

DAFTAR PUSTAKA

- A Oka Yoeti. (2007). *Perencanaan Dan Pengembangan Pariwisata*. PT. Paramita.
- Abdul Haris & Nurcahyati. (2010). *Psikologi Dalam Pendidikan* (p. 93). Alfabeta.
- Abdurrahman, M. (2013). *Pendidikan Bagi Anak Berkesulitan Belajar*. Rineka Cipta.
- Agustine Ferdinand. (2016). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis dan Disertasi*. Ilmu Manajemen. Universitas Diponegoro.
- Albertus Christian, dan D. D. (2013). *Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Customer Satisfaction dan Customer Loyalty The Light Cup di Surabaya Town Square*. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 1(2).
- Ali, M. (2013). *Penelitian Kependidikan Prosedur & Strategi*. CV. Angkasa.
- Amstrong, K. (1997). "Prinsip-Prinsip Pemasaran." Erlangga.
- Andi Listyarso. (2005). *Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Kinerja Pemasaran dan Kinerja Perusahaan dengan Lingkungan Persaingan Sebagai Variabel Moderating*. Tesis. Universitas Diponegoro.
- Assael, H. (2010). *Perilaku Konsumen*.
- Assauri, S. (2014). *Manajemen Pemasaran, Edisi Pertama, Cetakan Ketiga belas*. PT Raja Grafindo Persada.
- Astami, W. S. (2013). *Analisis Pengukuran Kinerja Pemasaran Melalui Financial Metrics*. *Ilmu Manajemen & Bisnis*, 04(01), 1–14.
- Badan Pusat Statistik Kota Makassar. (2020). *Kota Makassar Dalam Angka 2020*. UD. ARESO.
- Badan Pusat Statistik Kota Makassar. (2021). *Kota Makassar Dalam Angka 2021*. UD. ARESO.
- Badan Pusat Statistik Kota Makassar. (2022). *Kota Makassar Dalam Angka 2022*. UD. ARESO.
- Baker, D. and J. C. (2000). *Quality, satisfaction and behavioral intentions*. *Annals of Tourism Research*., 27(3), 785–804. <http://agrilibecdn.tamu.edu/cromptonrpts/files/2012/04/quality-satisfaction-and-behavioral.pdf>
- Balakrishnan, S. and I. J. (1996). "Asset Specificity, Firm Heterogenety and Capital Strucutre". *Strategic Management*, 14(1), 3.

- Barnes, J. G. (2003). *Secret of Customer Relationship Management (Rahasia Manajemen Hubungan Pelanggan)*.
- Basu Swastha dan Irawan. (2013). *Manajemen Pemasaran Modern, Liberty*.
- Boham dan Suwithi. (2008). *Akomodasi Perhotelan Jilid I. Perhotelan. Direktorat: Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan*.
- Boyd, Walker, L. (1998). *Marketing management: A strategic approach with a global orientation*. Erlangga.
- Brigham, Eugene F. & Houston, J. F. (2006). "Dasar-dasar Manajemen Keuangan." *Salemba Empat*.
- Buchari Alma. (2007). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Alfabeta*.
- Christine, W. B. (2017). "Analisis Pengaruh Marketing Mix (7P) terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi pada House of Moo, Semarang)." *Industrial Engineering Online Journal*, 6(1), 1–8. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/ieoj/article/view/15928/15389>
- Cooper, R. Donald dan Emory, W. (1996). *Metode penelitian bisnis, edisi 5, jilid 1. Erlangga*.
- Danang Sunyoto. (2013). *Perilaku Konsumen. Center of Academic Publishing Service (APS)*.
- Darsono, A. (1992). *Kantor Depan Hotel (Front Office). Jurnal Manajemen Pelayanan Hotel. Gramedia Widi sarana Indonesia, Jakarta*.
- Doyle, C. (2013). *Kamus Pemasaran. PT. Indeks*.
- Engel, James F., Blackwell, Roger D. & Miniard, P. W. (1996). *Perilaku Konsumen. Alih Bahasa: F. X. Budiyanto, Jilid II,. Binarupa Aksara*.
- Fachriyan Hilmi Arija, Jamhari, Irham, & W. L. R. (2021). *Effect of E-Marketing Mix Based on E-Marketplace on Marketing Performance of Food MSMEs. Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 116(8), 147–158. <https://doi.org/10.18551/rjoas.2021-08.18>
- Fandy Tjiptono. (2015). *Strategi Pemasaran, Edisi 4. Andi Offset,*.
- Ferdinand A.T. (2000). "Marketing Management: Strategic Approach." *Research Paper Series No.1 (Issue Magister Management). Universitas Diponegoro*.
- Firqah Annajiyah Mansyuroh. (2018). *Peluang Dan Tantangan Bisnis Hotel Syariah Pada Masyarakat Kosmopolitan. AT-TARADHI: Jurnal Studi Ekonomi*, 9(Desember), 91.
- Ghozali, Imam, H. L. (2015). *Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris. BP Undip. Semarang*Harnanto. 2017. *Sistem Biaya Historis. Yogyakarta: BPFE. Akuntansi Biaya*.

- Hadi, S. (2001). *Metodologi Research Jilid III*. Andi Offset.
- Hair, Joseph F, et al. (2010). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective*. Pearson Prentice Hall.
- Hatani, L. (2000). "Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran di Kabupaten Muna." *Manajemen Unhalu*, 1–9.
- Hotel Claro & Convention Makassar. (2022). *Claro Makassar*. <http://www.claromakassar.com>
- Hudan Khan, & Z. K. (2021). *The efficacy of marketing skills and market responsiveness in marketing performance of emerging market exporting firms in advanced markets: The moderating role of competitive intensity*. *International Business Review*, 30(6), 101860. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2021.101860>
- Hurriyati, R. (2010). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. ALFABETHA.
- Irawan & Handi. (2002). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Elex Media Komputindo.
- Jassim Ahmad Al-Gasawneh, Khalid N. Alzubi, Nawras M. Nusairat, Abdullah Matar Al-Ad-amat, Marhana Mohamed Anuar, Ra'd Almestrihi, & B. A. A. Q. (2021). *The interaction of social CRM between CRM performance and marketing performance in hotels*. *International Journal of Data and Network Science*, 5(4), 745–756. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2021.7.006>
- Junainah Idris. (2021). *Marketing Mix 4CS: Impact on Small and Medium Entrepreneurs (SMES) Marketing Performance*. *Proceeding of the 8th International Conference on Management and Muamalah, ICoMM*, 221–226. <http://conference.kuis.edu.my/icommm/8th/images/021-113.pdf>
- Kolter dan Armstrong. (2012). "Prinsip-prinsip Pemasaran", Edisi 13, Jilid 1, Erlangga, Jakarta. PERPUSTAKAAN.
- Kotler, P., & Armstrong, 2016. (2016). *Principles of Marketing Sixteenth Edition Global Edition*. Pearson Education Limited.
- Kotler, A. (2001). *Prinsip-prinsip pemasaran, Edisi kedua belas, Jilid 1*. Erlangga.
- Kotler, P. (1992). *Marketing, jilid 1*. Penerbit Erlangga.
- Kotler, P. (1997). *Gary Armstrong. Principles of Marketing*.
- Kotler, P. (2000). *Marketing Management. Edisi Milenium, Prentice Hall Intl, Inc*.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran. Prentice. Prenhallindo*.
- Kotler, P. and K. L. K. (2016). *Marketing Managemen, 15th Edition, Pearson Education, Inc. Marketing*.
- Kotler Philip & Kevin Lane Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran. Edisi Kuda Belas Jilid 1*.

- Londhe, B. R. (2014). *Marketing Mix For Next Generation Marketing*. *Procedia Economics and Finance*, 11, 335–340.
- Lupiyoadi, R. & A. H. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat.
- Md. Farijul Islam, & M. M. R. (2015). *Service Marketing Mix and Their Impact on Bank Marketing Performance: A Case Study on Janata Bank Limited, Bangladesh*. *Journal of Worldwide Holistic Sustainable Development*, 1(1), 16–32.
- Mintz, O., & Currim, I. S. (2013). *What Drives Managerial Use Of Marketing and Financial Metrics and Does Metric Use Affect Performance of Marketing-Mix Activities?* *Journal of Marketing*, 77, 17–40.
- Mohammad Alkarem Khalayleh, & S. I. S. A.-H. (2022). *The impact of digital content of marketing mix on marketing performance: An experimental study at five-star hotels in Jordan*. *International Journal of Data and Network Science*, 6(4), 1023–1032. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2022.8.008>
- Monroe, A. C. . V. R. et al. (2005). *Marketing Antecedent of Industrial Brand Equity: An Empirical Investigation in Specialty Chemical*. (pp. 841–847). *Industrial Marketing Management* (12).
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2005). *Consumer Behaviour*.
- Mubarak. (2018). *Metodologi Penelitian*. Alfabeta.
- Oliver, R. L. (2010). *Satisfaction*. McGraw-Hill.
- Otto Randa Payangan, Romansyah Sahabuddin, & A. S. G. (2017). *Mediation Effect of Marketing Mix Strategy on Supply and Demand Towards Marketing Performance*. *Journal of Environmental Management and Tourism*, 8(1), 223–231. [https://doi.org/10.14505/jemt.v8.1\(17\).21](https://doi.org/10.14505/jemt.v8.1(17).21)
- Permana. (2008). *Bagaimana Cara Membuat Minuman Serbuk Instan*. <http://awpermana.dagdigdug.com/2008/05/19/bagaimana-cara-membuat-bubuk-minuman-instan/>
- Philip Kotler. (1997). *Marketing Management*., ahli bahasa Hendra Teguh. *Marketing*. PT. Ikrar Mandiri abadi.
- Powell Bob. (2000). *A Dynamic Analysis of Growth, Transportation, & Home Prices*.
- Priangani, A. (2020). *Fasilitas dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Menginap di Grand Q Hotel Kota Gorontalo*. *Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*., 2(2), 61.
- Qurtubi, Dicka Meilana Trisnaningtias, M. F. Y. (2019). *Identifikasi Variabel yang Berpengaruh terhadap Kinerja Pemasaran dan Indikator Kinerja Pemasaran untuk Industri Hotel*. *Jurnal Sistem Dan Manajemen Industri*, 3(1), 1–9. <https://doi.org/10.30656/jsmi.v3i1.1432>

- Ratnasari Tri Ririn, M. H. A. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa. Ghalia Indonesia.*
- Rumekso. (2002). *Housekeeping Hotel. hotel. PT Rasa Grafindo Persada.*
- S. Supriyanto dan Ernawat. (2010). *Pemasaran Industri Jasa Kesehatan. Andi Offset.*
- Schiffman, L. G. and L. L. K. (2001). *Consumer Behavior. Seven Edition. New Jersey: Prentice Hall, Inc.*
- Siti Fatonah. (2009). *Pengaruh Bauran Pemasaran, dan Orientasi Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing Dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran Pada Perusahaan Batik di Surakarta. Ilmu Ekonomi Dan Manajemen, 6(1), 95–182.*
- Sri Devi, & A. S. (2021). *Effect of Islamic Marketing mix integration on the decision to stay at Sharia hotels in Indonesia. International Journal of Hospitality and Tourism Studies (IJHTS), 2(1), 87–96. <https://doi.org/10.4108/eai.21-12-2020.2305842>*
- Stanton, William, J. (1997). *Fundamental of Marketing. Edisi Bahasa Indonesia Terjemahan oleh F.X. Budiyanto. Marketing. Binarupa Aksara.*
- Stanton J. William. (2010). *Prinsip Pemasaran, Penyadur Y. Lamarto, Edisi ke 7. Erlangga.*
- Stanton, W. J. (2003). *Prinsip Pemasaran (terjemahan). Edisi 7, jilid 1. Erlangga.*
- Su-Mei Lin. (2011). *Marketing mix (7P) and performance assessment of Western fast food industry in Taiwan: An application by associating DEMATEL and ANP. African Journal of Business Management, 5(26), 10634–10644. <https://doi.org/10.5897/ajbm11.894>*
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. ALFABETA.*
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). Alfabeta.*
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. PT. Alfabet.*
- Swastha, B. dan I. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern, Edisi 2, Cetakan Ketiga belas. Liberty Offset.*
- Tjiptono, F. (2006). *Pemasaran Jasa. Bayu Media.*
- Tjiptono, F. (2008). *Pemasaran Strategik. Andi Offset.*
- Tri Yoga I, W. (2005). *Pengaruh Kemitraan dan Komunikasi Terhadap Efektifitas Saluran Distribusi Serta Dampaknya pada Kinerja Pemasaran. Tesis. Universitas Diponegoro.*

- Widyastuti, N. (2018). *Analisis Bauran Pemasaran Di Hotel Pangeran Beach Padang*. *Jurnal Pendidikan Dan Keluarga*, 10(1), 29. <https://doi.org/10.24036/jpk/vol10-iss1/504>
- Winata, E. (2020). *Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Grand Serela Hotel & Convention Medan*. *Journal Ilmu Manajemen*, 14.
- Yusuf, A. M., Astuti, M., & Ariani, M. B. N. (2022). *The Effect of Digital Marketing Mix Strategy on Marketing Performance Through the Implementation of Customer Relationship Management MSME 4.0 DKI Jakarta*. *International Journal of Business, Technology and Organizational Behavior (IJBTOB)*, 2(4), 381–396. <https://doi.org/10.52218/ijbtob.v2i4.213>
- Zahed Al-Samirae, Motteh S. Alshibly, & M. A. (2020). *Excellence in Drawing up Marketing Mix Strategies for Small and Medium Enterprises (SMEs) and Their Impact on the Marketing Performance*. *Business, Management and Economics Research*, 6(3), 30–36. <https://doi.org/10.32861/bmer.63.30.36>
- Zeithaml, Bitner, dan G. (2009). *Service Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*.
- Zeithaml, V.A., Bitner & M.J., Gremier, D. D. (2009). *Service Marketing*. The McGraw-Hill Companies, Inc.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Balasan Izin Penelitian



Makassar, 17 Oktober 2022

Kepada Yth
Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kemahasiswaan
Universitas Hasanuddin
Di
Makassar

Dengan Hormat,

Berdasarkan surat perihal permohonan penelitian Penyelesaian Tugas Akhir (Penulisan Tesis) Mahasiswa Program Magister (S2), maka dengan ini kami sampaikan bahwa yang tercantum namanya di bawah ini :

Nama	: Muhammad Fiqih Oktavian Hattah
NIM	: A022211003
Program Studi	: Sains Manajemen
Program Pendidikan	: Magister (S2)
Judul	: “Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Daya Tarik, Kepuasan, Dan Loyalitas Pelanggan Pada Hotel Claro Di Kota Makassar”

Diterima untuk melaksanakan Penelitian di Claro Makassar.

