun	Karyawan	Ya	2-3 kali	100.000-300.000	angelinnemilenia20@gmail.com
174	Perempuan	36-45 tahun	Karyawan	Ya	2-3 kali	300.000-500.000	nindya.insani.tama@gmail.com
175	Perempuan	26-35 tahun	Karyawan	Ya	2-3 kali	300.000-500.000	yandin93@gmail.com
176	Perempuan	36-45 tahun	Lain-Lain	Ya	1 kali	>700.000	arisdeby.deby@gmail.com
177	Perempuan	36-45 tahun	Lain-Lain	Ya	2-3 kali	500.000-700.000	genoviari@gmail.com
178	Perempuan	18-25 tahun	Karyawan	Ya	> 3 kali	100.000-300.000	syncore.adeliastyani@gmail.com
179	Perempuan	36-45 tahun	Lain-Lain	Ya	2-3 kali	<100.000	sudiro2022@gmail.com
180	Laki - Laki	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	1 kali	<100.000	imamsarifudin05@gmail.com
181	Perempuan	18-25 tahun	Karyawan	Ya	2-3 kali	300.000-500.000	alysarizqi@gmail.com
182	Laki - Laki	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	2-3 kali	500.000-700.000	lilis53296@gmail.com
183	Perempuan	36-45 tahun	Lain-Lain	Ya	2-3 kali	500.000-700.000	erliadeni18@gmail.com
184	Perempuan	26-35 tahun	Karyawan	Ya	> 3 kali	300.000-500.000	syarasuliandriani07@gmail.com
185	Perempuan	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	> 3 kali	100.000-300.000	chelsyastine03@gmail.com
186	Perempuan	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	2-3 kali	300.000-500.000	dianretnowati670@gmail.com
187	Perempuan	26-35 tahun	Karyawan	Ya	2-3 kali	100.000-300.000	ninukhotel15@gmail.com
188	Laki - Laki	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	> 3 kali	<100.000	erzanugraha882@gmail.com
189	Perempuan	26-35 tahun	Lain-Lain	Ya	1 kali	100.000-300.000	epamela486@gmail.com
190	Perempuan	36-45 tahun	Lain-Lain	Ya	2-3 kali	300.000-500.000	dewiputrie660@gmail.com
191	Perempuan	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	2-3 kali	300.000-500.000	azizahintannur853@gmail.com
192	Laki - Laki	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	2-3 kali	300.000-500.000	wahyumuhammat748@gmail.com
193	Laki - Laki	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	2-3 kali	300.000-500.000	sujaniputra43@gmail.com
194	Perempuan	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	2-3 kali	100.000-300.000	riskadwiana29@gmail.com
195	Perempuan	> 45 tahun	Lain-Lain	Ya	2-3 kali	100.000-300.000	trisusmiyati25@gmail.com
196	Perempuan	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	2-3 kali	100.000-300.000	rika220102@gmail.com

19 7	Perempuan	26-35 tahun	Wiraswasta	Ya	2-3 kali	100.000- 300.000	adzarova02@gmail.com
---------	-----------	----------------	------------	----	-------------	---------------------	----------------------



