

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Dewi, N. N., Rodli, A. F., & Septyan, M. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen. *Ecopreneur*, 12, 5(1), 1-8.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariete SPSS 25 (9th ed.)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gilbert, D. (2003). *Retail marketing management*. England: Prentice Hall.
- Griffin, J. (2003). *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Pelanggan*. Jakarta: Airlangga.
- Imelda, A. (2020). Effect of Service Quality, Product Quality, and Price on Consumer Satisfaction and Its Impact on Customer Loyalty at Bekasi Branch Superindo Supermarket. In *Proceedings of the 6th Annual International Conference on Management Research (AICMaR 2019)* (Vol. 6, pp. 160-164). Atlantis Press.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Khoiriah, S. (2017). Pengaruh keragaman produk dan pelayanan terhadap loyalitas konsumen "Barokah Mini Market Gunung Terang di Kabupaten OKU Timur". *Jurnal AKTUAL*, 15(1), 10-18.
- Kotler, P. (2002). *Marketing Management*. New Jersey: PrenticeHall.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2012). *Principles Of Marketing 14th Edition*. USA: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Pretice Hall.
- Mahsyar, S., & Surapati, U. (2020). Effect of service quality and product quality on customer satisfaction and loyalty. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 4(01).
- Muriza, D. T. (2021). Pengaruh Kelengkapan Produk, Harga, Promosi dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan di Ramayana Padang. *Horizon*, 1(2), 294-304.
- Nurzana, N., & Bustami, B. (2022). The Influence of Product Completeness on Consumer Purchase Decisions at Supermarkets 88 Bengkalis (Case Study on Bengkalis City Community). *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 9(2), 86-92.

- Prasetyo, D., Mariyanti, S., & Safitri, S. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Ojek Online Go-Jek. *Jurnal Psikologi: Media Ilmiah Psikologi*, 15(1).
- Putri, B. R. T. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Denpasar: Universitas Udayana
- Rofiah, C., & Wahyuni, D. (2017). Kualitas Pelayanan Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Di Mediasi Oleh Kepuasan Di Bank Muamalat Jombang. *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 12(1).
- Safa'atillah, N. (2019). Analisis Pengaruh Faktor Kelengkapan Produk, Kualitas Produk dan Citra Produk terhadap Loyalitas Konsumen Basmalah Market Karanggeneng. *ILTIZAM Journal of Shariah Economics Research*, 3(1), 1-23.
- Saleh, M. Y., & Said, M. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran*. MakasSar: CV Sah Media.
- Saraswati, D. M. (2017). Analisis Pengaruh Faktor Kelengkapan Produk, Kualitas Produk dan Citra Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Mitra Market Simo Sungelebak Karanggeneng Lamongan. *Jurnal Ekbis*, 18(2), 972-978.
- Setiawan, D., & Maskan, M. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Semoga Jaya Kediri. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 3(1), 62-67.
- Shinta, A. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Malang: Universitas Brawijaya Press
- Sugiyono. (2009). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV. Alfabeta
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Suharyadi, D. (2018). Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada toko yoehan wanaherang bogor. *JITK (Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Komputer)*, 3(2), 289-296.
- Tjiptono, F. (2002). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Utami, C. W. (2010). *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Ritel Modern*. Jakarta: Salemba Empat.
- Widodo, T. (2016). Pengaruh Kelengkapan Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Swalayan Ada Baru di Kota Salatiga). *Among Makarti*, 9(1).

Yohana, G. P., & Andjarwati, A. L. (2016). Pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan (studi pada pelanggan medin beauty). *Sumber*, 3, 2-958.

LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KERAGAMAN PRODUK
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA TOKO MISI PASARAYA
PEKKAE KABUPATEN BARRU**

Kepada Yth :

Saudara/Saudari Responden

Dengan hormat,

Saya Rahmat mahasiswa semester akhir di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin, melakukan penelitian mengenai "**Pengaruh kualitas pelayanan dan keragaman produk terhadap loyalitas konsumen pada toko Misi Pasaraya Pekkae Kabupaten Barru**". Pada kesempatan ini, saya memohon untuk kerjasama dari saudara/saudari untuk berpartisipasi dalam penelitian ini sebagai responden dari kuesioner ini.

