

Lampiran 1

No. Responden : _____

KUESIONER RESPONDEN

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN KONSUMENTERHADAP LOYALITAS MEREK PADA PT. MALENGGANG UTAMA DI DESA LENGKONG KECAMATAN BUA

Assalamualaikum wr. wb bersama ini, saya mohon kesediaan anda untuk meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner tentang **“Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas merek pada pt. malenggang utama di desa lengkong kecamatan buah”**. Informasi yang anda berikan sangat berarti bagi penelitian saya. Atas bantuan anda, saya ucapkan terimakasih.

A. PROFIL RESPONDEN

No. Responden :

Tanggal :

Nama :

Umur :

Suku :

Status Pernikahan :

Pilih salah satu jawaban sesuai dengan yang sebenarnya.

1. Jenis Kelamin

- a) Laki-laki
- b) Perempuan

2. Usia

- a) 17-20 Tahun
- b) 21-30 tahun
- c) 31-40 tahun

d) Lebih dari 41 tahun

4. Pekerjaan saat ini : (Pilih salah satu dibawah ini)

- a) Pelajar/Mahasiswa
- b) Wiraswasta
- c) Peg.Swasta
- d) PNS
- e) Lainnya.....

B. PERNYATAAN PENELITIAN

Petunjuk:

Pilihlah salah satu jawaban yang paling sesuai menurut pendapat anda dengan memberikan tanda ceklis (✓) pada kolom jawaban yang dianggap paling sesuai.

Keterangan :

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

N : Netral

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

A. Variabel Independent; Kualitas pelayanan

1. Pernyataan Kualitas pelayanan

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Menurut saya air kemasan merek ainin menjaga produk tetap steril sehingga keawetan serta daya tahan produk terjamin					
2.	Menurut saya produk air kemasan merek ainin disesuaikan berdasarkan					

	jenis kulit serta kebutuhan pelanggan.					
3.	elayanan yang di berikan oleh pihak ainin ke konsumen itu bersifat nyaman-nyaman mungkin demi untuk mempertahankan konsumen					
4.	kemasan air minum merek ainin sesuai dengan keinginan konsuemen.					

2. Pernyataan kepuasan konsumen

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Kebersihan produk air kemasan ainin dipercaya steril sehingga membuat kenyamanan untuk diproduksi					
2.	Saya berminat melakukan pembelian ulang pada produk air merek ainin dalam jangka waktu dekat ini					
3.	Saya puas karena keluhan konsumen dapat diatasi dengan baik oleh perusahaan air merek ainin.					
4.	Saya berharap produk air minum merek ainin sesuai dengan kepuasan yang telah ditentukan perusahaan					

3. Pernyataan Loyalitas Merek

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Saya merasa bangga bisa memesan produk air minum merek ainin.					
2.	Saya merekomendasikan air minum merek ainin ke orang lain.					
3.	Saya percaya bahwa produk air minum merek ainin akan berkembang besar.					

Lampiran 2

Rekapitulasi Jawaban Responden

Kualitas Pelayan X1

No responden	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	TOTAL X1
1	5	4	5	4	18
2	5	4	4	4	17
3	4	4	4	5	17
4	5	4	4	4	17
5	4	5	4	4	17
6	3	4	4	5	16
7	5	4	5	4	18
8	3	4	5	4	16
9	4	5	3	3	15
10	4	5	5	5	19
11	4	4	5	3	16
12	4	3	5	3	15
13	3	3	3	3	12
14	4	3	4	3	14
15	4	5	4	4	17
16	4	3	4	3	14
17	4	3	4	4	15