Demikian surat ini kami sampaikan untuk dipergunakan dengan sebaik-baiknya.
Terima kasih.

Makassar, 17 Oktober 2022

Hormat Saya,

Arni Muchtar
(HR Manager)



Lampiran 2. Kuesioner Penelitian

Kuesioner Penelitian

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Dengan hormat,

Perkenalkan saya Muhammad Fiqih Oktavian Hattah seorang Mahasiswa Pascasarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin Makassar. Saat ini sedang mengadakan penelitian akhir TESIS sebagai persyaratan kelulusan mencapai gelar Magister Sains Manajemen (M.S.M). Saya sedang melakukan penelitian TESIS dengan judul “Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Daya Tarik, Kepuasan, dan Loyalitas Pelanggan Pada Hotel Claro di Kota Makassar”. Sehubungan dengan hal tersebut, mohon partisipasi Bapak/Ibu, Saudara/Saudari untuk memberikan informasi melalui kuesioner ini. Semua informasi yang diperoleh dari kuesioner ini hanya akan digunakan untuk kepentingan penelitian ini. Saya selaku peneliti sangat berharap agar dalam pengisian kuesioner ini Bapak/Ibu, Saudara/Saudari berkenan mengisinya dengan lengkap dan benar. Atas perhatian dan kesediaannya untuk melakukan pengisian kuesioner ini, Saya ucapkan terima kasih.

Adapun kriteria responden yang saya butuhkan adalah sebagai berikut:

[Berikan tanda (X) pada pilihan anda]

Persyaratan kriteria responden Kamar:

1. Usia minimal 18 tahun.

Ya (lanjut ke pertanyaan berikutnya)

Tidak (**STOP**, terima kasih atas partisipasi anda)

2. Sudah pernah menggunakan minimal dua kali produk Kamar di Hotel Claro Makassar.

Ya (lanjut ke pertanyaan berikutnya)

Tidak (**STOP**, terima kasih atas partisipasi anda)

Persyaratan kriteria responden Wedding:

1. Usia minimal 18 tahun.

Ya (lanjut ke pertanyaan berikutnya)

Tidak (**STOP**, terima kasih atas partisipasi anda)

2. Sudah pernah menyelenggarakan Wedding di Hotel Claro Makassar.

Ya (lanjut ke pertanyaan berikutnya)

Tidak (**STOP**, terima kasih atas partisipasi anda)

Apabila Bapak/Ibu, Saudara/Saudari memenuhi kriteria tersebut, maka saya membutuhkan partisipasi Bapak/Ibu, Saudara/Saudari dalam penelitian ini. Saya memahami bahwa waktu yang Bapak/Ibu, Saudara/Saudari miliki terbatas dan sangat berharga. Oleh karena itu, saya memohon kesediaan untuk meluangkan sedikit waktu mengisi kuesioner di bawah ini:

A. PROFIL RESPONDEN [Berikan tanda (X) pada pilihan anda]

1. Nama Lengkap :
2. Domisili : Makassar Lainnya:.....
3. Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan
4. Usia : 18-25 Tahun 26-35 Tahun
 36-45 Tahun 46-55 Tahun >55 tahun
5. Tingkat Pendidikan :
 SMA S1 S2
 S3 Lainnya....
6. Pekerjaan : Mahasiswa/I Dosen Dokter
 Bankir Karyawan/Staff Wiraswasta
 PNS Lainnya:...
7. Tingkat Pendapatan :
 0 (Belum Ada) < 5 Juta 5 - < 10 Juta
 10 - < 15 Juta 15 – 20 Juta > 20 Juta
 Lainnya:.....
8. Penggunaan produk Hotel Claro Makassar (Kamar / Wedding) :
 2 – 3 Kali 4 – 5 Kali > 5 Kali
9. Tujuan anda menginap di Hotel Claro Makassar :
 Bisnis Berlibur Wisuda
 Meeting Kegiatan Kantor Seminar
 Raker (Rapat Kerja) Wedding (Pesta Pernikahan)
 Lainnya:.....
10. Sejak kapan anda memilih menginap di Hotel Claro Makassar :
 2017 - 2018 2019 - 2020 2021 – 2022
 Lainnya:.....
11. Pengguna Produk :
 Kamar Wedding

B. PETUNJUK PENGISIAN KUISIONER

1. Mohon dengan hormat, bantuan dan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara(i) untuk menjawab seluruh pernyataan yang ada dalam kuisisioner ini.
2. Berilah tanda Silang (X) pada pernyataan berikut yang sesuai dengan keadaan yang sesungguhnya pada kolom yang tersedia.
3. Ada lima pilihan jawaban yang tersedia untuk masing-masing pernyataan, yaitu:
 - **Sangat Setuju (SS) : Nilai Skor 5**
 - **Setuju (S) : Nilai Skor 4**
 - **Kurang Setuju (KS) : Nilai Skor 3**
 - **Tidak Setuju (TS) : Nilai Skor 2**
 - **Sangat Tidak Setuju (STS) : Nilai Skor 1**

Pernyataan Untuk Variabel Produk

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Produk Kamar / Wedding menarik.					
2	Produk Kamar / Wedding yang ditawarkan Hotel Claro Makassar memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.					
3	Produk Kamar / Wedding yang ditawarkan Hotel Claro Makassar memiliki kualitas unggul.					

Pernyataan Untuk Variabel Harga

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Harga fasilitas Kamar / Wedding yang disediakan sesuai dengan yang ditawarkan.					
2	Harga Kamar / Wedding di Hotel Claro Makassar terjangkau.					
3	Harga penjualan Kamar / Wedding sesuai dengan standar harga penjualan.					
4	Harga penawaran paket <i>special event</i> menarik konsumen untuk menginap di Hotel Claro Makassar.					

Pernyataan Untuk Variabel Tempat

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Lokasi Hotel Claro Makassar strategis.					
2	Lokasi Hotel Claro Makassar mudah di jangkau.					
3	Hotel Claro Makassar menyediakan ketersediaan lahan parkir.					
4	Hotel Claro Makassar mempunyai ukuran tempat yang luas.					
5	Lingkungan seputar Hotel Claro Makassar nyaman.					

Pernyataan Untuk Variabel Promosi

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Tampilan iklan Hotel Claro Makassar menarik sehingga tamu memilih menginap di Hotel Claro Makassar.					
2	Saya tertarik untuk menginap di Hotel Claro Makassar karena terdapat diskon/potongan harga.					
3	Informasi tentang Hotel Claro Makassar tersebar secara luas sehingga saya dengan mudah mengetahui tentang Hotel Claro Makassar.					
4	Informasi dari penjelasan yang diberikan baik secara langsung maupun tidak langsung, sangat menarik dan jelas.					

Pernyataan Untuk Variabel Proses

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Pelayanan yang diberikan karyawan baik dan cepat kepada konsumen.					
2	Merespon permintaan pengunjung secara tepat dan cepat atas segala keluhan konsumen.					
3	Informasi tentang Hotel Claro Makassar tersebar secara luas sehingga saya dengan mudah mengetahui tentang Hotel Claro Makassar.					
4	Informasi yang diberikan Hotel Claro Makassar melalui arah aktifitas dalam menunjang pelayanan sangat tepat.					

Pernyataan Untuk Variabel Orang

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Karyawan Hotel Claro Makassar memahami Hotel dengan baik.					
2	Tampilan karyawan Hotel Claro Makassar dalam bertugas menggunakan pakaian yang sopan, bersih dan rapi.					
3	Karyawan menggunakan komunikasi yang baik.					
4	Karyawan memberikan salam dalam menerima tamu.					

Pernyataan Untuk Variabel Bukti Fisik

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Dekorasi dan nuansa Hotel yang menarik.					
2	Kondisi ruangan yang bersih, rapi dan nyaman.					
3	Suara di Hotel Claro Makassar tidak mengganggu aktifitas.					
4	Aroma di Hotel Claro Makassar tidak mengganggu aktifitas.					
5	Pencahayaan di Hotel Claro Makassar sudah menyesuaikan keinginan konsumen dengan sangat baik.					
6	Pelatakan meja, layout ruangan dan sarana penunjang sudah sesuai keinginan konsumen.					

Pernyataan Untuk Variabel Daya Tarik

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Harga Kamar / Wedding yang ditawarkan sudah sesuai kualitas produk.					
2	Keunggulan Produk Kamar / Wedding memiliki fasilitas sesuai keinginan konsumen.					
3	Produk pendukung yang ada di Hotel Claro Makassar sudah sesuai seperti Kolam Renang, Wifi, Fitness, Restoran, Spa, dll.					

Pernyataan Untuk Variabel Kepuasan

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Kenyamanan, Keindahan, Keamanan, dan Pelayanan.					
2	Terpenuhinya harapan pelanggan.					
3	Perasaan puas pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan.					
4	Terkait dengan pilihan yang bagus, produk yang memuaskan, fasilitas fisik yang memuaskan, dan pelayanan yang memuaskan.					

Pernyataan Untuk Variabel Loyalitas Pelanggan

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Pembelian ulang secara teratur.					
2	Kekebalan terhadap tarikan dari pesaing atau tidak mudah berpengaruh oleh bujukan pesaing.					
3	Memberikan referensi kepada orang lain.					

Lampiran 3. Daftar Responden Pengguna Hotel Claro di Kota Makassar

No	Nama Lengkap:	Domisili :	Jenis Kelamin :	Usia :	Tingkat Pendidikan:	Pekerjaan :	Tingkat Pendapatan:	Penggunaan produk Hotel Claro Makassar (Kamar / Wedding) :	Tujuan anda menginap di Hotel Claro Makassar :	Sejak kapan anda memilih menginap di Hotel Claro Makassar :	Pengguna Produk :
1	SAL	Makassar	Perempuan	18-25 Tahun	S1	Karyawan / Staff	< 5 Juta	2 - 3 Kali	Wedding (Pesta Pernikahan)	2021 - 2022	Kamar
2	MHF	Makassar	Laki-laki	>55 tahun	S3	Dosen	5 - < 10 Juta	> 5 Kali	Kegiatan Kantor	2019 - 2020	Kamar
3	AMHR	Makassar	Laki-laki	18-25 Tahun	S1	Mahasiswa/l	0 (Belum Ada)	2 - 3 Kali	Bisnis	2021 - 2022	Kamar
4	DKAH	Makassar	Perempuan	26-35 Tahun	S2	Dokter	5 - < 10 Juta	2 - 3 Kali	Wedding (Pesta Pernikahan)	2019 - 2020	Wedding
5	MNIW	Pinrang	Laki-laki	18-25 Tahun	S1	PNS	< 5 Juta	2 - 3 Kali	Berlibur	2021 - 2022	Kamar
6	SAS	Makassar	Perempuan	18-25 Tahun	S1	Karyawan / Staff	< 5 Juta	2 - 3 Kali	Berlibur	2021 - 2022	Kamar
7	MLB	Makassar	Laki-laki	18-25 Tahun	S1	Karyawan / Staff	< 5 Juta	> 5 Kali	Berlibur	2021 - 2022	Kamar
8	MF	Makassar	Laki-laki	18-25 Tahun	SMA	Karyawan / Staff	< 5 Juta	2 - 3 Kali	Berlibur	2017 - 2018	Kamar
9	SMK	Makassar	Perempuan	18-25 Tahun	D3	Karyawan / Staff	5 - < 10 Juta	2 - 3 Kali	Berlibur	2021 - 2022	Kamar
10	AS	Makassar	Laki-laki	36-45 Tahun	S2	Dosen	5 - < 10 Juta	4 - 5 Kali	Wisuda	2021 - 2022	Kamar