Perlu diketahui bahwa segala data berupa jawaban yang Anda berikan hanya akan digunakan untuk kepentingan penelitian semata.

Hormat saya,

RAHMAT
A021181340

IDENTITAS RESPONDEN

Nama:
Jenis Kelamin:
Pekerjaan:
Pendidikan terakhir:
Usia:

DAFTAR KUESIONER

Berikan penilaian terhadap masing-masing pertanyaan dibawah ini sesuai dengan pendapat Anda.

Petunjuk Pengisian : Berilah tanda (X atau \surd) pada jawaban anda.

Kriteria penilaian :

STS : Sangat tidak setuju

TS : Tidak setuju

N : Netral

S : Setuju

SS : Sangat setuju

DAFTAR PERTANYAAN						
No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
	KUALITAS PELAYANAN					
	Kehandalan (<i>Reliability</i>)					
1	Karyawan toko Misi Pasaraya memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan					
2	Karyawan toko Misi Pasaraya memberikan pelayanan yang ramah kepada konsumen					
3	Kasir toko Misi Pasaraya memberikan struk pembelian secara akurat.					

4	Karyawan toko Misi Pasaraya menyampaikan informasi tentang promo, diskon dan pembayaran secara jelas.					
Bukti Fisik (<i>Tangibility</i>)						
5	Toko Misi Pasaraya memiliki fasilitas fisik yang bersih.					
6	Toko Misi Pasaraya memiliki desain interior yang menarik.					
7	Karyawan toko Misi Pasaraya berpenampilan rapi.					
8	Fasilitas fisik yang dimiliki toko Misi Pasaraya sesuai dengan penyedia pelayanan (memadai).					
9	Toko Misi Pasaraya menyediakan area parkir yang luas dan nyaman					
Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)						
10	Karyawan toko Misi Pasaraya menanggapi keluhan pelanggan dengan segera.					
11	Pelanggan menerima pelayanan yang tepat dari karyawan.					
12	Karyawan toko Misi Pasaraya bersedia membantu kesulitan pelanggan dalam memilih produk					
13	Karyawan toko Misi Pasaraya menanggapi permintaan konsumen tentang produk dengan segera.					
Jaminan (<i>Assurance</i>)						
14	Karyawan toko Misi Pasaraya jujur dan terbuka dalam memberikan pelayanan kepada konsumen					
15	Karyawan toko Misi Pasaraya memperlakukan konsumen dengan sopan					

16	Konsumen merasa aman dan nyaman belanja di toko Misi Pasaraya Pekkae					
Perhatian (<i>Empathy</i>)						
17	Karyawan toko Misi Pasaraya memberikan perhatian terhadap pelanggan.					
18	Karyawan toko Misi Pasaraya memberikan rekomendasi produk yang bagus					
19	Karyawan toko Misi Pasaraya memperhatikan kebutuhan pelanggan.					
20	Karyawan toko Misi Pasaraya memberikan pengertian dan toleransi terhadap pelanggan apabila terjadi masalah					
KERAGAMAN PRODUK						
21	Produk yang dijual di toko Misi Pasaraya sangat bervariasi					
22	Ada berbagai Macam pilihan merk produk yang tersedia toko Misi Pasaraya					
23	Barang yang dibutuhkan konsumen selalu tersedia di toko Misi Pasaraya					
24	Toko Misi Pasaraya selalu menyediakan produk terbaru					
LOYALITAS KONSUMEN						
25	Saya membeli ulang produk di toko Misi Pasaraya					
26	Saya sering mengkonsumsi produk yang ada di toko Misi Pasaraya					
27	Toko Misi Pasaraya menjadi pilihan utama untuk saya saat ingin berbelanja produk					
28	Saya menyukai toko Misi Pasaraya karna produk yang di jual berkualitas					