18	4	4	3	4	15
19	4	3	4	3	14
20	4	5	4	3	16
21	4	3	4	5	16
22	5	4	4	3	16
23	4	3	4	4	15
24	4	4	3	3	14
25	4	3	4	3	14
26	4	3	4	3	14
27	4	5	3	4	16
28	4	5	3	4	16
29	4	3	4	3	14
30	4	5	3	4	16
31	4	3	4	3	14
32	4	3	4	3	14
33	4	3	4	5	16
34	4	3	4	3	14
35	3	4	4	3	14
36	4	3	4	3	14
37	4	3	4	3	14
38	4	3	4	3	14
39	4	3	4	3	14
40	4	3	4	3	11
41	4	3	4	3	14
42	4	3	4	3	14
43	4	3	4	3	14
44	3	4	4	3	14
45	3	4	4	3	14
46	3	3	4	4	14
47	4	3	4	3	14
48	4	3	4	3	14
49	4	3	3	3	13
50	4	3	4	3	14
51	3	4	4	3	14
52	3	4	3	4	14
53	3	4	4	3	14
54	3	4	3	4	14
55	3	4	3	4	14
56	4	3	2	4	13
57	4	3	3	3	13
58	5	5	5	5	20
59	3	4	4	3	14
60	4	5	5	5	19
61	5	4	4	5	18
62	5	5	5	5	20

63	3	3	4	4	14
64	3	4	3	4	14
65	4	3	2	4	13
66	3	4	4	3	14
67	3	4	4	3	14
68	5	4	3	5	17
69	5	4	5	5	19
70	5	5	5	5	20
71	5	5	5	5	20
72	5	4	3	4	16
73	5	5	5	5	20
74	4	3	4	5	16
75	4	5	4	4	17
76	4	4	3	4	15
77	4	4	3	5	16
78	5	5	5	5	20
79	4	5	3	4	16
80	5	5	5	5	20
81	4	3	3	4	14
82	4	5	3	4	16
83	5	5	4	5	19
84	4	4	5	3	16
85	4	5	4	3	16
86	4	5	3	4	16
87	5	4	3	3	15
88	4	4	3	4	15
89	4	2	4	3	13
90	3	4	5	4	16
91	5	4	3	4	16
92	4	5	4	3	16
93	4	4	5	3	16
94	4	3	4	3	14
95	4	4	5	3	16
96	4	4	4	3	15
97	4	5	4	3	16

Kepuasan Konsumen X2

No responden	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	TOTAL X2
1	4	5	3	4	16
2	5	4	4	5	18
3	4	4	4	5	17

4	4	4	4	4	16
5	4	4	4	5	17
6	5	5	4	5	19
7	4	4	4	3	15
8	5	3	5	5	18
9	4	4	3	4	15
10	5	4	5	4	18
11	3	5	4	5	17
12	4	3	4	3	14
13	4	5	4	4	17
14	4	4	4	4	16
15	3	4	3	4	14
16	5	4	4	4	17
17	3	3	4	4	14
18	4	3	4	5	16
19	3	4	3	4	14
20	4	4	3	4	15
21	4	4	4	4	16
22	4	4	3	5	16
23	3	3	4	4	14
24	5	3	3	2	13
25	4	3	4	3	14
26	4	3	4	3	14
27	4	5	3	3	15
28	3	4	3	4	14
29	4	3	4	3	14
30	3	5	3	3	14
31	4	3	4	3	14
32	4	3	4	3	14
33	3	4	4	4	15
34	4	3	4	3	14
35	3	4	5	3	15
36	4	3	3	4	14
37	4	3	4	3	14
38	4	3	4	3	14
39	4	3	4	3	14
40	4	3	4	3	14
41	4	3	4	3	14
42	4	3	4	3	14
43	4	3	4	3	14
44	4	3	2	3	12
45	3	4	3	4	14
46	3	4	3	4	14
47	4	3	4	4	15
48	4	4	4	4	16