198	Laki - Laki	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	2-3 kali	100.000-300.000	ekajiwatha@gmail.com
199	Laki - Laki	> 45 tahun	Lain-Lain	Ya	2-3 kali	300.000-500.000	muhbisim68@gmail.com
200	Perempuan	26-35 tahun	Karyawan	Ya	2-3 kali	300.000-500.000	retnohajung@gmail.com
201	Perempuan	> 45 tahun	Lain-Lain	Ya	2-3 kali	300.000-500.000	ekosupriyati1970@gmail.com
202	Perempuan	26-35 tahun	Karyawan	Ya	2-3 kali	100.000-300.000	amalazidni@gmail.com
203	Laki - Laki	18-25 tahun	Karyawan	Ya	2-3 kali	300.000-500.000	fathoel48@gmail.com
204	Laki - Laki	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	2-3 kali	100.000-300.000	kevin.pradana004@gmail.com
205	Laki - Laki	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	> 3 kali	>700.000	galihaldio@gmail.com
206	Laki - Laki	36-45 tahun	Karyawan	Ya	1 kali	100.000-300.000	harsono99@gmail.com
207	Laki - Laki	26-35 tahun	Lain-Lain	Ya	2-3 kali	100.000-300.000	sahliraffi@gmail.com
208	Laki - Laki	> 45 tahun	Lain-Lain	Ya	2-3 kali	300.000-500.000	sumariyatamaryata@gmail.com
209	Perempuan	18-25 tahun	Karyawan	Ya	2-3 kali	100.000-300.000	juliet.arifika99@gmail.com
210	Laki - Laki	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	1 kali	100.000-300.000	gpatriel245@gmail.com
211	Perempuan	> 45 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	1 kali	<100.000	senjaramanugrahawan@ymail.com
212	Perempuan	> 45 tahun	Lain-Lain	Ya	2-3 kali	<100.000	klalenvivo3@gmail.com
213	Perempuan	18-25 tahun	Karyawan	Ya	1 kali	100.000-300.000	firdanantaguna@gmail.com
214	Perempuan	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	1 kali	<100.000	christinasonia44@gmail.com
215	Laki - Laki	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	> 3 kali	100.000-300.000	marianusr6@gmail.com
216	Laki - Laki	26-35 tahun	Karyawan	Ya	> 3 kali	100.000-300.000	matiusprawira@gmail.com
217	Laki - Laki	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	> 3 kali	300.000-500.000	fadingr0902@gmail.com
218	Perempuan	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	2-3 kali	100.000-300.000	devylia.99@gmail.com
219	Perempuan	> 45 tahun	Wiraswasta	Ya	1 kali	>700.000	tegar0707@gmail.com
220	Laki - Laki	26-35 tahun	Karyawan	Ya	1 kali	500.000-700.000	wibowocahyo468@gmail.com
221	Laki - Laki	> 45 tahun	Karyawan	Ya	1 kali	300.000-500.000	iwantools@gmail.com
222	Laki - Laki	36-45 tahun	Karyawan	Ya	1 kali	300.000-500.000	moelyadi454@gmail.com
223	Perempuan	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	1 kali	500.000-700.000	husniyahhanna@gmail.com
224	Perempuan	36-45 tahun	Lain-Lain	Ya	1 kali	100.000-300.000	masitohema503@gmail.com
225	Perempuan	18-25 tahun	Karyawan	Ya	1 kali	100.000-300.000	javierapsari6@gmail.com
226	Laki - Laki	18-25 tahun	Karyawan	Ya	> 3 kali	<100.000	helmirasid71@gmail.com
227	Perempuan	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	2-3 kali	100.000-300.000	aliafebriantiy@gmail.com
228	Perempuan	26-35 tahun	Lain-Lain	Ya	1 kali	<100.000	ivania4295@gmail.com
229	Laki - Laki	> 45 tahun	Wiraswasta	Ya	2-3 kali	100.000-300.000	yohannessuhardi5@gmail.com
230	Perempuan	36-45 tahun	Wiraswasta	Ya	2-3 kali	100.000-300.000	fransiskatantisugito1@gmail.com

23 1	Laki - Laki	36-45 tahun	Wiraswasta	Ya	2-3 kali	100.000- 300.000	antoniussujarwadi32@gmail.com
---------	-------------	----------------	------------	----	-------------	---------------------	-------------------------------