29	Saya merekomendasikan kepada orang lain untuk berbelanja di toko Misi Pasaraya					
30	Saya lebih memilih untuk belanja di toko Misi Pasaraya dari pada toko yang lain					

37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80	
38	5	3	4	4	4	5	3	3	1	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	3	81
39	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	62
40	3	4	4	3	3	2	4	3	3	3	1	2	3	3	3	3	3	1	4	58	
41	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	67
42	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	97
43	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	99
44	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	99
45	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	3	4	5	4	4	5	4	5	85
46	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	91
47	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
49	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	89
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
51	5	5	5	3	3	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	3	3	4	80
52	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	79
53	3	4	5	4	5	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	81
54	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	41
55	3	4	4	3	5	3	4	3	4	3	3	3	4	4	5	4	3	3	2	3	70
56	4	4	5	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	76
57	3	4	4	3	4	3	4	3	5	4	5	4	5	4	4	3	4	3	3	3	75
58	4	4	4	3	4	2	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	68
59	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	75
60	4	4	5	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	73
61	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	65
62	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	86
63	5	5	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	3	5	5	4	4	4	4	83
64	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	74
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
66	3	4	3	3	4	4	4	5	3	5	4	3	3	2	2	3	3	2	3	3	66
67	4	3	4	1	4	3	4	3	3	3	3	2	3	3	4	4	4	2	2	3	62
68	4	5	5	4	4	4	4	5	5	3	4	4	4	5	5	5	4	3	3	5	85
69	3	4	1	1	3	1	2	1	1	1	1	3	3	1	4	1	3	4	4	1	43
70	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	80
71	3	4	3	2	3	3	3	4	5	3	4	4	3	4	4	5	3	2	3	3	68
72	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	1	4	72
73	4	4	3	2	1	4	5	3	1	4	4	3	5	2	3	3	3	5	2	2	63
74	4	3	5	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	72
75	4	3	5	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	72
76	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	88
77	4	5	5	5	5	4	5	5	5	3	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	90
78	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	93
79	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	93
80	4	5	5	3	3	4	4	4	5	3	4	4	3	4	4	5	4	5	5	4	82

81	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	91
82	5	5	4	4	3	3	4	3	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	85
83	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	91
84	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	90
85	4	5	5	5	4	5	4	3	4	3	4	3	4	4	4	5	3	4	3	80
86	4	5	5	5	4	3	3	4	4	3	4	5	5	5	4	4	5	5	5	87
87	3	4	4	3	4	3	4	3	5	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	77
88	3	4	5	4	4	4	3	3	5	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	79
89	3	4	5	3	4	3	4	3	5	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	74
90	4	4	5	3	4	3	4	3	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	75
91	3	4	4	3	4	3	4	3	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	3	76
92	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	86
93	4	5	5	5	4	3	4	4	5	3	4	4	5	4	5	5	5	4	4	86
94	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	91
95	4	4	4	4	4	3	3	3	5	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	75
96	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	92
97	4	4	5	5	4	4	4	3	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	5	83
98	4	4	4	3	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	87
99	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	89
100	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	90

Variabel Keragaman Produk (X2)

No	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	TOTAL
1	5	5	5	5	20
2	4	4	3	5	16
3	5	5	4	4	18
4	5	5	5	5	20
5	4	5	4	5	18
6	4	5	3	4	16
7	4	4	3	3	14
8	4	4	2	3	13
9	5	5	4	5	19
10	5	5	5	5	20
11	2	2	2	2	8
12	5	5	4	3	17
13	4	4	4	4	16
14	4	3	3	4	14
15	4	4	4	4	16
16	3	3	4	3	13
17	4	3	2	3	12
18	4	4	3	3	14
19	4	3	3	3	13
20	4	4	4	4	16