49	4	3	4	3	14
50	4	4	3	3	14
51	4	3	3	4	14
52	3	4	3	3	13
53	3	3	4	3	13
54	4	3	2	4	13
55	4	3	4	3	14
56	3	3	3	3	12
57	4		4	3	11
58	5	5	5	5	20
59	3	4	4	3	14
60	5	4	5	5	19
61	5	5	5	5	20
62	5	5	5	4	19
63	3	3	4	4	14
64	3	4	3	3	13
65	3	4	4	4	15
66	4	3	3	4	14
67	3	4	4	3	14
68	5	5	4	5	19
69	5	5	4	5	19
70	5	5	5	5	20
71	5	5	5	5	20
72	5	5	5	5	20
73	5	5	5	4	19
74	4	3	4	5	16
75	3	5	3	4	15
76	3	5	3	4	15
77	4	4	3	3	14
78	5	5	5	5	20
79	3	4	4	3	14
80	5	5	5	5	20
81	4	3	5	2	14
82	5	4	3	4	16
83	5	5	5	5	20
84	4	4	3	4	15
85	5	4	3	4	16
86	3	3	4	4	14
87	4	4	3	5	16
88	5	4	3	3	15
89	4	4	4	3	15
90	3	4	3	5	15
91	3	4	3	4	14
92	4	3	4	4	15
93	3	4	3	5	15

94	5	3	3	5	16
95	3	4	4	3	14
96	5	4	4	3	16
97	4	3	4	4	15

Loyalitas Merek Y

No responden	Y1	Y2	Y3	TOTAL Y
1	4	4	4	12
2	4	5	5	14
3	4	5	4	13
4	4	4	5	13
5	4	5	4	13
6	4	5	5	14
7	3	4	4	11
8	4	4	5	13
9	5	4	5	14
10	5	5	4	14
11	4	4	3	11
12	4	3	5	12
13	4	4	4	12
14	4	3	3	10
15	3	4	5	12
16	5	4	3	12
17	4	4	4	12
18	4	4	3	11
19	4	3	4	11
20	4	5	3	12
21	5	4	4	13
22	4	3	4	11
23	3	4	3	10
24	3	5	4	12
25	4	3	4	11
26	4	3	4	11
27	4	4	3	11
28	4	3	2	9
29	4	3	4	11
30	4	5	4	13
31	4	3	4	11
32	4	3	4	11
33	3	4	3	10
34	4	3	4	11
35	4	3	4	11

36	3	4	3	10
37	4	3	4	11
38	4	3	4	11
39	4	3	4	11
40	4	3	4	11
41	4	3	4	11
42	4	3	4	11
43	4	3	4	11
44	3	4	4	11
45	3	3	3	9
46	4	2	3	9
47	3	3	3	9
48	4	3	2	9
49	3	3	3	9
50	3	3	4	10
51	4	3	3	10
52	4	4	3	11
53	3	4	3	10
54	3	3	3	9
55	3	3	3	9
56	4	3	3	10
57	3	3	3	9
58	5	5	4	14
59	3	3	4	10
60	5	4	5	14
61	5	5	5	15
62	5	5	5	15
63	4	4	4	12
64	4		4	8
65	3	3	4	10
66	4	4	4	12
67	3		3	6
68	5	5	5	15
69	5	5	5	15
70	5	5	5	15
71	5	5	5	15
72	5	5	5	15
73	4	5	5	14
74	4	3	4	11
75	4	2	1	7
76	4	3	3	10
77	4	3	4	11
78	5	4	5	14
79	5	2	4	11
80	5	5	5	15

81	4	5	4	13
82	4	3	4	11
83	5	5	5	15
84	5	3	3	11
85	4	3	3	10
86	3	3	4	10
87	3	4	4	11
88	4	3	4	11
89	4	3	3	10
90	4	3	5	12
91	3	4	3	10
92	3	4	3	10
93	3	4	4	11
94	4	4	3	11
95	4	5	3	12
96	4	3	4	11
97	5	3	3	11

Lampiran 3 Hasil Uji Deskriptif

Kualitas Pelayan (X1)

Frequencies

Statistics						
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	TOTAL X1
N	Valid	97	96	97	97	97
	Missing	0	1	0	0	0
Mean		4.01	3.88	3.91	3.71	15.46
Std. Error of Mean		0.063	0.081	0.073	0.079	0.202
Median		4.00	4.00	4.00	4.00	15.00
Mode		4	4	4	3	14
Std. Deviation		0.621	0.798	0.723	0.777	1.985
Variance		0.385	0.637	0.523	0.603	3.939
Sum		389	372	379	360	1500