23 2	Perempuan	> 45 tahun	Lain-Lain	Ya	1 kali	100.000-300.000	ekobudinanengsih@gmail.com
23 3	Perempuan	> 45 tahun	Lain-Lain	Ya	1 kali	100.000-300.000	ekobudinanengsih15@gmail.com
23 4	Laki - Laki	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	1 kali	100.000-300.000	alexanderkrisyansen@gmail.com
23 5	Laki - Laki	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	2-3 kali	100.000-300.000	siagiand25@gmail.com
23 6	Perempuan	18-25 tahun	Karyawan	Ya	1 kali	100.000-300.000	fg.melindagayatri@gmail.com
23 7	Laki - Laki	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	2-3 kali	300.000-500.000	ono610456@gmail.com
23 8	Laki - Laki	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	2-3 kali	100.000-300.000	willyandryan25@gmail.com
23 9	Perempuan	> 45 tahun	Lain-Lain	Ya	2-3 kali	<100.000	enisriwahyuni70@gmail.com
24 0	Perempuan	> 45 tahun	Lain-Lain	Ya	2-3 kali	300.000-500.000	sriindarti0202@gmail.com
24 1	Laki - Laki	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	1 kali	500.000-700.000	valentinustrisno@gmail.com
24 2	Laki - Laki	36-45 tahun	Wiraswasta	Ya	1 kali	100.000-300.000	donatusandy1@gmail.com
24 3	Laki - Laki	26-35 tahun	Karyawan	Ya	2-3 kali	100.000-300.000	arifwicaksanaw@gmail.com
24 4	Perempuan	18-25 tahun	Karyawan	Ya	1 kali	100.000-300.000	yosephinedella14@gmail.com
24 5	Laki - Laki	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	2-3 kali	<100.000	fajarsardjono15@gmail.com
24 6	Perempuan	26-35 tahun	Karyawan	Ya	1 kali	100.000-300.000	agustina170495@gmail.com
24 7	Laki - Laki	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	> 3 kali	100.000-300.000	yosuacaesa2323@gmail.com
24 8	Laki - Laki	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	1 kali	<100.000	valentinuswenang@gmail.com
24 9	Laki - Laki	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	1 kali	<100.000	devillagger@gmail.com
25 0	Perempuan	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	2-3 kali	100.000-300.000	shelmer14612@gmail.com
25 1	Perempuan	18-25 tahun	Wiraswasta	Ya	2-3 kali	100.000-300.000	rosaadja83@gmail.com
25 2	Perempuan	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	> 3 kali	100.000-300.000	sregara@icloud.com
25 3	Perempuan	18-25 tahun	Lain-Lain	Ya	2-3 kali	100.000-300.000	juseptyanardela89@gmail.com
25 4	Laki - Laki	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	> 3 kali	>700.000	devakarbana10@gmail.com
25 5	Laki - Laki	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	2-3 kali	100.000-300.000	komangaditya999@yahoo.com
25 6	Laki - Laki	18-25 tahun	Karyawan	Ya	2-3 kali	<100.000	mmahfud2001@gmail.com
25 7	Laki - Laki	18-25 tahun	Lain-Lain	Ya	2-3 kali	100.000-300.000	lilotrik86@gmail.com
25 8	Perempuan	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	1 kali	100.000-300.000	go.iva.1102@gmail.com
25 9	Perempuan	36-45 tahun	Lain-Lain	Ya	2-3 kali	300.000-500.000	dewiyusitawati.dy@gmail.com
26 0	Laki - Laki	26-35 tahun	Wiraswasta	Ya	2-3 kali	300.000-500.000	adysetyof@gmail.com
26 1	Perempuan	> 45 tahun	Karyawan	Ya	2-3 kali	300.000-500.000	ngatinemwrsn@gmail.com
26 2	Laki - Laki	18-25 tahun	Wiraswasta	Ya	> 3 kali	300.000-500.000	galihwidyasmoro09@gmail.com
26 3	Laki - Laki	> 45 tahun	Lain-Lain	Ya	> 3 kali	300.000-500.000	ybsiswanto65@guru.sma.belajar.id
26 4	Perempuan	> 45 tahun	Lain-Lain	Ya	2-3 kali	>700.000	srihartini9123@gmail.com

26 5	Laki - Laki	18-25 tahun	Pelajar/Maha siswa	Ya	1 kali	100.000- 300.000	sitinurjanah@gmail.com
---------	-------------	----------------	-----------------------	----	--------	---------------------	------------------------