21	4	4	4	4	16
22	4	4	4	4	16
23	4	3	3	4	14
24	3	3	3	3	12
25	5	5	5	5	20
26	5	5	5	5	20
27	5	5	5	5	20
28	4	4	3	3	14
29	4	4	4	4	16
30	3	3	3	2	11
31	5	5	5	5	20
32	2	3	3	5	13
33	4	4	4	3	15
34	4	4	4	4	16
35	1	2	1	3	7
36	5	5	5	5	20
37	4	4	4	4	16
38	3	3	5	4	15
39	3	3	3	3	12
40	3	3	3	3	12
41	4	3	3	4	14
42	5	5	5	5	20
43	5	5	4	4	18
44	5	5	5	5	20
45	4	4	3	3	14
46	5	4	4	5	18
47	5	5	3	5	18
48	4	4	4	4	16
49	5	5	4	5	19
50	4	4	4	4	16
51	5	5	5	5	20
52	4	4	4	4	16
53	5	5	3	4	17
54	2	3	3	2	10
55	4	4	3	3	14
56	4	4	3	3	14
57	5	4	3	4	16
58	5	5	4	4	18
59	4	4	3	4	15
60	5	5	4	3	17
61	4	4	4	4	16
62	4	4	4	4	16
63	4	4	4	4	16
64	5	5	3	3	16

65	4	4	4	4	16
66	5	5	3	4	17
67	5	4	3	3	15
68	5	5	4	5	19
69	1	1	1	3	6
70	5	5	5	5	20
71	4	4	3	3	14
72	4	4	4	4	16
73	4	4	2	2	12
74	5	5	2	3	15
75	4	4	4	4	16
76	5	5	5	4	19
77	5	4	4	4	17
78	4	5	4	5	18
79	5	5	5	5	20
80	3	5	4	4	16
81	4	4	5	5	18
82	3	4	4	5	16
83	3	4	4	5	16
84	4	4	4	3	15
85	3	3	3	4	13
86	3	3	4	4	14
87	4	3	5	5	17
88	2	4	4	4	14
89	4	5	5	4	18
90	4	4	3	4	15
91	4	4	3	4	15
92	4	5	4	4	17
93	5	5	4	4	18
94	4	5	4	4	17
95	4	4	3	4	15
96	4	4	5	5	18
97	3	3	3	4	13
98	4	4	4	4	16
99	4	4	4	5	17
100	4	4	5	5	18

Variabel Loyalitas Konsumen (Y)

No	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	TOTAL
1	5	5	4	5	5	5	29
2	5	5	4	4	5	5	28
3	3	2	2	3	4	3	17
4	5	4	4	5	4	4	26

5	4	5	4	5	4	5	27
6	4	5	5	5	5	5	29
7	4	4	3	4	3	3	21
8	4	4	2	3	3	3	19
9	5	5	4	4	5	4	27
10	5	5	4	4	4	3	25
11	4	4	3	4	4	3	22
12	4	3	3	3	3	3	19
13	4	4	4	4	4	3	23
14	4	3	2	3	3	2	17
15	4	4	4	4	4	4	24
16	4	4	4	4	4	4	24
17	4	2	1	2	3	2	14
18	4	3	3	3	4	4	21
19	3	3	3	3	3	2	17
20	3	3	3	3	3	2	17
21	4	4	4	4	4	4	24
22	5	5	4	4	4	4	26
23	3	3	3	3	3	3	18
24	4	3	3	4	4	3	21
25	3	3	4	4	4	4	22
26	5	5	5	5	5	5	30
27	5	5	3	5	5	5	28
28	4	4	3	4	4	3	22
29	4	3	4	4	4	4	23
30	4	4	3	4	3	3	21
31	4	5	5	4	4	4	26
32	3	5	5	5	3	4	25
33	2	5	4	3	2	4	20
34	4	4	4	4	4	5	25
35	3	3	1	1	2	2	12
36	5	5	5	5	5	5	30
37	3	4	4	4	4	4	23
38	3	3	3	3	2	2	16
39	3	3	3	3	3	3	18
40	3	1	4	2	3	3	16
41	4	4	3	3	3	4	21
42	5	5	5	5	5	5	30
43	5	5	5	5	5	5	30
44	5	5	5	5	5	5	30
45	4	4	4	5	4	5	26
46	5	5	4	4	4	4	26
47	5	5	5	5	5	5	30
48	4	4	4	4	4	4	24