Frequency Table

X1.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	18	18.6	18.6	18.6
	S	60	61.9	61.9	80.4
	SS	19	19.6	19.6	100.0
	Total	97	100.0	100.0	
X1.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1.0	1.0	1.0
	N	34	35.1	35.4	36.5
	S	37	38.1	38.5	75.0
	SS	24	24.7	25.0	100.0
	Total	96	99.0	100.0	
Missing	System	1	1.0		
Total		97	100.0		

X1.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	2.1	2.1	2.1
	N	24	24.7	24.7	26.8
	S	52	53.6	53.6	80.4
	SS	19	19.6	19.6	100.0
	Total	97	100.0	100.0	
X1.4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	47	48.5	48.5	48.5
	S	31	32.0	32.0	80.4
	SS	19	19.6	19.6	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

Kepuasan konsumen (X2)

Frequencies

Statistics						
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	TOTAL X2
N	Valid	97	96	97	97	97
	Missing	0	1	0	0	0
Mean		3.97	3.83	3.79	3.85	15.40
Std. Error of Mean		0.074	0.076	0.073	0.083	0.215
Median		4.00	4.00	4.00	4.00	15.00
Mode		4	4	4	4	14
Std. Deviation		0.728	0.749	0.721	0.821	2.120
Variance		0.530	0.561	0.520	0.674	4.493
Sum		385	368	368	373	1494

Frequency Table

X2.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	27	27.8	27.8	27.8
	S	46	47.4	47.4	75.3
	SS	24	24.7	24.7	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

X2.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	36	37.1	37.5	37.5
	S	40	41.2	41.7	79.2
	SS	20	20.6	20.8	100.0

	Total	96	99.0	100.0	
Missing	System	1	1.0		
Total		97	100.0		

X2.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	2.1	2.1	2.1
	N	31	32.0	32.0	34.0
	S	49	50.5	50.5	84.5
	SS	15	15.5	15.5	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

X2.4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	2.1	2.1	2.1
	N	35	36.1	36.1	38.1
	S	36	37.1	37.1	75.3
	SS	24	24.7	24.7	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

Loyalitas merek (Y)

Frequencies

Statistics					
		Y1	Y2	Y3	TOTAL Y
N	Valid	97	95	97	97
	Missing	0	2	0	0
Mean		3.96	3.71	3.82	11.41
Std. Error of Mean		0.067	0.087	0.083	0.192
Median		4.00	4.00	4.00	11.00
Mode		4	3	4	11

Std. Deviation		0.660	0.849	0.817	1.886
Variance		0.436	0.721	0.667	3.557
Sum		384	352	371	1107

Frequency Table

Y1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	23	23.7	23.7	23.7
	S	55	56.7	56.7	80.4
	SS	19	19.6	19.6	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

Y2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	3	3.1	3.2	3.2
	N	43	44.3	45.3	48.4
	S	28	28.9	29.5	77.9
	SS	21	21.6	22.1	100.0
	Total	95	97.9	100.0	
Missing	System	2	2.1		
Total		97	100.0		

Y3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0
	TS	2	2.1	2.1	3.1
	N	30	30.9	30.9	34.0
	S	44	45.4	45.4	79.4
	SS	20	20.6	20.6	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

Lampiran 4 Hasil Uji Validitas

Kualitas pelayanan (X1)

Correlations

Correlations						
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	TOTAL X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.235*	.211*	.374**	.630**
	Sig. (2-tailed)		0.021	0.038	0.000	0.000
	Covariance	0.385	0.117	0.095	0.180	0.776
	N	97	96	97	97	97
X1.2	Pearson Correlation	.235*	1	0.143	.418**	.708**
	Sig. (2-tailed)	0.021		0.165	0.000	0.000
	Covariance	0.117	0.637	0.083	0.259	1.096
	N	96	96	96	96	96
X1.3	Pearson Correlation	.211*	0.143	1	0.119	.531**
	Sig. (2-tailed)	0.038	0.165		0.247	0.000
	Covariance	0.095	0.083	0.523	0.067	0.762
	N	97	96	97	97	97
X1.4	Pearson Correlation	.374**	.418**	0.119	1	.736**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.247		0.000
	Covariance	0.180	0.259	0.067	0.603	1.135
	N	97	96	97	97	97
TOTAL X1	Pearson Correlation	.630**	.708**	.531**	.736**	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	
	Covariance	0.776	1.096	0.762	1.135	3.939
	N	97	96	97	97	97