Lampiran 3. Daftar Responden Pengguna Hotel Claro di Kota Makassar

No	Nama Lengkap:	Domisili :	Jenis Kelamin :	Usia :	Tingkat Pendidikan:	Pekerjaan :	Tingkat Pendapatan:	Penggunaan produk Hotel Claro Makassar (Kamar / Wedding) :	Tujuan anda menginap di Hotel Claro Makassar :	Sejak kapan anda memilih menginap di Hotel Claro Makassar :	Pengguna Produk :
11	AMRF	Makassar	Laki-laki	18-25 Tahun	S1	Karyawan / Staff	< 5 Juta	2 - 3 Kali	Berlibur	2021 - 2022	Kamar
12	AUA	Makassar	Perempuan	18-25 Tahun	S1	Bankir	< 5 Juta	2 - 3 Kali	Wisuda	2021 - 2022	Kamar
13	BA	Makassar	Laki-laki	36-45 Tahun	S2	PNS	10 - < 15 Juta	4 - 5 Kali	MEETING DAN WEDDING	2017-2021	Wedding
14	RAGR	Makassar	Laki-laki	18-25 Tahun	SMA	Karyawan / Staff	5 - < 10 Juta	2 - 3 Kali	Berlibur	2019 - 2020	Kamar
15	NAS	Makassar	Perempuan	18-25 Tahun	S1	freshgraduate	0 (Belum Ada)	2 - 3 Kali	Wisuda	2021 - 2022	Kamar
16	STR	Makassar	Perempuan	>55 tahun	S3	Dosen	10 - < 15 Juta	> 5 Kali	Wedding	2021 - 2022	Kamar
17	IM	Makassar	Laki-laki	46-55 Tahun	S2	Dosen	5 - < 10 Juta	2 - 3 Kali	Seminar	2017 - 2018	Kamar
18	YAP	Makassar	Laki-laki	18-25 Tahun	S1	Karyawan / Staff	< 5 Juta	2 - 3 Kali	Berlibur	2021 - 2022	Kamar
19	AE	Makassar	Laki-laki	26-35 Tahun	S2	Dosen	< 5 Juta	2 - 3 Kali	Seminar	2021 - 2022	Kamar
20	HSI	Makassar	Perempuan	46-55 Tahun	S1	Karyawan / Staff	< 5 Juta	4 - 5 Kali	Berlibur	2011 sampai 2022	Kamar
21	AHM	Morowali	Laki-laki	36-45 Tahun	S2	Dosen	5 - < 10 Juta	4 - 5 Kali	Raker (Rapat Kerja)	2019 - 2020	Kamar

Lampiran 3. Daftar Responden Pengguna Hotel Claro di Kota Makassar

No	Nama Lengkap:	Domisili :	Jenis Kelamin :	Usia :	Tingkat Pendidikan:	Pekerjaan :	Tingkat Pendapatan:	Penggunaan produk Hotel Claro Makassar (Kamar / Wedding) :	Tujuan anda menginap di Hotel Claro Makassar :	Sejak kapan anda memilih menginap di Hotel Claro Makassar :	Pengguna Produk :
22	NA	Makassar	Laki-laki	>55 tahun	S3	Dosen	10 - < 15 Juta	> 5 Kali	Kegiatan Kantor	2020 - 2022	Kamar
23	AI	Bone	Perempuan	18-25 Tahun	S1	Mahasiswa/I	0 (Belum Ada)	2 - 3 Kali	Berlibur	2017 - 2018	Kamar
24	AH	bungku, morowali	Perempuan	>55 tahun	S3	PNS	10 - < 15 Juta	2 - 3 Kali	Bisnis	2019 - 2020	Kamar
25	MAN	Makassar	Laki-laki	26-35 Tahun	S1	PNS	< 5 Juta	2 - 3 Kali	Kegiatan Kantor	2017 - 2018	Kamar
26	SFNB	Bontang	Perempuan	18-25 Tahun	S1	Dokter	5 - < 10 Juta	2 - 3 Kali	Berlibur	2021 - 2022	Kamar
27	AH	Malang	Laki-laki	18-25 Tahun	S1	Karyawan / Staff	< 5 Juta	2 - 3 Kali	Berlibur	2017 - 2018	Kamar
28	AD	Makassar	Perempuan	26-35 Tahun	S1	Dokter	< 5 Juta	2 - 3 Kali	Berlibur	2017 - 2018	Kamar
29	PU	Makassar	Perempuan	18-25 Tahun	S1	Dokter	< 5 Juta	2 - 3 Kali	Wisuda	2017 - 2018	Kamar
30	FP	Makassar	Perempuan	18-25 Tahun	S1	Dokter	< 5 Juta	2 - 3 Kali	Wedding (Pesta Pernikahan)	2021 - 2022	Wedding
31	HI	Makassar	Perempuan	>55 tahun	S2	Dosen	10 - < 15 Juta	> 5 Kali	Meeting kantor dll	Sudah berapa tahun	Wedding
32	KH	Makassar	Perempuan	18-25 Tahun	S1	Mahasiswa/I	0 (Belum Ada)	2 - 3 Kali	Berlibur	2021 - 2022	Kamar

Lampiran 3. Daftar Responden Pengguna Hotel Claro di Kota Makassar

No	Nama Lengkap:	Domisili :	Jenis Kelamin :	Usia :	Tingkat Pendidikan:	Pekerjaan :	Tingkat Pendapatan:	Penggunaan produk Hotel Claro Makassar (Kamar / Wedding) :	Tujuan anda menginap di Hotel Claro Makassar :	Sejak kapan anda memilih menginap di Hotel Claro Makassar :	Pengguna Produk :
33	YSB	Makassar	Perempuan	18-25 Tahun	S1	Mahasiswa/I	0 (Belum Ada)	2 - 3 Kali	Berlibur	2021 - 2022	Kamar
34	SK	Jakarta	Perempuan	36-45 Tahun	S1	Karyawan / Staff	15 - 20 Juta	2 - 3 Kali	Berlibur	2019 - 2020	Kamar
35	NDA	Makassar	Perempuan	18-25 Tahun	SMA	Mahasiswa/I	0 (Belum Ada)	2 - 3 Kali	Berlibur	2021 - 2022	Kamar
36	WI	Makassar	Perempuan	26-35 Tahun	S1	Dokter	0 (Belum Ada)	2 - 3 Kali	Seminar	2017 - 2018	Kamar
37	OPU	jenepono	Perempuan	26-35 Tahun	S1	Dokter	10 - < 15 Juta	> 5 Kali	Berlibur	2017 - 2018	Kamar
38	MLTY	Makassar	Laki-laki	18-25 Tahun	SMA	Mahasiswa/I	0 (Belum Ada)	2 - 3 Kali	Wedding (Pesta Pernikahan)	2019 - 2020	Kamar
39	SW	Maros	Perempuan	18-25 Tahun	S1	Mahasiswa/I	0 (Belum Ada)	2 - 3 Kali	Berlibur	2019 - 2020	Kamar
40	IR	Makassar	Perempuan	>55 tahun	S3	Dosen	5 - < 10 Juta	2 - 3 Kali	Kegiatan Kantor	2019 - 2020	Kamar
41	SU	Makassar	Perempuan	18-25 Tahun	S1	Karyawan / Staff	< 5 Juta	2 - 3 Kali	Kegiatan Kantor	2019 - 2020	Kamar
42	MS	Makassar	Laki-laki	46-55 Tahun	S1	Wiraswasta	10 - < 15 Juta	> 5 Kali	Berlibur	2021 - 2022	Kamar
43	IR	Tanah Grogot - Kaltim	Perempuan	46-55 Tahun	S2	PNS	> 20 Juta	> 5 Kali	Kegiatan Kantor	2017 - 2018	Kamar

Lampiran 3. Daftar Responden Pengguna Hotel Claro di Kota Makassar

No	Nama Lengkap:	Domisili :	Jenis Kelamin :	Usia :	Tingkat Pendidikan:	Pekerjaan :	Tingkat Pendapatan:	Penggunaan produk Hotel Claro Makassar (Kamar / Wedding) :	Tujuan anda menginap di Hotel Claro Makassar :	Sejak kapan anda memilih menginap di Hotel Claro Makassar :	Pengguna Produk :
44	STS	Makassar	Perempuan	>55 tahun	S3	Dosen	5 - < 10 Juta	4 - 5 Kali	Berlibur	2017, 2018, 2021	Kamar
45	SAL	Makassar	Perempuan	>55 tahun	S3	Dosen	15 - 20 Juta	> 5 Kali	Meeting	2017 - 2018	Kamar
46	IA	Makassar	Perempuan	26-35 Tahun	S2	Dosen	< 5 Juta	> 5 Kali	Wedding (Pesta Pernikahan)	2017 - 2018	Wedding
47	FS	Makassar	Laki-laki	26-35 Tahun	S1	Bankir	15 - 20 Juta	2 - 3 Kali	Berlibur	2017 - 2018	Kamar
48	NY	Makassar	Perempuan	>55 tahun	S3	Dosen	10 - < 15 Juta	4 - 5 Kali	Kegiatan Kantor	2019 - 2020	Kamar
49	SH	Makassar	Perempuan	>55 tahun	S1	Ibu rumah tangga	10 - < 15 Juta	2 - 3 Kali	Wedding (Pesta Pernikahan)	2017 - 2018	Wedding
50	ARIA	Makassar	Laki-laki	26-35 Tahun	S2	Karyawan / Staff	10 - < 15 Juta	> 5 Kali	Kegiatan Kantor	2017 - 2018	Kamar
51	WDM	Makassar	Perempuan	26-35 Tahun	S2	Dosen	< 5 Juta	2 - 3 Kali	Raker (Rapat Kerja)	2021 - 2022	Kamar
52	NAS	Makassar	Perempuan	18-25 Tahun	S1	Mahasiswa/I	< 5 Juta	4 - 5 Kali	Bisnis	2021 - 2022	Kamar
53	FRADA	Makassar	Perempuan	18-25 Tahun	S1	Bankir	< 5 Juta	2 - 3 Kali	Kegiatan Kantor	2017 - 2018	Kamar

Lampiran 3. Daftar Responden Pengguna Hotel Claro di Kota Makassar

No	Nama Lengkap:	Domisili :	Jenis Kelamin :	Usia :	Tingkat Pendidikan:	Pekerjaan :	Tingkat Pendapatan:	Penggunaan produk Hotel Claro Makassar (Kamar / Wedding) :	Tujuan anda menginap di Hotel Claro Makassar :	Sejak kapan anda memilih menginap di Hotel Claro Makassar :	Pengguna Produk :
54	RY	Kab.Sinjai	Perempuan	46-55 Tahun	S1	Wiraswasta	15 - 20 Juta	> 5 Kali	Berlibur	Sering	Kamar
55	NH	Sungguminasa	Perempuan	46-55 Tahun	S2	Dosen	15 - 20 Juta	4 - 5 Kali	Wedding (Pesta Pernikahan)	2017 - 2018	Kamar
56	RS	Luwu UTARA	Laki-laki	46-55 Tahun	SMA	Tenaga Pendamping Profesional Kemendes	< 5 Juta	2 - 3 Kali	Raker (Rapat Kerja)	2017 - 2018	Kamar
57	UFR	Jakarta	Perempuan	18-25 Tahun	S1	Karyawan / Staff	< 5 Juta	2 - 3 Kali	Wedding (Pesta Pernikahan)	2019 - 2020	Kamar
58	IL	Gowa	Laki-laki	26-35 Tahun	S1	Dokter	< 5 Juta	2 - 3 Kali	Wedding (Pesta Pernikahan)	2017 - 2018	Kamar
59	NAM	Makassar	Perempuan	46-55 Tahun	S1	IRT	< 5 Juta	4 - 5 Kali	Wedding (Pesta Pernikahan)	2019 - 2020	Kamar
60	AM	Makassar	Perempuan	46-55 Tahun	S3	Dosen	10 - < 15 Juta	> 5 Kali	Wedding (Pesta Pernikahan)	2019 - 2020	Kamar

Lampiran 3. Daftar Responden Pengguna Hotel Claro di Kota Makassar

No	Nama Lengkap:	Domisili :	Jenis Kelamin :	Usia :	Tingkat Pendidikan:	Pekerjaan :	Tingkat Pendapatan:	Penggunaan produk Hotel Claro Makassar (Kamar / Wedding) :	Tujuan anda menginap di Hotel Claro Makassar :	Sejak kapan anda memilih menginap di Hotel Claro Makassar :	Pengguna Produk :
61	LF	Makassar	Perempuan	46-55 Tahun	S3	Dosen	10 - < 15 Juta	2 - 3 Kali	Kegiatan Kantor	2017 - 2018	Kamar
62	RD	Makassar	Perempuan	>55 tahun	S3	Dosen	10 - < 15 Juta	> 5 Kali	Raker, meeting, liburan	Dibawah tahun 2017	Kamar
63	AF	Makassar	Perempuan	18-25 Tahun	S2	Bankir	< 5 Juta	2 - 3 Kali	Berlibur	2019 - 2020	Kamar
64	AB	Makassar	Laki-laki	>55 tahun	S3	Dosen	15 - 20 Juta	> 5 Kali	Kegiatan Kantor	2016 - 2022	Kamar
65	NI	Makassar	Perempuan	>55 tahun	S3	Dosen	10 - < 15 Juta	> 5 Kali	Wedding (Pesta Pernikahan)	Sejak sebelum beralih manajemen dari Clarion menjadi Claro	Kamar
66	RA	Makassar	Laki-laki	36-45 Tahun	S2	Dosen	5 - < 10 Juta	2 - 3 Kali	Raker (Rapat Kerja)	2021 - 2022	Kamar
67	RB	RSUD Taman Husada Bontang.	Perempuan	>55 tahun	S2	Dokter	> 20 Juta	4 - 5 Kali	Seminar	2019 - 2020	Kamar
68	MSB	Makassar	Laki-laki	18-25 Tahun	S1	Freelancer	< 5 Juta	2 - 3 Kali	Berlibur	2019 - 2020	Kamar