49	5	5	5	4	4	5	28
50	4	4	4	4	4	4	24
51	5	5	3	3	3	3	22
52	4	4	4	4	4	4	24
53	3	3	3	4	3	3	19
54	2	2	3	2	2	3	14
55	4	3	3	3	4	3	20
56	3	4	3	4	3	3	20
57	3	4	2	3	4	3	19
58	3	3	4	4	4	4	22
59	4	4	3	3	3	3	20
60	4	3	3	3	3	3	19
61	4	4	4	3	4	4	23
62	4	4	4	4	5	4	25
63	5	5	5	4	4	4	27
64	3	3	3	3	3	3	18
65	4	4	4	4	4	4	24
66	4	2	1	3	3	3	16
67	3	3	3	4	3	3	19
68	3	3	3	4	4	3	20
69	1	3	3	1	1	3	12
70	3	5	5	5	5	5	28
71	4	3	1	4	4	4	20
72	4	4	4	4	4	4	24
73	4	3	4	2	2	2	17
74	4	3	3	3	4	3	20
75	4	3	3	4	4	3	21
76	4	5	5	4	5	5	28
77	3	4	5	4	4	4	24
78	5	4	4	4	4	5	26
79	4	4	5	5	4	4	26
80	4	3	5	4	4	4	24
81	5	5	5	5	5	5	30
82	4	4	4	5	5	4	26
83	4	4	3	5	5	5	26
84	4	4	3	4	4	4	23
85	3	3	3	4	4	3	20
86	4	3	3	4	5	5	24
87	3	3	4	4	4	3	21
88	3	4	2	3	4	5	21
89	4	4	4	4	5	5	26
90	4	3	3	4	4	3	21
91	4	5	4	4	4	4	25
92	5	5	5	5	4	4	28

93	4	5	4	4	5	5	27
94	5	5	4	4	4	4	26
95	4	3	3	4	4	4	22
96	4	4	4	4	4	4	24
97	4	3	3	4	3	3	20
98	4	4	5	5	5	5	28
99	4	4	4	4	4	5	25
100	4	4	4	3	4	4	23

X1Q13	Pearson Correlation	.463**	.502**	.304**	.593**	.292**	.430**	.462**	.385**	.300**	.500**	.574**	.579**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002	.000	.003	.000	.000	.000	.002	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1Q14	Pearson Correlation	.518**	.520**	.611**	.600**	.403**	.420**	.478**	.501**	.590**	.404**	.568**	.629**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1Q15	Pearson Correlation	.567**	.569**	.530**	.476**	.454**	.363**	.495**	.453**	.538**	.422**	.580**	.639**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1Q16	Pearson Correlation	.555**	.549**	.410**	.493**	.337**	.437**	.465**	.434**	.477**	.399**	.551**	.536**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1Q17	Pearson Correlation	.567**	.517**	.455**	.570**	.432**	.432**	.510**	.538**	.437**	.511**	.609**	.672**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1Q18	Pearson Correlation	.547**	.543**	.362**	.609**	.236*	.468**	.496**	.357**	.260**	.487**	.532**	.658**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.018	.000	.000	.000	.009	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1Q19	Pearson Correlation	.569**	.477**	.419**	.620**	.351**	.455**	.371**	.451**	.456**	.463**	.699**	.737**

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1Q20	Pearson Correlation	.508**	.614**	.477**	.645**	.355**	.399**	.461**	.574**	.474**	.440**	.453**	.696**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1_TOT	Pearson Correlation	.687**	.738**	.627**	.761**	.520**	.593**	.672**	.686**	.623**	.644**	.750**	.807**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