266	Laki - Laki	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	> 3 kali	100.000-300.000	agussetiawan@gmail.com
267	Perempuan	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	> 3 kali	<100.000	rinakartika@gmail.com
268	Laki - Laki	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	2-3 kali	<100.000	budisantoso@gmail.com
269	Laki - Laki	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	2-3 kali	100.000-300.000	dedipratama@gmail.com
270	Laki - Laki	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	2-3 kali	100.000-300.000	andisusanto@gmail.com
271	Laki - Laki	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	2-3 kali	100.000-300.000	irfanmaulana@gmail.com
272	Laki - Laki	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	> 3 kali	100.000-300.000	ekowahyudi@gmail.com
273	Laki - Laki	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	2-3 kali	100.000-300.000	ahmadfauzi@gmail.com
274	Perempuan	18-25 tahun	Karyawan	Ya	1 kali	<100.000	fitrihandayani@gmail.com
275	Laki - Laki	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	2-3 kali	100.000-300.000	yogakurniawan@gmail.com
276	Perempuan	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	1 kali	100.000-300.000	ayulestari@gmail.com
277	Perempuan	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	2-3 kali	<100.000	indahpermatasari@gmail.com
278	Laki - Laki	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	2-3 kali	100.000-300.000	riansaputra@gmail.com
279	Perempuan	36-45 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	1 kali	>700.000	dewianggraini@gmail.com
280	Laki - Laki	18-25 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Ya	2-3 kali	<100.000	rizkyhidayat@gmail.com



**LAMPIRAN III : HASIL UJI VALIDITAS DAN  
RELIABILITAS 30  
RESPONDEN (SPSS)**

**Correlations**

		Citra Merek (1)	Citra Merek (2)	Citra Merek (3)	Citra Merek (4)	Citra Merek (5)	Citra Merek (6)	Citra Merek
Citra Merek (1)	Pearson Correlation	1	.592**	.761**	.598**	.615**	.530**	.857**
	Sig. (2-tailed)		.001	.000	.000	.000	.003	.000
	N	30	30	29	30	30	30	30
Citra Merek (2)	Pearson Correlation	.592**	1	.483**	.371*	.592**	.573**	.731**
	Sig. (2-tailed)	.001		.008	.043	.001	.001	.000
	N	30	30	29	30	30	30	30
Citra Merek (3)	Pearson Correlation	.761**	.483**	1	.625**	.572**	.482**	.811**
	Sig. (2-tailed)	.000	.008		.000	.001	.008	.000
	N	29	29	29	29	29	29	29
Citra Merek (4)	Pearson Correlation	.598**	.371*	.625**	1	.460*	.583**	.782**
	Sig. (2-tailed)	.000	.043	.000		.011	.001	.000
	N	30	30	29	30	30	30	30
Citra Merek (5)	Pearson Correlation	.615**	.592**	.572**	.460*	1	.452*	.735**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.001	.011		.012	.000
	N	30	30	29	30	30	30	30
Citra Merek (6)	Pearson Correlation	.530**	.573**	.482**	.583**	.452*	1	.782**
	Sig. (2-tailed)	.003	.001	.008	.001	.012		.000
	N	30	30	29	30	30	30	30
Citra Merek	Pearson Correlation	.857**	.731**	.811**	.782**	.735**	.782**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	29	30	30	30	30

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

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

**Correlations**

		Harga (1)	Harga (2)	Harga (3)	Harga (4)	Harga (5)	Harga (6)	Harga
Harga (1)	Pearson Correlation	1	.477**	.648**	.729**	.493**	.655**	.814**
	Sig. (2-tailed)		.008	.000	.000	.006	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Harga (2)	Pearson Correlation	.477**	1	.655**	.549**	.495**	.613**	.756**
	Sig. (2-tailed)	.008		.000	.002	.005	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Harga (3)	Pearson Correlation	.648**	.655**	1	.719**	.544**	.666**	.842**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.002	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Harga (4)	Pearson Correlation	.729**	.549**	.719**	1	.615**	.815**	.903**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.000		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Harga (5)	Pearson Correlation	.493**	.495**	.544**	.615**	1	.636**	.759**
	Sig. (2-tailed)	.006	.005	.002	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Harga (6)	Pearson Correlation	.655**	.613**	.666**	.815**	.636**	1	.886**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Harga	Pearson Correlation	.814**	.756**	.842**	.903**	.759**	.886**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