Lampiran 3. Daftar Responden Pengguna Hotel Claro di Kota Makassar

No	Nama Lengkap:	Domisili :	Jenis Kelamin :	Usia :	Tingkat Pendidikan:	Pekerjaan :	Tingkat Pendapatan:	Penggunaan produk Hotel Claro Makassar (Kamar / Wedding) :	Tujuan anda menginap di Hotel Claro Makassar :	Sejak kapan anda memilih menginap di Hotel Claro Makassar :	Pengguna Produk :
69	SWA	Palopo	Perempuan	36-45 Tahun	S1	PNS	5 - < 10 Juta	> 5 Kali	Meeting	2017 - 2018	Kamar
70	MAH	Makassar	Laki-laki	26-35 Tahun	S1	Karyawan / Staff	< 5 Juta	4 - 5 Kali	Kegiatan Kantor	2017 - 2018	Kamar
71	WM	Makassar	Laki-laki	18-25 Tahun	Kerja	Bankir	< 5 Juta	2 - 3 Kali	Wisuda	2021 - 2022	Kamar
72	AD	Makassar	Laki-laki	18-25 Tahun	S1	Wiraswasta	< 5 Juta	2 - 3 Kali	Berlibur	2017 - 2018	Kamar
73	DS	Makassar	Perempuan	26-35 Tahun	S2	PNS	< 5 Juta	2 - 3 Kali	Seminar	2017 - 2018	Wedding
74	AEP	Gowa	Perempuan	26-35 Tahun	S2	Apoteker	< 5 Juta	2 - 3 Kali	Wedding (Pesta Pernikahan)	2019 - 2020	Wedding
75	DNB	Makassar	Perempuan	18-25 Tahun	S2	Apoteker	< 5 Juta	2 - 3 Kali	Berlibur	2017 - 2018	Kamar
76	RAR	Makassar	Perempuan	18-25 Tahun	S1	Wiraswasta	< 5 Juta	> 5 Kali	Berlibur	2016-2022	Kamar
77	PM	Makassar	Perempuan	18-25 Tahun	S2	Apoteker	< 5 Juta	2 - 3 Kali	Kegiatan Kantor	2021 - 2022	Kamar
78	FRN	Makassar	Laki-laki	18-25 Tahun	S1	Bankir	< 5 Juta	4 - 5 Kali	Berlibur	2019 - 2020	Kamar
79	MHI	Makassar	Laki-laki	18-25 Tahun	S1	Driver Gojek	< 5 Juta	2 - 3 Kali	Berlibur	2021 - 2022	Kamar

Lampiran 3. Daftar Responden Pengguna Hotel Claro di Kota Makassar

No	Nama Lengkap:	Domisili :	Jenis Kelamin :	Usia :	Tingkat Pendidikan:	Pekerjaan :	Tingkat Pendapatan:	Penggunaan produk Hotel Claro Makassar (Kamar / Wedding) :	Tujuan anda menginap di Hotel Claro Makassar :	Sejak kapan anda memilih menginap di Hotel Claro Makassar :	Pengguna Produk :
80	RA	Bogor	Perempuan	>55 tahun	S3	Dosen	15 - 20 Juta	2 - 3 Kali	Meeting, wedding	2017 - 2018	Kamar
81	WZS	Makassar	Perempuan	46-55 Tahun	S1	PNS	5 - < 10 Juta	4 - 5 Kali	Kegiatan Kantor	2017 - 2018	Kamar
82	LHK	Makassar	Laki-laki	>55 tahun	S2	General Manager	> 20 Juta	2 - 3 Kali	Kegiatan Kantor	2021 - 2022	Kamar
83	RI	Bontang Kalimantan Timur	Perempuan	36-45 Tahun	D3	PNS	5 - < 10 Juta	2 - 3 Kali	Berlibur	2017 - 2018	Kamar
84	PTB	Makassar	Laki-laki	>55 tahun	S2	PNS	15 - 20 Juta	2 - 3 Kali	Kegiatan Kantor	2021 - 2022	Kamar
85	SES	Sungguminasa Gowa	Perempuan	>55 tahun	S2	Dosen	10 - < 15 Juta	2 - 3 Kali	Meeting	2014 sebelum berubah manajemen	Kamar
86	MIS	Makassar	Laki-laki	46-55 Tahun	S3	Dosen	10 - < 15 Juta	2 - 3 Kali	Wisuda	2021 - 2022	Kamar
87	MK	Makassar	Laki-laki	>55 tahun	S3	Dosen	10 - < 15 Juta	> 5 Kali	Kegiatan Kantor	2010 sampe sekarang	Kamar
88	KA	Makassar	Perempuan	46-55 Tahun	S1	Karyawan / Staff	5 - < 10 Juta	4 - 5 Kali	Wisuda	2017 - 2018	Kamar
89	NIQ	Makassar	Perempuan	46-55 Tahun	S1	Wiraswasta	5 - < 10 Juta	2 - 3 Kali	Wisuda	2021 - 2022	Kamar

Lampiran 3. Daftar Responden Pengguna Hotel Claro di Kota Makassar

No	Nama Lengkap:	Domisili :	Jenis Kelamin :	Usia :	Tingkat Pendidikan:	Pekerjaan :	Tingkat Pendapatan:	Penggunaan produk Hotel Claro Makassar (Kamar / Wedding) :	Tujuan anda menginap di Hotel Claro Makassar :	Sejak kapan anda memilih menginap di Hotel Claro Makassar :	Pengguna Produk :
90	SH	Makassar	Perempuan	>55 tahun	S3	Dosen	10 - < 15 Juta	> 5 Kali	Kegiatan Kantor	2016 - 2022	Kamar
91	EH	Makassar	Perempuan	46-55 Tahun	S1	Ibu rumahtangga	> 20 Juta	2 - 3 Kali	Wedding (Pesta Pernikahan)	2019 - 2020	Wedding
92	NAN	Makassar	Laki-laki	18-25 Tahun	S1	PNS	5 - < 10 Juta	> 5 Kali	Berlibur	2018-2022	Kamar
93	AA	Makassar	Perempuan	18-25 Tahun	SMA	Mahasiswa/l	0 (Belum Ada)	4 - 5 Kali	Berlibur	2017 - 2018	Kamar
94	MA	Makassar	Perempuan	18-25 Tahun	S1	Guru	< 5 Juta	2 - 3 Kali	Wedding (Pesta Pernikahan)	2021 - 2022	Kamar
95	HI	Maros	Perempuan	46-55 Tahun	S1	Karyawan / Staff	5 - < 10 Juta	> 5 Kali	Kegiatan Kantor	2017 - 2018	Kamar
96	NI	Makassar	Perempuan	>55 tahun	S3	Dosen	5 - < 10 Juta	4 - 5 Kali	Berlibur	2019 - 2020	Kamar
97	LMAM	Makassar	Laki-laki	26-35 Tahun	S2	Dosen	5 - < 10 Juta	2 - 3 Kali	Wedding (Pesta Pernikahan)	2019 - 2020	Wedding
98	MDF	Makassar	Laki-laki	18-25 Tahun	S1	Mahasiswa/l	< 5 Juta	4 - 5 Kali	Wisuda	2019 - 2020	Kamar
99	SWRI	Makassar	Perempuan	26-35 Tahun	S1	Pegawai Honorer	< 5 Juta	> 5 Kali	Berlibur	2017 - 2018	Kamar

Lampiran 3. Daftar Responden Pengguna Hotel Claro di Kota Makassar

No	Nama Lengkap:	Domisili :	Jenis Kelamin :	Usia :	Tingkat Pendidikan:	Pekerjaan :	Tingkat Pendapatan:	Penggunaan produk Hotel Claro Makassar (Kamar / Wedding) :	Tujuan anda menginap di Hotel Claro Makassar :	Sejak kapan anda memilih menginap di Hotel Claro Makassar :	Pengguna Produk :
100	IM	Makassar	Perempuan	46-55 Tahun	S1	PNS	10 - < 15 Juta	2 - 3 Kali	Berlibur	2017 - 2018	Kamar
101	MH	Makassar	Laki-laki	46-55 Tahun	S2	PNS	5 - < 10 Juta	4 – 5 Kali	Kegiatan Kantor	2019 - 2020	Kamar
102	AK	Makassar	Perempuan	46-55 Tahun	S3	Dosen	< 5 Juta	2 - 3 Kali	Wedding (Pesta Pernikahan)	2017 - 2018	Kamar
103	AM	Makassar	Perempuan	46-55 Tahun	S1	Wiraswasta	5 - < 10 Juta	2 - 3 Kali	Berlibur	2017 - 2018	Kamar
104	NNY	Makassar	Perempuan	46-55 Tahun	S1	ibu rumah tangga	dari penghasilan suami	> 5 Kali	acara keluarga	2019 - 2020	Kamar
105	HAB	Makassar	Perempuan	18-25 Tahun	S1	Karyawan / Staff	< 5 Juta	4 - 5 Kali	Wedding (Pesta Pernikahan)	2019 - 2020	Kamar
106	FH	Makassar	Perempuan	18-25 Tahun	S2	Karyawan / Staff	< 5 Juta	4 - 5 Kali	Berlibur	2017 - 2018	Kamar
107	AIA	Makassar	Perempuan	18-25 Tahun	S1	Karyawan / Staff	< 5 Juta	2 - 3 Kali	Berlibur	2021 - 2022	Kamar
108	SN	Makassar	Perempuan	18-25 Tahun	S1	Bankir	< 5 Juta	2 - 3 Kali	Kegiatan Kantor	2021 - 2022	Kamar

Lampiran 3. Daftar Responden Pengguna Hotel Claro di Kota Makassar

No	Nama Lengkap:	Domisili :	Jenis Kelamin :	Usia :	Tingkat Pendidikan:	Pekerjaan :	Tingkat Pendapatan:	Penggunaan produk Hotel Claro Makassar (Kamar / Wedding) :	Tujuan anda menginap di Hotel Claro Makassar :	Sejak kapan anda memilih menginap di Hotel Claro Makassar :	Pengguna Produk :
109	YE	Makassar	Perempuan	>55 tahun	S2	PNS	10 - < 15 Juta	2 - 3 Kali	Kegiatan Kantor	2017 - 2018	Kamar
110	UN	Makassar	Perempuan	18-25 Tahun	S1	Karyawan / Staff	< 5 Juta	> 5 Kali	Wisuda	2019 - 2020	Kamar

Lampiran 4. Hasil Kuesioner Variabel Produk

No	X1.1	X1.2	X1.3	Jumlah	Rata-rata
1	4	4	4	12	4,00
2	4	4	4	12	4,00
3	4	4	5	13	4,33
4	4	4	3	11	3,67
5	4	4	4	12	4,00
6	4	5	5	14	4,67
7	5	5	5	15	5,00
8	4	4	3	11	3,67
9	4	4	4	12	4,00
10	3	3	3	9	3,00
11	4	5	5	14	4,67
12	4	4	4	12	4,00
13	4	4	4	12	4,00
14	4	4	4	12	4,00
15	4	4	4	12	4,00
16	4	4	4	12	4,00
17	4	4	4	12	4,00
18	4	4	4	12	4,00
19	3	4	4	11	3,67
20	4	4	4	12	4,00
21	4	4	3	11	3,67
22	4	4	4	12	4,00
23	4	4	4	12	4,00
24	5	5	5	15	5,00
25	4	4	4	12	4,00
26	4	4	4	12	4,00
27	4	4	4	12	4,00
28	3	3	3	9	3,00
29	4	4	4	12	4,00
30	4	4	4	12	4,00
31	4	4	3	11	3,67
32	4	4	4	12	4,00
33	4	4	4	12	4,00
34	5	5	5	15	5,00
35	4	4	4	12	4,00
36	3	3	3	9	3,00
37	5	5	5	15	5,00
38	5	5	5	15	5,00
39	4	4	4	12	4,00
40	4	5	5	14	4,67
41	4	5	5	14	4,67
42	4	4	4	12	4,00