		X1Q13	X1Q14	X1Q15	X1Q16	X1Q17	X1Q18	X1Q19	X1Q20	X1_TOT
X1Q1	Pearson Correlation	.463**	.518**	.567**	.555**	.567**	.547**	.569**	.508**	.687**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1Q2	Pearson Correlation	.502**	.520**	.569**	.549**	.517**	.543**	.477**	.614**	.738**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1Q3	Pearson Correlation	.304**	.611**	.530**	.410**	.455**	.362**	.419**	.477**	.627**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1Q4	Pearson Correlation	.593**	.600**	.476**	.493**	.570**	.609**	.620**	.645**	.761**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1Q5	Pearson Correlation	.292**	.403**	.454**	.337**	.432**	.236**	.351**	.355**	.520**

	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.000	.001	.000	.018	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1Q6	Pearson Correlation	.430**	.420**	.363**	.437**	.432**	.468**	.455**	.399**	.593**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1Q7	Pearson Correlation	.462**	.478**	.495**	.465**	.510**	.496**	.371**	.461**	.672**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1Q8	Pearson Correlation	.385**	.501**	.453**	.434**	.538**	.357**	.451**	.574**	.686**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1Q9	Pearson Correlation	.300**	.590**	.538**	.477**	.437**	.260**	.456**	.474**	.623**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000	.000	.000	.009	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1Q10	Pearson Correlation	.500**	.404**	.422**	.399**	.511**	.487**	.463**	.440**	.644**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1Q11	Pearson Correlation	.574**	.568**	.580**	.551**	.609**	.532**	.699**	.453**	.750**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1Q12	Pearson Correlation	.579**	.629**	.639**	.536**	.672**	.658**	.737**	.696**	.807**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1Q13	Pearson Correlation	1	.511**	.476**	.427**	.666**	.654**	.551**	.474**	.707**

	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1Q14	Pearson Correlation	.511**	1	.707**	.662**	.696**	.540**	.600**	.666**	.805**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1Q15	Pearson Correlation	.476**	.707**	1	.681**	.684**	.555**	.623**	.638**	.790**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1Q16	Pearson Correlation	.427**	.662**	.681**	1	.678**	.591**	.597**	.627**	.755**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1Q17	Pearson Correlation	.666**	.696**	.684**	.678**	1	.691**	.710**	.669**	.837**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1Q18	Pearson Correlation	.654**	.540**	.555**	.591**	.691**	1	.715**	.667**	.768**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1Q19	Pearson Correlation	.551**	.600**	.623**	.597**	.710**	.715**	1	.687**	.812**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1Q20	Pearson Correlation	.474**	.666**	.638**	.627**	.669**	.667**	.687**	1	.803**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1_TO T	Pearson Correlation	.707**	.805**	.790**	.755**	.837**	.768**	.812**	.803**	1

YQ3	Pearson Correlation	.332**	.607**	1	.602**	.472**	.587**	.772**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
YQ4	Pearson Correlation	.448**	.616**	.602**	1	.701**	.667**	.839**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
YQ5	Pearson Correlation	.525**	.506**	.472**	.701**	1	.749**	.815**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
YQ6	Pearson Correlation	.432**	.637**	.587**	.667**	.749**	1	.856**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y_TOT	Pearson Correlation	.669**	.830**	.772**	.839**	.815**	.856**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

Lampiran 4: Data Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.950	20

Uji Reliabilitas Keragaman Produk (X2)

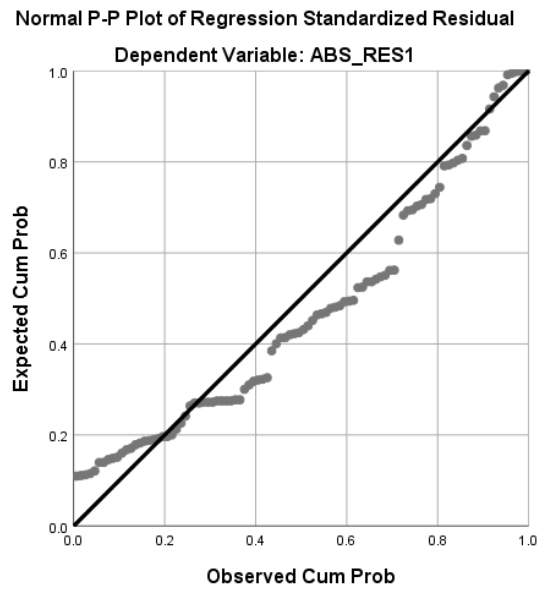
Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.804	4

