

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.

**PENGARUH LOYALITAS MEREK, KEPUASAN PELANGGAN DAN
KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP *WORD OF MOUTH***

(Studi Kasus Pada Pengguna Mobil Toyota Di Kota Palopo)

A. Identitas Responden

Nama :

Jenis Mobil Yang Digunakan :

Lingkari jawaban yang sesuai pada salah satu pilihan jawaban dari pertanyaan-pertanyaan sebagai berikut:

1. Jenis Kelamin : L / P

Berapa kali saudara/i bapak ibu menggunakan mobil merek Toyota.

1). 1 kali

2). 2 kali

3). Lebih dari 2 kali

2. Usia

1. 10-20

2. 21-30

3. 31-40

4. 41-50

B. Pertanyaan Penelitian

Berilah respon terhadap pernyataan dalam tabel dengan memberikan tanda (✓) pada kolom yang sesuai dengan persepsi Saudara/i mengenai pernyataan tersebut. Skala respon adalah sebagai berikut:

STS : Sangat Tidak Setuju (1)

TS : Tidak Setuju (2)

N : Netral (3)

S : Setuju (4)

SS : Sangat Setuju (5)

1. loyalitas merek

| No | Pernyataan dan pertanyaan | Respon | | | | |
|----|---|--------|----|---|---|----|
| | | STS | TS | N | S | SS |
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | Ketika kita senang terhadap suatu merek kita akan konsisten dan tetap memilih merek tersebut, dari pernyataan tersebut bagaimana tanggapan bapak/ibu saudara/i tentang merek Toyota apakah merek Toyota dapat membuat konsumen menjadi setia dan konsisten. | | | | | |
| 2 | Perusahaan tetap memasarkan sebuah merek kepada konsumen di semua media dari pernyataan tersebut bagaimana tanggapan bapak/ibu saudara/i apakah perusahaan Toyota tetap konsisten dalam hal memasarkan di semua media | | | | | |

| | | | | | | |
|---|--|--|--|--|--|--|
| 3 | Semua perusahaan mobil tetap konsisten dalam hal mempertahankan kepercayaan konsumennya nah dari pernyataan tersebut bagaimana tanggapan bapak/ibu saudara/I apakah juga perusahaan Toyota termasuk dalam pernyataan tersebut. | | | | | |
| 4 | Semua dealer maupun perusahaan itu pelayanannya berbeda-beda tetapi semua tujuannya sama demi kesengan konsumen, dari pernyataan tersebut bagaimana tanggapan bapak/ibu saudara/I apakah dealer Toyota mempunyai pelayanan yang begitu baik. | | | | | |

2. Kepuasan pelanggan

| No | Pernyataan dan pertanyaan | Respon | | | | |
|----|---|--------|----|---|---|----|
| | | STS | TS | N | S | SS |
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | Segala sesuatu ketika kita membeli sebuah merek tidak lain keinginan kita harus sesuai apa yang di harapkan, Nah apakah anda termasuk dari pernyataan tersebut dalam hal sebuah merek Toyota. | | | | | |
| 2 | Kalau kita puas terhadap suatu merek kita pasti tidak berpaling dan ingin berkunjung kembali menurut bapak/ibu bagaimana tanggapan anda, apakah merek Toyota dapat membuat konsumen menjadi puas, | | | | | |
| 3 | Ketika kita puas dalam sebuah merek pasti hati kita terasa senang dan ingin bergegas untuk memberitahukan kepada kerabat maupun keluarga, petanyaannya apakah anda pernah melakukan hal tersebut dalam sebuah merek Toyota. | | | | | |

3. Kepercayaan merek

| No | Pernyataan dan pertanyaan | Respon | | | | |
|----|---|--------|----|---|---|----|
| | | STS | TS | N | S | SS |
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | Pemenuhan janji konsumen, yaitu harapan konsumen tidak lain adalah janji konsumen yang harus dipenuhi bila ingin mendapatkan kepercayaan dari konsumen. Apakah perusahaan Toyota pernah berjanji kepada anda ketika membeli sebuah mobil. | | | | | |
| 2 | Banyaknya argumen yang di sampaikan oleh marketing ke konsumen ketika konsumen membeli sebuah mobil baik itu spesifikasi maupun gransi dan lain-lain nah menurut bapak/ibu apakah ucapan itu konsisten sehingga dapat anda percayai | | | | | |
| 3 | Kemampuan perusahaan untuk menunjukkan perhatiannya kepada konsumen itu sangat luar biasa, Pertanyaannya Apakah perusahaan Toyota juga termasuk dari pernyataan di atas. | | | | | |