No	X1.1	X1.2	X1.3	Jumlah	Rata-rata
43	4	4	4	12	4,00
44	5	5	4	14	4,67
45	4	4	4	12	4,00
46	5	5	5	15	5,00
47	4	3	4	11	3,67
48	4	4	4	12	4,00
49	4	4	4	12	4,00
50	4	4	5	13	4,33
51	5	4	5	14	4,67
52	5	5	5	15	5,00
53	4	4	5	13	4,33
54	5	5	5	15	5,00
55	4	4	4	12	4,00
56	5	5	5	15	5,00
57	4	4	4	12	4,00
58	4	4	4	12	4,00
59	2	3	3	8	2,67
60	4	4	4	12	4,00
61	4	3	3	10	3,33
62	4	4	4	12	4,00
63	5	5	5	15	5,00
64	4	4	4	12	4,00
65	4	4	4	12	4,00
66	4	4	5	13	4,33
67	5	4	4	13	4,33
68	5	5	5	15	5,00
69	4	5	5	14	4,67
70	4	4	4	12	4,00
71	3	3	3	9	3,00
72	4	4	4	12	4,00
73	5	4	4	13	4,33
74	5	5	5	15	5,00
75	4	4	5	13	4,33
76	4	4	5	13	4,33
77	5	5	5	15	5,00
78	5	5	5	15	5,00
79	4	4	4	12	4,00
80	3	4	3	10	3,33
81	4	5	4	13	4,33
82	4	4	5	13	4,33
83	5	5	4	14	4,67
84	4	4	4	12	4,00

No	X1.1	X1.2	X1.3	Jumlah	Rata-rata
85	4	5	5	14	4,67
86	4	5	5	14	4,67
87	5	5	5	15	5,00
88	3	4	3	10	3,33
89	4	3	4	11	3,67
90	3	3	3	9	3,00
91	4	4	4	12	4,00
92	4	4	4	12	4,00
93	4	4	4	12	4,00
94	4	4	5	13	4,33
95	4	5	4	13	4,33
96	4	4	3	11	3,67
97	4	5	4	13	4,33
98	4	4	3	11	3,67
99	4	4	4	12	4,00
100	4	4	4	12	4,00
101	4	4	5	13	4,33
102	4	4	4	12	4,00
103	4	5	5	14	4,67
104	4	3	4	11	3,67
105	3	4	3	10	3,33
106	4	4	5	13	4,33
107	3	3	3	9	3,00
108	4	4	4	12	4,00
109	3	4	4	11	3,67
110	4	4	4	12	4,00

Lampiran 5. Hasil Kuesioner Variabel Harga

No	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Jumlah	Rata-rata
1	4	4	4	4	16	4,00
2	4	4	4	4	16	4,00
3	4	4	4	5	17	4,25
4	4	4	4	4	16	4,00
5	5	4	4	4	17	4,25
6	5	4	4	5	18	4,50
7	5	5	5	5	20	5,00
8	3	3	4	5	15	3,75
9	5	4	3	4	16	4,00
10	3	3	3	4	13	3,25
11	4	5	5	4	18	4,50
12	4	4	4	4	16	4,00
13	4	4	4	4	16	4,00
14	4	4	4	4	16	4,00
15	4	4	5	3	16	4,00
16	4	4	4	4	16	4,00
17	4	4	4	4	16	4,00
18	3	4	4	4	15	3,75
19	4	3	4	4	15	3,75
20	4	4	4	4	16	4,00
21	4	3	4	4	15	3,75
22	3	4	4	4	15	3,75
23	4	4	4	4	16	4,00
24	5	5	5	5	20	5,00
25	3	4	4	5	16	4,00
26	4	4	4	4	16	4,00
27	4	4	4	3	15	3,75
28	3	3	3	3	12	3,00
29	4	3	4	4	15	3,75
30	4	4	4	3	15	3,75
31	3	3	3	3	12	3,00
32	4	4	4	5	17	4,25
33	4	4	4	4	16	4,00
34	5	5	5	5	20	5,00
35	4	4	4	4	16	4,00
36	3	3	3	4	13	3,25
37	5	4	5	5	19	4,75
38	5	5	5	5	20	5,00
39	4	4	3	4	15	3,75
40	4	4	5	5	18	4,50
41	5	4	5	4	18	4,50
42	4	3	4	4	15	3,75

No	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Jumlah	Rata-rata
43	4	4	4	4	16	4,00
44	4	5	5	4	18	4,50
45	4	3	5	4	16	4,00
46	5	5	5	5	20	5,00
47	4	4	4	3	15	3,75
48	4	4	4	4	16	4,00
49	4	4	4	4	16	4,00
50	5	4	4	5	18	4,50
51	5	4	4	5	18	4,50
52	5	5	5	5	20	5,00
53	4	3	5	5	17	4,25
54	5	5	5	5	20	5,00
55	5	4	4	5	18	4,50
56	5	5	5	5	20	5,00
57	4	4	4	4	16	4,00
58	4	3	4	4	15	3,75
59	2	3	3	3	11	2,75
60	4	4	4	5	17	4,25
61	3	3	3	4	13	3,25
62	4	4	4	4	16	4,00
63	5	5	5	5	20	5,00
64	4	4	4	4	16	4,00
65	5	3	4	4	16	4,00
66	5	4	4	4	17	4,25
67	4	4	4	4	16	4,00
68	5	5	5	4	19	4,75
69	4	5	4	5	18	4,50
70	5	4	4	4	17	4,25
71	3	3	3	3	12	3,00
72	3	3	4	4	14	3,50
73	4	3	4	4	15	3,75
74	4	5	5	5	19	4,75
75	4	4	4	4	16	4,00
76	5	4	4	5	18	4,50
77	5	5	4	4	18	4,50
78	5	5	5	5	20	5,00
79	4	4	4	4	16	4,00
80	3	4	4	3	14	3,50
81	4	3	3	4	14	3,50
82	5	5	4	4	18	4,50
83	4	4	4	4	16	4,00
84	4	4	4	4	16	4,00

No	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Jumlah	Rata-rata
85	4	4	4	4	16	4,00
86	5	5	5	4	19	4,75
87	5	5	5	5	20	5,00
88	2	3	3	4	12	3,00
89	3	3	4	3	13	3,25
90	3	3	3	3	12	3,00
91	3	4	4	3	14	3,50
92	4	4	4	4	16	4,00
93	5	4	4	5	18	4,50
94	4	3	4	4	15	3,75
95	4	5	4	4	17	4,25
96	5	4	4	4	17	4,25
97	4	3	3	4	14	3,50
98	3	4	4	3	14	3,50
99	3	3	3	4	13	3,25
100	4	4	4	4	16	4,00
101	4	3	4	5	16	4,00
102	4	3	3	3	13	3,25
103	4	4	5	5	18	4,50
104	4	4	4	4	16	4,00
105	3	4	4	3	14	3,50
106	4	3	5	4	16	4,00
107	4	3	3	3	13	3,25
108	4	2	3	5	14	3,50
109	4	3	3	3	13	3,25
110	5	5	5	5	20	5,00

Lampiran 6. Hasil Kuesioner Variabel Tempat

No	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	Jumlah	Rata-rata
1	5	5	4	5	4	23	4,60
2	5	5	5	5	5	25	5,00
3	5	5	5	4	5	24	4,80
4	4	4	2	4	4	18	3,60
5	5	5	5	4	5	24	4,80
6	5	5	4	4	4	22	4,40
7	5	5	1	5	5	21	4,20
8	5	5	5	5	5	25	5,00
9	5	5	5	5	5	25	5,00
10	4	3	3	3	3	16	3,20
11	4	4	3	2	5	18	3,60
12	5	5	3	4	5	22	4,40
13	4	4	4	4	4	20	4,00
14	4	4	4	4	4	20	4,00
15	4	4	5	5	4	22	4,40
16	5	5	4	3	4	21	4,20
17	4	4	4	4	4	20	4,00
18	4	5	4	5	4	22	4,40
19	5	5	4	4	4	22	4,40
20	5	5	5	5	4	24	4,80
21	4	4	2	3	3	16	3,20
22	5	4	3	3	4	19	3,80
23	5	5	4	4	5	23	4,60
24	5	5	5	5	5	25	5,00
25	5	5	5	5	5	25	5,00
26	4	4	4	4	4	20	4,00
27	5	4	5	4	4	22	4,40
28	5	5	5	4	3	22	4,40
29	5	5	5	4	4	23	4,60
30	5	5	3	2	4	19	3,80
31	4	4	3	3	3	17	3,40
32	4	4	5	5	5	23	4,60
33	4	5	5	4	4	22	4,40
34	5	5	5	5	5	25	5,00
35	5	5	5	5	5	25	5,00
36	4	4	4	4	4	20	4,00
37	4	5	4	4	4	21	4,20
38	5	5	5	5	5	25	5,00
39	5	5	5	4	4	23	4,60
40	4	5	4	5	4	22	4,40
41	5	5	4	4	5	23	4,60
42	4	3	2	3	3	15	3,00

No	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	Jumlah	Rata-rata
43	4	4	5	5	5	23	4,60
44	5	5	5	5	5	25	5,00
45	5	5	2	3	2	17	3,40
46	5	5	5	5	5	25	5,00
47	4	4	4	4	4	20	4,00
48	4	3	3	5	3	18	3,60
49	5	5	5	5	5	25	5,00
50	5	5	3	4	1	18	3,60
51	5	5	5	5	5	25	5,00
52	5	5	5	5	5	25	5,00
53	4	5	5	5	5	24	4,80
54	5	5	5	5	5	25	5,00
55	5	5	4	4	5	23	4,60
56	5	5	5	5	5	25	5,00
57	5	5	4	5	5	24	4,80
58	5	5	5	5	4	24	4,80
59	1	1	2	2	2	8	1,60
60	5	5	4	5	5	24	4,80
61	4	4	4	4	3	19	3,80
62	5	5	4	4	4	22	4,40
63	5	5	5	5	5	25	5,00
64	5	5	4	4	4	22	4,40
65	4	4	3	2	3	16	3,20
66	5	5	3	4	5	22	4,40
67	5	5	5	4	5	24	4,80
68	5	5	4	4	5	23	4,60
69	5	5	5	5	4	24	4,80
70	4	5	4	4	4	21	4,20
71	5	4	3	4	3	19	3,80
72	4	4	4	5	5	22	4,40
73	5	5	3	4	4	21	4,20
74	5	5	5	5	5	25	5,00
75	5	5	5	5	5	25	5,00
76	5	5	5	5	5	25	5,00
77	5	4	5	4	5	23	4,60
78	5	5	5	5	5	25	5,00
79	4	4	4	4	4	20	4,00
80	4	5	4	4	4	21	4,20
81	4	4	5	5	4	22	4,40
82	5	5	5	5	4	24	4,80
83	5	4	5	5	5	24	4,80
84	5	5	5	4	4	23	4,60

No	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	Jumlah	Rata-rata
85	5	5	4	5	5	24	4,80
86	5	5	4	5	4	23	4,60
87	5	5	5	5	5	25	5,00
88	4	4	4	3	4	19	3,80
89	5	5	5	5	4	24	4,80
90	3	3	3	3	3	15	3,00
91	5	4	3	3	4	19	3,80
92	4	4	4	4	4	20	4,00
93	5	5	5	5	5	25	5,00
94	4	4	4	4	4	20	4,00
95	5	5	4	4	5	23	4,60
96	5	5	3	4	4	21	4,20
97	4	4	2	5	5	20	4,00
98	5	4	3	4	4	20	4,00
99	5	5	5	5	5	25	5,00
100	4	4	4	4	4	20	4,00
101	5	5	5	5	5	25	5,00
102	5	5	4	4	4	22	4,40
103	3	4	3	4	4	18	3,60
104	4	4	4	4	4	20	4,00
105	4	4	5	5	4	22	4,40
106	5	5	5	5	5	25	5,00
107	4	3	4	3	3	17	3,40
108	5	5	5	5	5	25	5,00
109	5	5	4	5	4	23	4,60
110	4	4	3	4	4	19	3,80

Lampiran 7. Hasil Kuesioner Variabel Promosi

No	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	Jumlah	Rata-rata
1	3	3	4	3	13	3,25
2	3	3	3	3	12	3,00
3	5	5	5	5	20	5,00
4	4	5	5	4	18	4,50
5	4	4	5	4	17	4,25
6	4	4	5	4	17	4,25
7	5	1	5	5	16	4,00
8	4	5	5	5	19	4,75
9	4	4	5	5	18	4,50
10	3	4	3	3	13	3,25
11	4	5	4	4	17	4,25
12	4	4	4	4	16	4,00
13	4	3	3	3	13	3,25
14	5	5	5	5	20	5,00
15	4	4	5	4	17	4,25
16	4	4	4	4	16	4,00
17	4	4	4	4	16	4,00
18	3	3	4	4	14	3,50
19	4	4	3	3	14	3,50
20	4	2	4	4	14	3,50
21	3	2	2	2	9	2,25
22	4	3	4	4	15	3,75
23	3	5	5	4	17	4,25
24	5	1	5	5	16	4,00
25	4	4	5	4	17	4,25
26	4	4	4	4	16	4,00
27	3	3	3	3	12	3,00
28	2	2	3	3	10	2,50
29	4	3	4	4	15	3,75
30	3	3	3	4	13	3,25
31	3	2	5	4	14	3,50
32	4	5	4	5	18	4,50
33	4	4	4	4	16	4,00
34	5	5	5	5	20	5,00
35	3	3	4	4	14	3,50
36	3	3	3	3	12	3,00
37	4	4	4	4	16	4,00
38	5	5	5	5	20	5,00
39	4	3	4	4	15	3,75
40	5	5	5	4	19	4,75
41	5	5	5	4	19	4,75
42	4	5	3	4	16	4,00