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

**Correlations**

		Kualitas Produk (1)	Kualitas Produk (2)	Kualitas Produk (3)	Kualitas Produk (4)	Kualitas Produk (5)	Kualitas Produk (6)	Kualitas Produk
Kualitas Produk (1)	Pearson Correlation	1	.456*	.715**	.305	.659**	.584**	.866**
	Sig. (2-tailed)		.011	.000	.102	.000	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Kualitas Produk (2)	Pearson Correlation	.456*	1	.262	.262	.256	.327	.599**
	Sig. (2-tailed)	.011		.163	.162	.173	.078	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Kualitas Produk (3)	Pearson Correlation	.715**	.262	1	.544**	.601**	.635**	.838**
	Sig. (2-tailed)	.000	.163		.002	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Kualitas Produk (4)	Pearson Correlation	.305	.262	.544**	1	.239	.370*	.556**
	Sig. (2-tailed)	.102	.162	.002		.203	.044	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
Kualitas Produk (5)	Pearson Correlation	.659**	.256	.601**	.239	1	.388*	.763**
	Sig. (2-tailed)	.000	.173	.000	.203		.034	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Kualitas Produk (6)	Pearson Correlation	.584**	.327	.635**	.370*	.388*	1	.740**
	Sig. (2-tailed)	.001	.078	.000	.044	.034		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Kualitas Produk	Pearson Correlation	.866**	.599**	.838**	.556**	.763**	.740**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

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

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

**Correlations**

		Kenyamanan Pembeli (1)	Kenyamanan Pembeli (2)	Kenyamanan Pembeli (3)	Kenyamanan Pembeli (4)	Kenyamanan Pembeli
Kenyamanan Pembeli (1)	Pearson Correlation	1	.486**	.772**	.781**	.912**
	Sig. (2-tailed)		.006	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
Kenyamanan Pembeli (2)	Pearson Correlation	.486**	1	.447*	.596**	.721**
	Sig. (2-tailed)	.006		.013	.001	.000
	N	30	30	30	30	30
Kenyamanan Pembeli (3)	Pearson Correlation	.772**	.447*	1	.633**	.860**
	Sig. (2-tailed)	.000	.013		.000	.000
	N	30	30	30	30	30
Kenyamanan Pembeli (4)	Pearson Correlation	.781**	.596**	.633**	1	.885**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000		.000
	N	30	30	30	30	30
Kenyamanan Pembeli	Pearson Correlation	.912**	.721**	.860**	.885**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

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

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

### Correlations

		Kepuasan Konsumen (1)	Kepuasan Konsumen (2)	Kepuasan Konsumen (3)	Kepuasan Konsumen
Kepuasan Konsumen (1)	Pearson Correlation	1	.436*	.462*	.802**
	Sig. (2-tailed)		.016	.010	.000
	N	30	30	30	30
Kepuasan Konsumen (2)	Pearson Correlation	.436*	1	.661**	.830**
	Sig. (2-tailed)	.016		.000	.000
	N	30	30	30	30
Kepuasan Konsumen (3)	Pearson Correlation	.462*	.661**	1	.838**
	Sig. (2-tailed)	.010	.000		.000
	N	30	30	30	30
Kepuasan Konsumen	Pearson Correlation	.802**	.830**	.838**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

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

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

### Correlations

		Niat Membeli Kembali (1)	Niat Membeli Kembali (2)	Niat Membeli Kembali (3)	Niat Membeli Kembali
Niat Membeli Kembali (1)	Pearson Correlation	1	.765**	.713**	.902**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30
Niat Membeli Kembali (2)	Pearson Correlation	.765**	1	.720**	.921**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30
Niat Membeli Kembali (3)	Pearson Correlation	.713**	.720**	1	.896**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30
Niat Membeli Kembali	Pearson Correlation	.902**	.921**	.896**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.871	6