4. Komunikasi dari mulut ke mulut *Word of mouth*

| No | Pernyataan dan pertanyaan | Respon | | | | |
|----|---|--------|----|---|---|----|
| | | STS | TS | N | S | SS |
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | Ketika kita senang terhadap suatu merek kita akan mempromosikkan kepada kerabat maupun saudara kita, Menurut pernyataan di atas apakah anda pernah mempromoskan atau membicarakan hal positif tentang sebuah merek Toyota kepada saudara maupun kerabat | | | | | |
| 2 | Merekomendasikan sebuah merek maupun produk itu sangat mudah di lakukan dan tidak dapat memakan biaya nah apakah anda pernah melakukan hal tersebut | | | | | |

| | | | | | | |
|---|---|--|--|--|--|--|
| 3 | Ketika teman mempromosikan sebuah spesifikasi baru terkadang keinginan kita untuk membeli juga itu sangat tinggi apalagi dengan keadaan promo besar-besaran nah apakah anda termasuk seperti pernyataan di atas | | | | | |
|---|---|--|--|--|--|--|

Lampiran 2. Uji Validitas.

Correlations

| | | X1.1 | X1.2 | X1.3 | X1.4 | Total_X1 |
|----------|---------------------|--------|--------|--------|--------|----------|
| X1.1 | Pearson Correlation | 1 | ,404** | ,049 | ,390** | ,637** |
| | Sig. (2-tailed) | | ,000 | ,625 | ,000 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X1.2 | Pearson Correlation | ,404** | 1 | ,456** | ,363** | ,769** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | | ,000 | ,000 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X1.3 | Pearson Correlation | ,049 | ,456** | 1 | ,460** | ,700** |
| | Sig. (2-tailed) | ,625 | ,000 | | ,000 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X1.4 | Pearson Correlation | ,390** | ,363** | ,460** | 1 | ,765** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Total_X1 | Pearson Correlation | ,637** | ,769** | ,700** | ,765** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

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

Correlations

| | | X2.1 | X2.2 | X2.3 | X2.4 | Total_X2 |
|----------|---------------------|--------|--------|--------|--------|----------|
| | Pearson Correlation | 1 | ,456** | ,363** | ,762** | ,769** |
| X2.1 | Sig. (2-tailed) | | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| | Pearson Correlation | ,456** | 1 | ,460** | ,831** | ,700** |
| X2.2 | Sig. (2-tailed) | ,000 | | ,000 | ,000 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| | Pearson Correlation | ,363** | ,460** | 1 | ,763** | ,765** |
| X2.3 | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | | ,000 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| | Pearson Correlation | ,762** | ,831** | ,763** | 1 | ,943** |
| X2.4 | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| | Pearson Correlation | ,769** | ,700** | ,765** | ,943** | 1 |
| Total_X2 | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

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

Correlations

| | | X3.1 | X3.2 | X3.3 | X3.4 | Total_X3 |
|----------|---------------------|--------|--------|--------|--------|----------|
| X3.1 | Pearson Correlation | 1 | ,423** | ,068 | ,665** | ,445** |
| | Sig. (2-tailed) | | ,000 | ,504 | ,000 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X3.2 | Pearson Correlation | ,423** | 1 | ,470** | ,841** | ,442** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | | ,000 | ,000 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X3.3 | Pearson Correlation | ,068 | ,470** | 1 | ,711** | ,318** |
| | Sig. (2-tailed) | ,504 | ,000 | | ,000 | ,001 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X3.4 | Pearson Correlation | ,665** | ,841** | ,711** | 1 | ,542** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Total_X3 | Pearson Correlation | ,445** | ,442** | ,318** | ,542** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,001 | ,000 | |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

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

Correlations

| | | X4.1 | X4.2 | X4.3 | X4.4 | Total_X4 |
|------|---------------------|------|--------|------|--------|----------|
| X4.1 | Pearson Correlation | 1 | ,420** | ,133 | ,667** | ,466** |
| | Sig. (2-tailed) | | ,000 | ,188 | ,000 | ,000 |

| | | | | | | |
|----------|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| | Pearson Correlation | ,420** | 1 | ,475** | ,844** | ,472** |
| X4.2 | Sig. (2-tailed) | ,000 | | ,000 | ,000 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| | Pearson Correlation | ,133 | ,475** | 1 | ,736** | ,421** |
| X4.3 | Sig. (2-tailed) | ,188 | ,000 | | ,000 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| | Pearson Correlation | ,667** | ,844** | ,736** | 1 | ,602** |
| X4.4 | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| | Pearson Correlation | ,466** | ,472** | ,421** | ,602** | 1 |
| Total_X4 | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

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

Lampiran 3. Uji Realibilitas.