No	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	Jumlah	Rata-rata
43	4	5	4	4	17	4,25
44	4	5	5	4	18	4,50
45	1	2	2	3	8	2,00
46	5	5	5	5	20	5,00
47	4	3	4	4	15	3,75
48	3	5	4	4	16	4,00
49	4	4	4	4	16	4,00
50	3	5	4	3	15	3,75
51	4	4	4	4	16	4,00
52	5	5	5	5	20	5,00
53	4	3	4	4	15	3,75
54	5	5	5	5	20	5,00
55	4	5	5	5	19	4,75
56	5	3	5	5	18	4,50
57	4	5	5	5	19	4,75
58	3	5	3	3	14	3,50
59	1	2	2	3	8	2,00
60	5	3	4	4	16	4,00
61	4	3	4	4	15	3,75
62	4	4	4	4	16	4,00
63	5	5	5	5	20	5,00
64	4	3	4	4	15	3,75
65	4	5	4	4	17	4,25
66	4	4	3	3	14	3,50
67	4	5	5	4	18	4,50
68	4	4	4	5	17	4,25
69	4	5	5	5	19	4,75
70	5	4	5	4	18	4,50
71	3	3	4	3	13	3,25
72	3	3	2	3	11	2,75
73	4	5	4	3	16	4,00
74	5	5	5	5	20	5,00
75	5	4	4	4	17	4,25
76	4	4	5	5	18	4,50
77	4	5	3	4	16	4,00
78	5	5	5	5	20	5,00
79	4	4	4	4	16	4,00
80	3	4	4	3	14	3,50
81	4	5	5	5	19	4,75
82	5	4	4	4	17	4,25
83	5	4	5	4	18	4,50
84	5	4	5	4	18	4,50

No	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	Jumlah	Rata-rata
85	4	5	5	4	18	4,50
86	4	5	5	4	18	4,50
87	5	5	5	5	20	5,00
88	3	3	3	3	12	3,00
89	5	3	3	3	14	3,50
90	3	3	3	2	11	2,75
91	4	2	4	3	13	3,25
92	4	4	4	4	16	4,00
93	4	5	4	5	18	4,50
94	2	4	2	4	12	3,00
95	4	5	4	4	17	4,25
96	5	5	3	3	16	4,00
97	4	5	5	5	19	4,75
98	4	3	5	5	17	4,25
99	3	2	3	4	12	3,00
100	3	4	4	4	15	3,75
101	5	4	5	5	19	4,75
102	3	4	4	5	16	4,00
103	4	4	5	3	16	4,00
104	4	4	4	4	16	4,00
105	3	2	5	4	14	3,50
106	4	5	5	5	19	4,75
107	3	3	5	3	14	3,50
108	4	4	4	4	16	4,00
109	3	4	5	3	15	3,75
110	4	4	4	4	16	4,00

Lampiran 8. Hasil Kuesioner Variabel Proses

No	X5.1	X5.2	X5.3	X5.4	Jumlah	Rata-rata
1	4	4	3	3	14	3,50
2	4	4	3	4	15	3,75
3	5	5	5	4	19	4,75
4	4	4	5	4	17	4,25
5	5	5	5	5	20	5,00
6	4	5	4	5	18	4,50
7	5	5	5	5	20	5,00
8	4	4	5	5	18	4,50
9	5	5	5	5	20	5,00
10	3	3	3	3	12	3,00
11	5	4	4	4	17	4,25
12	4	4	4	4	16	4,00
13	4	4	3	4	15	3,75
14	5	5	5	5	20	5,00
15	4	4	5	4	17	4,25
16	5	4	5	4	18	4,50
17	4	4	4	4	16	4,00
18	4	3	4	3	14	3,50
19	4	4	3	4	15	3,75
20	3	3	4	3	13	3,25
21	4	4	3	3	14	3,50
22	5	4	4	4	17	4,25
23	5	5	5	5	20	5,00
24	5	5	5	5	20	5,00
25	4	4	4	3	15	3,75
26	4	4	4	4	16	4,00
27	5	4	5	4	18	4,50
28	3	3	3	3	12	3,00
29	4	4	4	4	16	4,00
30	4	4	4	4	16	4,00
31	3	3	4	4	14	3,50
32	5	4	5	5	19	4,75
33	4	4	4	4	16	4,00
34	5	5	5	5	20	5,00
35	5	4	5	3	17	4,25
36	3	3	3	3	12	3,00
37	4	3	4	4	15	3,75
38	5	5	5	5	20	5,00
39	3	3	4	4	14	3,50
40	4	5	5	4	18	4,50
41	5	5	5	5	20	5,00
42	4	3	3	2	12	3,00

No	X5.1	X5.2	X5.3	X5.4	Jumlah	Rata-rata
43	4	4	4	4	16	4,00
44	4	5	4	5	18	4,50
45	4	4	4	3	15	3,75
46	5	5	5	5	20	5,00
47	4	4	5	5	18	4,50
48	4	3	4	3	14	3,50
49	5	5	5	5	20	5,00
50	4	4	4	4	16	4,00
51	4	4	5	4	17	4,25
52	5	5	5	5	20	5,00
53	5	5	4	4	18	4,50
54	5	5	5	5	20	5,00
55	4	4	5	4	17	4,25
56	5	5	5	5	20	5,00
57	4	4	4	4	16	4,00
58	5	5	4	5	19	4,75
59	3	2	2	2	9	2,25
60	5	5	4	5	19	4,75
61	4	4	4	4	16	4,00
62	4	4	3	4	15	3,75
63	5	5	5	5	20	5,00
64	4	4	4	3	15	3,75
65	5	5	4	4	18	4,50
66	5	3	3	4	15	3,75
67	4	5	5	4	18	4,50
68	5	5	4	5	19	4,75
69	5	5	5	5	20	5,00
70	4	4	4	4	16	4,00
71	3	3	3	3	12	3,00
72	3	4	3	4	14	3,50
73	4	4	4	3	15	3,75
74	5	5	5	5	20	5,00
75	4	4	4	4	16	4,00
76	5	5	5	5	20	5,00
77	4	4	4	4	16	4,00
78	5	5	5	5	20	5,00
79	4	4	4	4	16	4,00
80	4	4	4	4	16	4,00
81	5	4	4	4	17	4,25
82	5	5	4	4	18	4,50
83	5	5	4	5	19	4,75
84	5	5	5	5	20	5,00

No	X5.1	X5.2	X5.3	X5.4	Jumlah	Rata-rata
85	4	4	4	5	17	4,25
86	5	5	5	5	20	5,00
87	4	5	5	5	19	4,75
88	4	4	3	4	15	3,75
89	4	3	4	3	14	3,50
90	3	3	3	3	12	3,00
91	4	3	4	3	14	3,50
92	4	4	4	4	16	4,00
93	4	4	5	4	17	4,25
94	4	4	2	3	13	3,25
95	5	4	4	5	18	4,50
96	4	4	3	4	15	3,75
97	4	4	4	4	16	4,00
98	5	4	4	3	16	4,00
99	4	4	4	4	16	4,00
100	4	4	4	4	16	4,00
101	5	5	5	5	20	5,00
102	5	3	3	3	14	3,50
103	3	3	4	4	14	3,50
104	4	4	4	4	16	4,00
105	3	3	3	3	12	3,00
106	4	4	4	5	17	4,25
107	3	3	5	3	14	3,50
108	4	4	4	4	16	4,00
109	4	3	5	3	15	3,75
110	4	4	4	4	16	4,00

Lampiran 9. Hasil Kuesioner Variabel Orang

No	X6.1	X6.2	X6.3	X6.4	Jumlah	Rata-rata
1	4	4	4	4	16	4,00
2	4	4	5	5	18	4,50
3	5	4	4	4	17	4,25
4	4	4	4	4	16	4,00
5	5	5	5	5	20	5,00
6	4	4	5	5	18	4,50
7	5	5	5	5	20	5,00
8	5	5	5	5	20	5,00
9	5	5	5	5	20	5,00
10	4	3	3	4	14	3,50
11	5	4	5	3	17	4,25
12	5	5	5	5	20	5,00
13	4	4	4	4	16	4,00
14	4	4	5	5	18	4,50
15	4	4	4	4	16	4,00
16	4	5	5	5	19	4,75
17	4	4	4	4	16	4,00
18	4	4	4	4	16	4,00
19	4	5	5	5	19	4,75
20	4	4	4	4	16	4,00
21	4	4	4	4	16	4,00
22	4	4	5	5	18	4,50
23	5	5	5	5	20	5,00
24	5	5	5	5	20	5,00
25	4	5	5	5	19	4,75
26	4	5	5	5	19	4,75
27	4	4	4	4	16	4,00
28	3	3	3	3	12	3,00
29	4	4	4	4	16	4,00
30	4	4	4	4	16	4,00
31	4	4	4	4	16	4,00
32	4	5	4	4	17	4,25
33	4	5	4	4	17	4,25
34	5	5	5	5	20	5,00
35	4	5	5	5	19	4,75
36	4	4	4	4	16	4,00
37	5	4	4	4	17	4,25
38	5	5	5	5	20	5,00
39	4	5	5	4	18	4,50
40	5	5	5	5	20	5,00
41	4	5	5	4	18	4,50
42	4	5	4	5	18	4,50

No	X6.1	X6.2	X6.3	X6.4	Jumlah	Rata-rata
43	4	4	4	4	16	4,00
44	5	5	4	4	18	4,50
45	5	5	5	5	20	5,00
46	5	5	5	5	20	5,00
47	4	4	4	5	17	4,25
48	3	5	4	5	17	4,25
49	4	4	4	5	17	4,25
50	4	5	4	5	18	4,50
51	5	5	4	5	19	4,75
52	5	5	5	5	20	5,00
53	5	5	5	5	20	5,00
54	5	5	5	5	20	5,00
55	5	5	5	5	20	5,00
56	5	5	5	5	20	5,00
57	4	4	4	4	16	4,00
58	5	5	5	5	20	5,00
59	2	2	2	1	7	1,75
60	5	5	5	5	20	5,00
61	4	4	4	4	16	4,00
62	4	4	4	5	17	4,25
63	5	5	5	5	20	5,00
64	4	4	4	4	16	4,00
65	4	5	5	5	19	4,75
66	4	4	4	3	15	3,75
67	4	4	4	5	17	4,25
68	5	5	3	4	17	4,25
69	4	5	5	5	19	4,75
70	5	5	5	3	18	4,50
71	3	4	4	4	15	3,75
72	4	4	4	4	16	4,00
73	4	5	4	4	17	4,25
74	5	5	5	5	20	5,00
75	5	4	5	5	19	4,75
76	4	4	5	5	18	4,50
77	5	4	4	4	17	4,25
78	5	5	5	5	20	5,00
79	4	4	4	4	16	4,00
80	4	5	4	5	18	4,50
81	4	4	4	4	16	4,00
82	5	5	5	5	20	5,00
83	5	5	5	5	20	5,00
84	5	5	4	4	18	4,50

No	X6.1	X6.2	X6.3	X6.4	Jumlah	Rata-rata
85	5	5	4	5	19	4,75
86	5	4	4	5	18	4,50
87	5	4	4	5	18	4,50
88	3	4	4	4	15	3,75
89	4	3	3	4	14	3,50
90	3	2	2	3	10	2,50
91	4	4	4	4	16	4,00
92	4	4	4	4	16	4,00
93	4	5	5	4	18	4,50
94	4	4	4	4	16	4,00
95	4	5	4	5	18	4,50
96	5	5	4	5	19	4,75
97	4	5	5	5	19	4,75
98	5	4	5	5	19	4,75
99	4	4	4	4	16	4,00
100	4	4	4	4	16	4,00
101	5	5	5	5	20	5,00
102	4	5	4	5	18	4,50
103	4	4	3	4	15	3,75
104	4	4	4	4	16	4,00
105	3	4	3	3	13	3,25
106	4	5	4	5	18	4,50
107	3	3	3	3	12	3,00
108	4	4	4	4	16	4,00
109	5	5	5	4	19	4,75
110	4	5	5	5	19	4,75