Uji Reliabilitas Loyalitas Konsumen (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.884	6

Lampiran 5: Data Uji Asumsi Klasik

Data Uji Normalitas



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.53732403
Most Extreme Differences	Absolute	.103
	Positive	.053
	Negative	-.103
Test Statistic		.103
Asymp. Sig. (2-tailed)		.011 ^c
Exact Sig. (2-tailed)		.222
Point Probability		.000

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

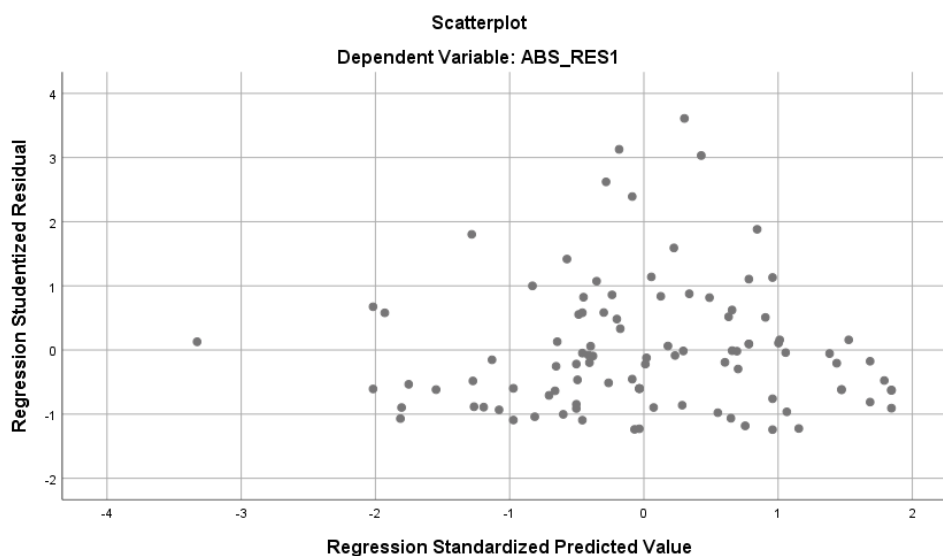
c. Lilliefors Significance Correction.

Data Uji multikolinieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.130	1.970		-.066	.948		
	X1_TOT	.228	.030	.636	7.533	.000	.584	1.714
	X2_TOT	.303	.135	.190	2.255	.026	.584	1.714

a. Dependent Variable: Y_TOT

Data Uji Heteroskedastisitas



Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.000	1.232		.811	.419		
	X1_TOT	.007	.019	.048	.359	.721	.584	1.714
	X2_TOT	.026	.084	.041	.310	.757	.584	1.714

a. Dependent Variable: ABS_RES1

Lampiran 6: Data Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.130	1.970		-.066	.948		
	X1_TOT	.228	.030	.636	7.533	.000	.584	1.714
	X2_TOT	.303	.135	.190	2.255	.026	.584	1.714

a. Dependent Variable: Y_TOT

Lampiran 7: Data Pengujian Hipotesis

Uji t

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.130	1.970		-.066	.948		
	X1_TOT	.228	.030	.636	7.533	.000	.584	1.714
	X2_TOT	.303	.135	.190	2.255	.026	.584	1.714

a. Dependent Variable: Y_TOT

Uji Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	943.197	2	471.598	71.772	.000 ^b
	Residual	637.363	97	6.571		
	Total	1580.560	99			

a. Dependent Variable: Y_TOT

b. Predictors: (Constant), X2_TOT, X1_TOT

Lampiran 8: Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary^b									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.772 ^a	.597	.588	2.56335	.597	71.772	2	97	.000

a. Predictors: (Constant), X2_TOT, X1_TOT

b. Dependent Variable: Y_TOT