Kepuasan konsumen (X2)

Correlations

Correlations						
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	TOTAL X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.221*	.404**	.306**	.676**
	Sig. (2-tailed)		0.031	0.000	0.002	0.000
	Covariance	0.530	0.121	0.212	0.183	1.044
	N	97	96	97	97	97
X2.2	Pearson Correlation	.221*	1	0.188	.457**	.683**
	Sig. (2-tailed)	0.031		0.067	0.000	0.000
	Covariance	0.121	0.561	0.102	0.281	1.065
	N	96	96	96	96	96
X2.3	Pearson Correlation	.404**	0.188	1	0.192	.614**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.067		0.060	0.000
	Covariance	0.212	0.102	0.520	0.114	0.938
	N	97	96	97	97	97
X2.4	Pearson Correlation	.306**	.457**	0.192	1	.737**
	Sig. (2-tailed)	0.002	0.000	0.060		0.000
	Covariance	0.183	0.281	0.114	0.674	1.282
	N	97	96	97	97	97
TOTAL X2	Pearson Correlation	.676**	.683**	.614**	.737**	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	
	Covariance	1.044	1.065	0.938	1.282	4.493
	N	97	96	97	97	97

Loyalitas merek (Y)

Correlations

Correlations					
		Y1	Y2	Y3	TOTAL Y
Y1	Pearson Correlation	1	.287**	.392**	.675**
	Sig. (2-tailed)		0.005	0.000	0.000
	Covariance	0.436	0.161	0.211	0.840
	N	97	95	97	97
Y2	Pearson Correlation	.287**	1	.447**	.787**
	Sig. (2-tailed)	0.005		0.000	0.000
	Covariance	0.161	0.721	0.312	1.193
	N	95	95	95	95
Y3	Pearson Correlation	.392**	.447**	1	.785**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000		0.000
	Covariance	0.211	0.312	0.667	1.208
	N	97	95	97	97
TOTAL Y	Pearson Correlation	.675**	.787**	.785**	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	
	Covariance	0.840	1.193	1.208	3.557
	N	97	95	97	97

LAMPIRAN 5 Hasil Uji RELIABILITAS

Kualitas pelayanan (X1)

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	96	99.0
	Excluded ^a	1	1.0
	Total	97	100.0

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

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.759	5

Kepuasan konsumen (X2)

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	96	99.0
	Excluded ^a	1	1.0
	Total	97	100.0

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

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.772	5

Loyalitas merek (Y)

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	95	97.9
	Excluded ^a	2	2.1
	Total	97	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.809	4

LAMPIRAN 6. HASIL UJI REGRESI LINIER BERGANDA

Variables Entered/Removed ^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	TOTAL X2, TOTAL X1 ^b		Enter

a. Dependent Variable: TOTAL Y

b. All requested variables entered.

Model Summary ^b										
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.762 ^a	0.581	0.572	1.234	0.581	65.171	2	94	0.000	1.866

a. Predictors: (Constant), TOTAL X2 (Kepuasan konsumen), TOTAL X1 (Kualitas pelayanan)

b. Dependent Variable: TOTAL Y (Loyalitas merek)

ANOVA^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	198.413	2	99.207	65.171	.000 ^b
	Residual	143.092	94	1.522		
	Total	341.505	96			
a. Dependent Variable: TOTAL Y (Loyalitas merek)						
b. Predictors: (Constant), TOTAL X2 (Kepuasan konsumen), TOTAL X1 (Kualitas pelayanan)						

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0.248	1.022		0.243	0.808
	TOTAL X1 (Kualitas pelayanan)	0.199	0.099	0.210	2.021	0.046
	TOTAL X2 (Kepuasan konsumen)	0.525	0.092	0.590	5.691	0.000

a. Dependent Variable: TOTAL Y (Loyalitas merek)