Lampiran 10. Hasil Kuesioner Variabel Bukti Fisik

No	X7.1	X7.2	X7.3	X7.4	X7.5	X7.6	Jumlah	Rata-rata
1	4	4	3	4	3	4	22	3,67
2	3	4	4	4	4	5	24	4,00
3	4	5	5	5	4	5	28	4,67
4	4	4	4	4	4	4	24	4,00
5	4	4	5	5	5	4	27	4,50
6	5	5	4	4	4	4	26	4,33
7	5	5	5	5	5	5	30	5,00
8	4	5	5	5	4	4	27	4,50
9	5	5	5	5	5	5	30	5,00
10	4	4	4	3	4	4	23	3,83
11	4	5	4	5	5	5	28	4,67
12	4	4	3	4	4	4	23	3,83
13	4	4	4	4	4	4	24	4,00
14	5	5	5	4	4	4	27	4,50
15	4	4	5	4	4	4	25	4,17
16	3	4	4	5	3	4	23	3,83
17	4	4	4	4	4	4	24	4,00
18	3	4	4	3	3	3	20	3,33
19	4	5	4	4	4	4	25	4,17
20	4	4	3	4	4	4	23	3,83
21	4	4	4	4	4	4	24	4,00
22	4	4	4	4	4	4	24	4,00
23	4	5	4	4	4	4	25	4,17
24	5	5	5	5	5	5	30	5,00
25	5	5	5	5	5	4	29	4,83
26	5	5	5	5	5	4	29	4,83
27	4	4	4	4	4	3	23	3,83
28	3	3	3	3	3	3	18	3,00
29	3	4	4	4	3	3	21	3,50
30	4	4	4	4	4	4	24	4,00
31	3	3	4	4	3	3	20	3,33
32	4	4	4	5	5	4	26	4,33
33	4	5	4	4	4	4	25	4,17
34	5	5	5	5	5	5	30	5,00
35	3	4	4	5	5	2	23	3,83
36	4	4	4	4	4	4	24	4,00
37	4	5	4	4	5	4	26	4,33
38	5	5	5	5	5	5	30	5,00
39	4	4	4	4	4	4	24	4,00
40	4	4	4	4	4	4	24	4,00
41	5	4	3	4	3	3	22	3,67
42	3	4	4	4	3	3	21	3,50

No	X7.1	X7.2	X7.3	X7.4	X7.5	X7.6	Jumlah	Rata-rata
43	5	5	5	5	5	5	30	5,00
44	4	5	5	5	5	5	29	4,83
45	4	4	5	5	5	4	27	4,50
46	5	5	5	5	5	5	30	5,00
47	3	4	4	4	4	4	23	3,83
48	4	4	4	4	4	4	24	4,00
49	5	4	4	4	4	4	25	4,17
50	5	5	5	4	5	5	29	4,83
51	4	5	4	4	4	5	26	4,33
52	5	5	5	5	5	5	30	5,00
53	4	5	5	5	4	4	27	4,50
54	5	5	5	5	5	5	30	5,00
55	4	4	5	5	5	4	27	4,50
56	5	5	5	5	5	5	30	5,00
57	4	4	4	4	4	4	24	4,00
58	4	5	4	5	4	4	26	4,33
59	2	2	2	2	2	2	12	2,00
60	4	4	5	3	4	5	25	4,17
61	4	4	3	4	4	4	23	3,83
62	4	4	2	3	3	4	20	3,33
63	5	5	5	5	5	5	30	5,00
64	4	4	4	4	4	4	24	4,00
65	3	4	4	4	3	3	21	3,50
66	5	5	4	4	4	3	25	4,17
67	4	4	4	4	4	4	24	4,00
68	5	4	3	4	5	3	24	4,00
69	5	5	5	5	5	4	29	4,83
70	5	5	4	4	4	4	26	4,33
71	3	3	3	4	3	3	19	3,17
72	5	5	4	4	4	4	26	4,33
73	4	5	4	4	5	5	27	4,50
74	5	5	5	5	5	5	30	5,00
75	5	4	4	4	5	4	26	4,33
76	4	5	4	4	4	4	25	4,17
77	4	4	4	4	5	5	26	4,33
78	5	5	5	5	5	5	30	5,00
79	4	4	4	4	4	4	24	4,00
80	3	4	3	4	3	4	21	3,50
81	4	4	3	4	4	4	23	3,83
82	4	5	4	5	5	4	27	4,50
83	4	4	4	5	4	4	25	4,17
84	4	5	4	4	4	5	26	4,33

Lampiran 11. Hasil Kuesioner Variabel Daya Tarik

No	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Jumlah	Rata-rata
1	4	4	5	13	4,33
2	5	5	5	15	5,00
3	4	5	4	13	4,33
4	4	3	4	11	3,67
5	4	4	4	12	4,00
6	4	4	4	12	4,00
7	5	5	5	15	5,00
8	4	4	5	13	4,33
9	5	5	5	15	5,00
10	3	3	3	9	3,00
11	5	5	4	14	4,67
12	4	4	4	12	4,00
13	4	4	4	12	4,00
14	4	4	4	12	4,00
15	4	4	4	12	4,00
16	4	4	4	12	4,00
17	4	4	4	12	4,00
18	3	3	4	10	3,33
19	4	4	5	13	4,33
20	3	3	4	10	3,33
21	3	3	3	9	3,00
22	4	4	4	12	4,00
23	4	5	5	14	4,67
24	5	5	5	15	5,00
25	4	4	5	13	4,33
26	4	4	5	13	4,33
27	4	4	4	12	4,00
28	3	3	3	9	3,00
29	3	4	4	11	3,67
30	5	4	5	14	4,67
31	3	3	3	9	3,00
32	5	4	4	13	4,33
33	4	5	4	13	4,33
34	5	5	5	15	5,00
35	2	4	5	11	3,67
36	4	4	3	11	3,67
37	4	4	5	13	4,33
38	5	5	5	15	5,00
39	5	5	5	15	5,00
40	4	4	5	13	4,33
41	5	5	3	13	4,33
42	4	4	4	12	4,00

No	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Jumlah	Rata-rata
43	5	5	5	15	5,00
44	5	5	5	15	5,00
45	4	4	4	12	4,00
46	5	5	5	15	5,00
47	4	4	4	12	4,00
48	4	4	4	12	4,00
49	5	5	5	15	5,00
50	5	4	5	14	4,67
51	4	5	5	14	4,67
52	5	5	5	15	5,00
53	5	4	5	14	4,67
54	5	5	5	15	5,00
55	4	4	5	13	4,33
56	5	5	5	15	5,00
57	3	4	3	10	3,33
58	4	4	4	12	4,00
59	3	2	1	6	2,00
60	4	5	5	14	4,67
61	3	4	4	11	3,67
62	4	4	4	12	4,00
63	5	5	5	15	5,00
64	4	4	4	12	4,00
65	4	4	3	11	3,67
66	4	5	5	14	4,67
67	4	4	4	12	4,00
68	4	5	5	14	4,67
69	5	5	5	15	5,00
70	4	4	4	12	4,00
71	3	3	3	9	3,00
72	4	4	4	12	4,00
73	5	5	4	14	4,67
74	5	5	5	15	5,00
75	4	4	4	12	4,00
76	4	4	4	12	4,00
77	5	5	4	14	4,67
78	5	5	5	15	5,00
79	4	4	4	12	4,00
80	3	4	3	10	3,33
81	4	4	4	12	4,00
82	5	5	5	15	5,00
83	4	4	5	13	4,33
84	4	4	5	13	4,33

No	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Jumlah	Rata-rata
85	4	4	5	13	4,33
86	5	4	5	14	4,67
87	5	5	5	15	5,00
88	3	3	3	9	3,00
89	3	4	3	10	3,33
90	2	2	3	7	2,33
91	4	4	3	11	3,67
92	4	4	4	12	4,00
93	4	4	5	13	4,33
94	4	4	4	12	4,00
95	4	4	5	13	4,33
96	5	4	5	14	4,67
97	4	3	4	11	3,67
98	5	4	3	12	4,00
99	4	4	5	13	4,33
100	4	4	4	12	4,00
101	4	5	5	14	4,67
102	4	4	5	13	4,33
103	3	4	4	11	3,67
104	4	4	4	12	4,00
105	4	4	4	12	4,00
106	5	5	4	14	4,67
107	3	3	3	9	3,00
108	5	4	4	13	4,33
109	3	4	3	10	3,33
110	5	5	5	15	5,00

Lampiran 12. Hasil Kuesioner Variabel Kepuasan

No	Y2.1	Y2.2	Y2.3	Y2.4	Jumlah	Rata-rata
1	5	4	5	4	18	4,50
2	5	5	5	5	20	5,00
3	4	4	4	5	17	4,25
4	4	4	4	3	15	3,75
5	4	4	4	4	16	4,00
6	4	4	5	4	17	4,25
7	5	5	5	5	20	5,00
8	5	4	4	4	17	4,25
9	5	5	5	5	20	5,00
10	4	3	3	3	13	3,25
11	4	5	5	4	18	4,50
12	5	4	4	4	17	4,25
13	4	4	4	4	16	4,00
14	4	4	4	4	16	4,00
15	4	4	4	4	16	4,00
16	4	4	4	4	16	4,00
17	4	4	4	4	16	4,00
18	4	4	4	4	16	4,00
19	5	5	5	5	20	5,00
20	4	4	4	4	16	4,00
21	3	3	4	4	14	3,50
22	4	4	4	4	16	4,00
23	5	5	5	5	20	5,00
24	5	5	5	5	20	5,00
25	5	4	4	4	17	4,25
26	5	4	5	5	19	4,75
27	5	4	4	4	17	4,25
28	3	4	3	4	14	3,50
29	4	4	4	4	16	4,00
30	5	5	4	4	18	4,50
31	3	3	3	3	12	3,00
32	4	4	4	5	17	4,25
33	4	4	4	4	16	4,00
34	5	5	5	5	20	5,00
35	5	4	4	4	17	4,25
36	3	3	3	3	12	3,00
37	4	5	4	4	17	4,25
38	5	5	5	5	20	5,00
39	5	4	4	4	17	4,25
40	4	4	4	4	16	4,00
41	3	4	2	3	12	3,00
42	4	4	4	3	15	3,75

No	Y2.1	Y2.2	Y2.3	Y2.4	Jumlah	Rata-rata
43	5	5	4	4	18	4,50
44	5	5	5	5	20	5,00
45	4	4	4	4	16	4,00
46	5	5	5	5	20	5,00
47	4	4	4	3	15	3,75
48	4	3	4	3	14	3,50
49	5	5	5	4	19	4,75
50	5	5	5	4	19	4,75
51	5	4	5	5	19	4,75
52	5	5	5	5	20	5,00
53	5	5	5	5	20	5,00
54	5	5	5	5	20	5,00
55	4	4	4	4	16	4,00
56	5	5	5	5	20	5,00
57	4	4	4	4	16	4,00
58	5	4	4	4	17	4,25
59	2	2	2	2	8	2,00
60	5	5	5	5	20	5,00
61	3	4	4	4	15	3,75
62	4	4	4	4	16	4,00
63	5	5	5	5	20	5,00
64	4	4	4	4	16	4,00
65	4	4	4	4	16	4,00
66	4	4	4	5	17	4,25
67	4	4	4	4	16	4,00
68	5	5	5	5	20	5,00
69	5	5	5	5	20	5,00
70	5	4	5	5	19	4,75
71	3	4	4	3	14	3,50
72	4	4	4	4	16	4,00
73	5	5	5	4	19	4,75
74	5	5	5	5	20	5,00
75	5	4	4	4	17	4,25
76	5	4	4	5	18	4,50
77	4	5	4	4	17	4,25
78	5	5	5	5	20	5,00
79	4	4	4	4	16	4,00
80	4	3	4	4	15	3,75
81	4	4	4	4	16	4,00
82	5	4	5	5	19	4,75
83	5	5	4	4	18	4,50
84	4	4	4	4	16	4,00

No	Y2.1	Y2.2	Y2.3	Y2.4	Jumlah	Rata-rata
85	5	4	4	4	17	4,25
86	5	4	4	5	18	4,50
87	5	5	4	4	18	4,50
88	3	3	3	3	12	3,00
89	3	4	3	3	13	3,25
90	3	2	3	3	11	2,75
91	4	3	4	4	15	3,75
92	4	4	4	4	16	4,00
93	5	4	4	5	18	4,50
94	4	4	4	5	17	4,25
95	5	4	4	5	18	4,50
96	4	4	4	4	16	4,00
97	4	4	4	4	16	4,00
98	4	4	3	5	16	4,00
99	4	4	4	4	16	4,00
100	4	4	4	4	16	4,00
101	5	4	5	5	19	4,75
102	3	4	3	3	13	3,25
103	4	4	5	5	18	4,50
104	4	4	4	4	16	4,00
105	4	4	4	4	16	4,00
106	4	5	5	4	18	4,50
107	3	3	3	3	12	3,00
108	4	4	4	4	16	4,00
109	3	4	4	3	14	3,50
110	5	5	5	5	20	5,00

Lampiran 13. Hasil Kuesioner Variabel Loyalitas Pelanggan

No	Y3.1	Y3.2	Y3.3	Jumlah	Rata-rata
1	3	4	4	11	3,67
2	4	4	4	12	4,00
3	4	5	4	13	4,33
4	4	4	4	12	4,00
5	4	4	5	13	4,33
6	4	5	5	14	4,67
7	5	5	5	15	5,00
8	3	4	4	11	3,67
9	3	3	5	11	3,67
10	3	3	4	10	3,33
11	5	5	4	14	4,67
12	3	3	4	10	3,33
13	3	4	4	11	3,67
14	4	4	4	12	4,00
15	4	4	4	12	4,00
16	4	3	4	11	3,67
17	4	4	4	12	4,00
18	3	4	3	10	3,33
19	3	4	4	11	3,67
20	4	3	3	10	3,33
21	2	3	2	7	2,33
22	4	4	3	11	3,67
23	3	4	5	12	4,00
24	5	5	5	15	5,00
25	4	3	4	11	3,67
26	2	4	5	11	3,67
27	3	3	3	9	3,00
28	3	3	3	9	3,00
29	4	4	4	12	4,00
30	3	4	5	12	4,00
31	4	4	3	11	3,67
32	4	4	5	13	4,33
33	4	4	4	12	4,00
34	5	5	5	15	5,00
35	3	3	4	10	3,33
36	3	3	3	9	3,00
37	5	5	5	15	5,00
38	5	5	5	15	5,00
39	3	3	3	9	3,00
40	4	5	5	14	4,67
41	5	5	4	14	4,67
42	2	3	4	9	3,00