Item-Total Statistics

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Squared Multiple Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|--------------------|----------------------------------|--------------------------------------|--|------------------------------------|-------------------------------------|
| Loyalitas Merek | 35,7200 | 18,870 | ,855 | ,894 | ,747 |
| Kepuasan Pelanggan | 39,5400 | 22,130 | ,859 | ,891 | ,754 |
| Kepercayaan merek | 39,8700 | 27,205 | ,535 | ,299 | ,880 |
| Word of mouth | 39,7900 | 25,440 | ,594 | ,370 | ,860 |

Lampiran 4. Hasil Uji Hipotesis.

Model Summary

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | ,609 ^a | ,370 | ,351 | 1,47293 |

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan Merek, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Merek

ANOVA^a

| Model | | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 | Regression | 122,476 | 3 | 40,825 | 18,818 | ,000 ^b |
| | Residual | 208,274 | 96 | 2,170 | | |
| | Total | 330,750 | 99 | | | |

a. Dependent Variable: Word of mouth

b. Predictors: (Constant), Kepercayaan merek, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Merek

Lampiran 5. Hasil Uji Analisis Regresi Berganda

Coefficients^a


| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 3,572 | 1,210 | | 2,952 | ,004 |
| | Loyalitas Merek | ,309 | ,207 | ,367 | 1,491 | ,139 |
| | Kepuasan Pelanggan | ,226 | ,250 | ,221 | ,906 | ,367 |
| | Kepercayaan Merek | ,053 | ,103 | ,050 | ,516 | ,607 |

a. Dependent Variable: *Word of mouth*

Lampiran 6. Dokumentasi Penelitian



Lampiran 7. Surat Izin Penelitian

**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI, PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALOPO
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA
MASYARAKAT (LPPM)**
L1.2 Gedung MCC Universitas Muhammadiyah Palopo
Jl. Jend. Sudirman Km. 03 Binamu, Kota Palopo 919591 – Telp/Fax: (0471) 327429

| | | |
|----------|----------------------------|-------------------------|
| Nostr | : 320/III.3.AU/LPPM/F/2020 | Palopo, 24 Agustus 2020 |
| Lampiran | : | |
| Perihal | : Izin Penelitian | |

Kepada Yth.
Pengguna Mobil Toyota Dikota Palopo
Di _____
Tempat _____

Assalamu'alaikum Wr. Wb.


Dengan hormat, disampaikan bahwa mahasiswa tingkat akhir yang akan menyelesaikan studi Strata Satu (S.1) pada Universitas Muhammadiyah Palopo diwajibkan menyusun karya ilmiah (Skripsi) sebagai salah satu syarat penyelesaian studi. Oleh karena itu, mahasiswa yang bersangkutan akan melakukan penelitian untuk memperoleh data yang valid guna mendukung dan terlaksananya penyusunan Skripsi. Sehubungan dengan maksud tersebut, mohon kiranya diberikan izin meneliti, kepada:

| | |
|-----------------------|-------------------|
| Nama | : Sulkiifi Muhlis |
| Stambuk/NIRM | : 201620110 |
| Jenis Kelamin | : Laki-laki |
| Fakultas | : FEBI |
| Jurusan/Program Studi | : Manajemen |
| Alamat | : Imbara |
| No. Hp. | : 081342726838 |

Mohon kiranya Bapak/Ibu berkenan memberikan izin penelitian untuk penulisan Skripsi dengan judul **"Pengaruh Loyalitas Merek, Kepuasan Pelanggan Dan Kepercayaan Merek Terhadap Mulut Ke Mulut (*Word Of Mouth*) Pada Pengguna Mobil Toyota Dikota Palopo"**.

Demikian permohonan dari kami, atas kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.

Wassalamu'Alaikum Wr. Wb.


Kepala,
Geno, S.E., M.M.
NIDN: 0912067603

Tembusan:
- Ketua Prodi
- Pertinggal