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.905	6

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.814	6

### Reliability Statistics

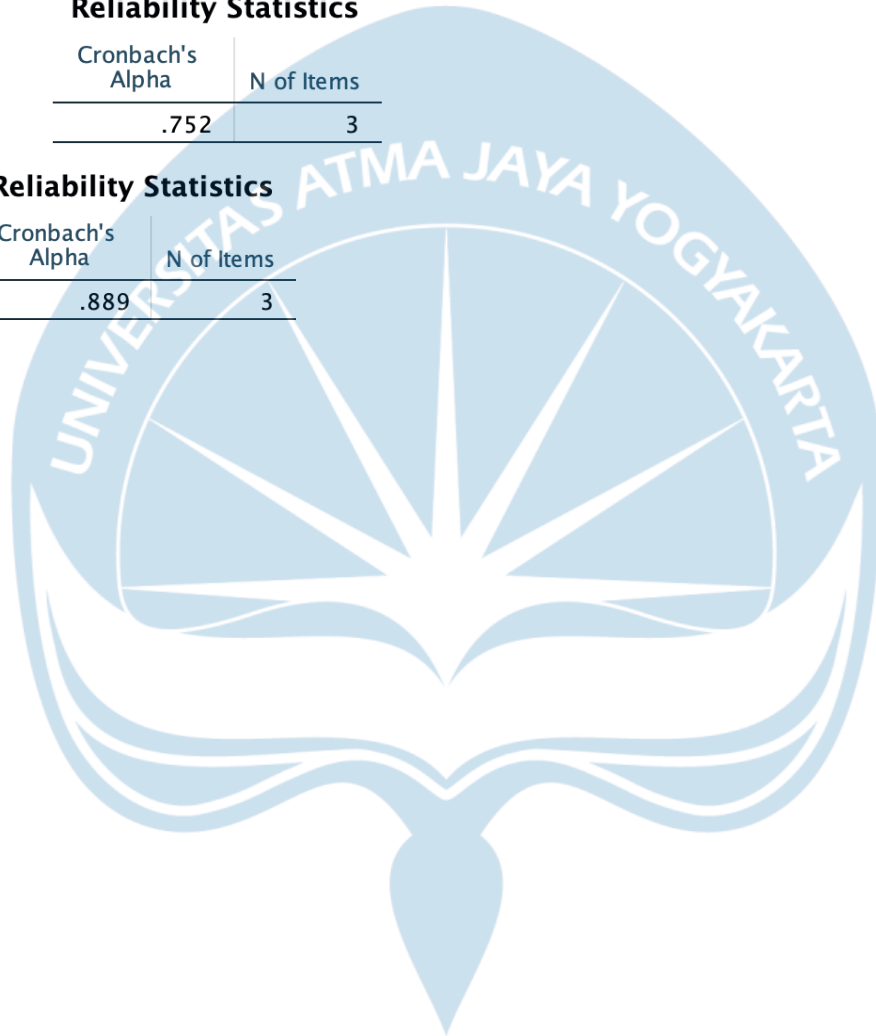
Cronbach's Alpha	N of Items
.867	4

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.752	3

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.889	3







**LAMPIRAN IV : HASIL UJI HIPOTESIS (SMARTPLS)**

	CITRA MEREK (X1)	PERSEPSI HARGA (X2)	KUALITAS PRODUK (X3)	KENYAMANAN PEMBELI (X4)	KEPUASAN KONSUMEN (Z)	NIAT MEMBELI KEMBALI (Y)
CitraMerek1	0,915					
CitraMerek2	0,906					
CitraMerek3	0,912					
CitraMerek4	0,907					
CitraMerek5	0,912					
CitraMerek6	0,895					
Harga1		0,906				
Harga2		0,900				
Harga3		0,914				
Harga4		0,910				
Harga5		0,901				
Harga6		0,901				
KualitasProduk1			0,914			
KualitasProduk2			0,900			
KualitasProduk3			0,900			
KualitasProduk4			0,919			
KualitasProduk5			0,914			
KualitasProduk6			0,918			
KenyamananPembeli1				0,914		
KenyamananPembeli2				0,927		
KenyamananPembeli3				0,917		
KenyamananPembeli4				0,920		
KepuasanPelanggan1					0,926	
KepuasanPelanggan2					0,931	
KepuasanPelanggan3					0,935	
NiatMembeliKembali1						0,929
NiatMembeliKembali2						0,927
NiatMembeliKembali3						0,934

	CITRA MEREK (X1)	PERSEPSI HARGA (X2)	KUALITAS PRODUK (X3)	KENYAMANAN PEMBELI (X4)	KEPUASAN KONSUMEN (Z)	NIAT MEMBELI KEMBALI (Y)
CitraMerek1	0,915	0,875	0,879	0,875	0,865	0,865
CitraMerek2	0,906	0,875	0,883	0,869	0,859	0,859
CitraMerek3	0,912	0,873	0,871	0,878	0,866	0,841
CitraMerek4	0,907	0,865	0,873	0,865	0,849	0,854
CitraMerek5	0,912	0,868	0,879	0,868	0,846	0,858
CitraMerek6	0,895	0,873	0,865	0,851	0,843	0,846
Harga1	0,874	0,906	0,879	0,858	0,864	0,847
Harga2	0,865	0,900	0,862	0,857	0,843	0,864
Harga3	0,871	0,914	0,880	0,855	0,853	0,854
Harga4	0,874	0,910	0,866	0,868	0,862	0,859
Harga5	0,866	0,901	0,858	0,868	0,845	0,851
Harga6	0,863	0,901	0,881	0,836	0,849	0,845
KualitasProduk1	0,887	0,873	0,914	0,866	0,872	0,856
KualitasProduk2	0,867	0,867	0,900	0,856	0,843	0,853
KualitasProduk3	0,880	0,881	0,900	0,858	0,846	0,860
KualitasProduk4	0,876	0,875	0,919	0,870	0,861	0,856
KualitasProduk5	0,869	0,869	0,914	0,860	0,859	0,838
KualitasProduk6	0,886	0,894	0,918	0,869	0,867	0,873
KenyamananPembeli1	0,873	0,859	0,858	0,914	0,847	0,846
KenyamananPembeli2	0,879	0,876	0,876	0,927	0,864	0,867
KenyamananPembeli3	0,880	0,874	0,880	0,917	0,861	0,855
KenyamananPembeli4	0,883	0,873	0,872	0,920	0,852	0,857
KepuasanPelanggan1	0,873	0,881	0,875	0,866	0,926	0,860
KepuasanPelanggan2	0,884	0,885	0,879	0,880	0,931	0,871
KepuasanPelanggan3	0,871	0,864	0,877	0,854	0,935	0,866
NiatMembeliKembali1	0,872	0,882	0,875	0,862	0,880	0,929
NiatMembeliKembali2	0,882	0,873	0,874	0,881	0,855	0,927
NiatMembeliKembali3	0,870	0,874	0,873	0,855	0,859	0,934

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
CITRA MEREK (X1)	0,957	0,957	0,966	0,825
PERSEPSI HARGA (X2)	0,956	0,956	0,965	0,820
KUALITAS PRODUK (X3)	0,959	0,959	0,967	0,829
KENYAMANAN PEMBELI (X4)	0,939	0,939	0,956	0,845
KEPUASAN KONSUMEN (Z)	0,923	0,923	0,951	0,866
NIAT MEMBELI KEMBALI (Y)	0,922	0,922	0,950	0,865

	R Square	R Square Adjusted
KEPUASAN KONSUMEN (Z)	0,913	0,911
NIAT MEMBELI KEMBALI (Y)	0,907	0,906

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values
CITRA MEREK (X1) -> KEPUASAN KONSUMEN (Z)	0,225	0,223	0,081	2,765	0,006
CITRA MEREK (X1) -> NIAT MEMBELI KEMBALI (Y)	0,390	0,389	0,078	5,005	0,000
PERSEPSI HARGA (X2) -> KEPUASAN KONSUMEN (Z)	0,295	0,295	0,084	3,524	0,000
KUALITAS PRODUK (X3) -> KEPUASAN KONSUMEN (Z)	0,273	0,277	0,083	3,280	0,001
KENYAMANAN PEMBELI (X4) -> KEPUASAN KONSUMEN (Z)	0,178	0,175	0,073	2,447	0,015
KENYAMANAN PEMBELI (X4) -> NIAT MEMBELI KEMBALI (Y)	0,261	0,259	0,072	3,618	0,000
KEPUASAN KONSUMEN (Z) -> NIAT MEMBELI KEMBALI (Y)	0,320	0,323	0,064	4,972	0,000

	Original Sam	Sample Mean	Standard Dev	T Statistics	P Values
CITRA MEREK (X1) → KEPUASAN KONSUMEN (Z) → NIAT MEMBELI KEMBALI (Y)	0,072	0,071	0,027	2,684	0,008
KENYAMANAN PEMBELI (X4) → KEPUASAN KONSUMEN (Z) → NIAT MEMBELI KEMBALI (Y)	0,057	0,056	0,025	2,306	0,022





**LAMPIRAN V : JURNAL UTAMA**