No	Y3.1	Y3.2	Y3.3	Jumlah	Rata-rata
43	4	4	4	12	4,00
44	5	4	5	14	4,67
45	2	2	1	5	1,67
46	5	5	5	15	5,00
47	4	3	4	11	3,67
48	3	3	4	10	3,33
49	4	4	4	12	4,00
50	5	4	4	13	4,33
51	4	5	5	14	4,67
52	5	5	5	15	5,00
53	4	4	5	13	4,33
54	5	5	5	15	5,00
55	4	4	5	13	4,33
56	5	5	5	15	5,00
57	4	4	4	12	4,00
58	4	4	4	12	4,00
59	3	3	3	9	3,00
60	4	4	4	12	4,00
61	2	3	4	9	3,00
62	4	4	4	12	4,00
63	5	5	5	15	5,00
64	4	4	3	11	3,67
65	4	4	4	12	4,00
66	4	4	5	13	4,33
67	4	4	4	12	4,00
68	4	5	5	14	4,67
69	4	5	5	14	4,67
70	4	4	5	13	4,33
71	3	3	3	9	3,00
72	3	4	4	11	3,67
73	4	4	4	12	4,00
74	5	5	5	15	5,00
75	4	4	4	12	4,00
76	4	5	4	13	4,33
77	4	5	5	14	4,67
78	3	3	5	11	3,67
79	4	4	4	12	4,00
80	3	3	4	10	3,33
81	4	4	4	12	4,00
82	4	4	5	13	4,33
83	4	4	5	13	4,33
84	4	4	4	12	4,00

No	Y3.1	Y3.2	Y3.3	Jumlah	Rata-rata
85	5	4	5	14	4,67
86	4	5	5	14	4,67
87	5	4	5	14	4,67
88	3	3	3	9	3,00
89	3	3	4	10	3,33
90	2	2	2	6	2,00
91	4	4	3	11	3,67
92	3	3	3	9	3,00
93	4	4	5	13	4,33
94	4	4	4	12	4,00
95	4	4	4	12	4,00
96	3	3	4	10	3,33
97	4	3	4	11	3,67
98	4	3	4	11	3,67
99	3	3	3	9	3,00
100	4	4	4	12	4,00
101	3	3	3	9	3,00
102	4	3	4	11	3,67
103	5	5	5	15	5,00
104	4	4	3	11	3,67
105	4	3	4	11	3,67
106	3	4	5	12	4,00
107	3	3	3	9	3,00
108	4	4	4	12	4,00
109	3	3	4	10	3,33
110	5	5	5	15	5,00

Lampiran 14. Hasil Uji Frequency

a. Produk

X1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	.9	.9	.9
	3.00	11	10.0	10.0	10.9
	4.00	78	70.9	70.9	81.8
	5.00	20	18.2	18.2	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	11	10.0	10.0	10.0
	4.00	71	64.5	64.5	74.5
	5.00	28	25.5	25.5	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

X1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	17	15.5	15.5	15.5
	4.00	59	53.6	53.6	69.1
	5.00	34	30.9	30.9	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

b. Harga

X2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	2	1.8	1.8	1.8
	3.00	18	16.4	16.4	18.2
	4.00	60	54.5	54.5	72.7
	5.00	30	27.3	27.3	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

X2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	.9	.9	.9
	3.00	30	27.3	27.3	28.2
	4.00	58	52.7	52.7	80.9
	5.00	21	19.1	19.1	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

X2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	18	16.4	16.4	16.4
	4.00	67	60.9	60.9	77.3
	5.00	25	22.7	22.7	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

X2.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	17	15.5	15.5	15.5
	4.00	62	56.4	56.4	71.8
	5.00	31	28.2	28.2	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

c. Tempat

X3.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	10	9.1	9.1	9.1
	4.00	62	56.4	56.4	65.5
	5.00	38	34.5	34.5	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

X3.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	13	11.8	11.8	11.8
	4.00	59	53.6	53.6	65.5
	5.00	38	34.5	34.5	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

X3.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	.9	.9	.9
	2.00	2	1.8	1.8	2.7
	3.00	25	22.7	22.7	25.5
	4.00	56	50.9	50.9	76.4
	5.00	26	23.6	23.6	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

X3.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	.9	.9	.9
	3.00	17	15.5	15.5	16.4
	4.00	63	57.3	57.3	73.6
	5.00	29	26.4	26.4	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

X3.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	.9	.9	.9
	3.00	17	15.5	15.5	16.4
	4.00	59	53.6	53.6	70.0
	5.00	33	30.0	30.0	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

d. Promosi

X4.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	.9	.9	.9
	2.00	1	.9	.9	1.8
	3.00	20	18.2	18.2	20.0
	4.00	65	59.1	59.1	79.1
	5.00	23	20.9	20.9	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

X4.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	5	4.5	4.5	4.5
	3.00	17	15.5	15.5	20.0
	4.00	54	49.1	49.1	69.1
	5.00	34	30.9	30.9	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

X4.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	.9	.9	.9
	3.00	12	10.9	10.9	11.8
	4.00	65	59.1	59.1	70.9
	5.00	32	29.1	29.1	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

X4.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	.9	.9	.9
	3.00	18	16.4	16.4	17.3
	4.00	66	60.0	60.0	77.3
	5.00	25	22.7	22.7	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

e. Proses

X5.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	15	13.6	13.6	13.6
	4.00	74	67.3	67.3	80.9
	5.00	21	19.1	19.1	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

X5.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	.9	.9	.9
	3.00	17	15.5	15.5	16.4
	4.00	69	62.7	62.7	79.1
	5.00	23	20.9	20.9	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

X5.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	17	15.5	15.5	15.5
	4.00	65	59.1	59.1	74.5
	5.00	28	25.5	25.5	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

X5.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	19	17.3	17.3	17.3
	4.00	59	53.6	53.6	70.9
	5.00	32	29.1	29.1	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

f. Orang

X6.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	18	16.4	16.4	16.4
	4.00	65	59.1	59.1	75.5
	5.00	27	24.5	24.5	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

X6.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	.9	.9	.9
	3.00	12	10.9	10.9	11.8
	4.00	72	65.5	65.5	77.3
	5.00	25	22.7	22.7	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

X6.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	.9	.9	.9
	3.00	11	10.0	10.0	10.9
	4.00	76	69.1	69.1	80.0
	5.00	22	20.0	20.0	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

X6.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	9	8.2	8.2	8.2
	4.00	69	62.7	62.7	70.9
	5.00	32	29.1	29.1	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

g. Bukti Fisik

X7.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	.9	.9	.9
	3.00	23	20.9	20.9	21.8
	4.00	62	56.4	56.4	78.2
	5.00	24	21.8	21.8	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

X7.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	.9	.9	.9
	3.00	9	8.2	8.2	9.1
	4.00	66	60.0	60.0	69.1
	5.00	34	30.9	30.9	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

X7.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	.9	.9	.9
	3.00	17	15.5	15.5	16.4
	4.00	68	61.8	61.8	78.2
	5.00	24	21.8	21.8	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

X7.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	10	9.1	9.1	9.1
	4.00	65	59.1	59.1	68.2
	5.00	35	31.8	31.8	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

X7.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	2	1.8	1.8	1.8
	3.00	16	14.5	14.5	16.4
	4.00	61	55.5	55.5	71.8
	5.00	31	28.2	28.2	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

X7.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	18	16.4	16.4	16.4
	4.00	63	57.3	57.3	73.6
	5.00	29	26.4	26.4	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

h. Daya Tarik

Y1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	.9	.9	.9
	3.00	20	18.2	18.2	19.1
	4.00	67	60.9	60.9	80.0
	5.00	22	20.0	20.0	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

Y1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	.9	.9	.9
	3.00	11	10.0	10.0	10.9
	4.00	72	65.5	65.5	76.4
	5.00	26	23.6	23.6	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

Y1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	14	12.7	12.7	12.7
	4.00	62	56.4	56.4	69.1
	5.00	34	30.9	30.9	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

i. Kepuasan

Y2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	.9	.9	.9
	3.00	14	12.7	12.7	13.6
	4.00	70	63.6	63.6	77.3
	5.00	25	22.7	22.7	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

Y2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	.9	.9	.9
	3.00	14	12.7	12.7	13.6
	4.00	72	65.5	65.5	79.1
	5.00	23	20.9	20.9	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

Y2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	12	10.9	10.9	10.9
	4.00	75	68.2	68.2	79.1
	5.00	23	20.9	20.9	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

Y2.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	15	13.6	13.6	13.6
	4.00	65	59.1	59.1	72.7
	5.00	30	27.3	27.3	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

j. Loyalitas Pelanggan

Y3.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	.9	.9	.9
	3.00	21	19.1	19.1	20.0
	4.00	68	61.8	61.8	81.8
	5.00	20	18.2	18.2	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

Y3.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	17	15.5	15.5	15.5
	4.00	68	61.8	61.8	77.3
	5.00	25	22.7	22.7	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

Y3.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	12	10.9	10.9	10.9
	4.00	60	54.5	54.5	65.5
	5.00	38	34.5	34.5	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

Lampiran 15. Hasil Uji Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y1	110	2.67	5.00	4.1004	.53535
Y2	110	2.75	5.00	4.0955	.52570
Y3	110	3.00	5.00	4.0943	.53454
X1	110	2.67	5.00	4.1244	.53012
X2	110	2.75	5.00	4.0409	.54239
X3	110	3.00	5.00	4.1273	.54367
X4	110	2.00	5.00	4.0636	.57313
X5	110	2.75	5.00	4.0773	.52978
X6	110	2.50	5.00	4.1182	.50876
X7	110	2.33	5.00	4.1121	.52669
Valid N (listwise)	110				

Lampiran 16. Hasil Uji Validasi

a. Produk

Correlations					
		X1.1	X1.2	X1.3	Total
X1.1	Pearson Correlation	1	.675**	.634**	.865**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	110	110	110	110
X1.2	Pearson Correlation	.675**	1	.676**	.885**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	110	110	110	110
X1.3	Pearson Correlation	.634**	.676**	1	.889**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	110	110	110	110
Total	Pearson Correlation	.865**	.885**	.889**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	110	110	110	110

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

b. Harga

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Total
X2.1	Pearson Correlation	1	.564**	.546**	.533**	.828**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110
X2.2	Pearson Correlation	.564**	1	.662**	.389**	.817**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110
X2.3	Pearson Correlation	.546**	.662**	1	.499**	.831**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	110	110	110	110	110
X2.4	Pearson Correlation	.533**	.389**	.499**	1	.745**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	110	110	110	110	110
Total	Pearson Correlation	.828**	.817**	.831**	.745**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	110	110	110	110	110

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

c. Tempat

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	Total
X3.1	Pearson Correlation	1	.805**	.352**	.479**	.489**	.767**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110
X3.2	Pearson Correlation	.805**	1	.422**	.588**	.550**	.833**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110
X3.3	Pearson Correlation	.352**	.422**	1	.565**	.492**	.740**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110
X3.4	Pearson Correlation	.479**	.588**	.565**	1	.599**	.818**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110
X3.5	Pearson Correlation	.489**	.550**	.492**	.599**	1	.798**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	110	110	110	110	110	110
Total	Pearson Correlation	.767**	.833**	.740**	.818**	.798**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	110	110	110	110	110	110

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

d. Promosi

		Correlations				
		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	Total
X4.1	Pearson Correlation	1	.543**	.524**	.549**	.807**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110
X4.2	Pearson Correlation	.543**	1	.459**	.517**	.797**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110
X4.3	Pearson Correlation	.524**	.459**	1	.723**	.812**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	110	110	110	110	110
X4.4	Pearson Correlation	.549**	.517**	.723**	1	.841**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	110	110	110	110	110
Total	Pearson Correlation	.807**	.797**	.812**	.841**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	110	110	110	110	110

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

e. Proses

		Correlations				
		X5.1	X5.2	X5.3	X5.4	Total
X5.1	Pearson Correlation	1	.702**	.490**	.507**	.788**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110
X5.2	Pearson Correlation	.702**	1	.629**	.698**	.899**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110
X5.3	Pearson Correlation	.490**	.629**	1	.637**	.823**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	110	110	110	110	110
X5.4	Pearson Correlation	.507**	.698**	.637**	1	.855**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	110	110	110	110	110
Total	Pearson Correlation	.788**	.899**	.823**	.855**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	110	110	110	110	110

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

f. Orang

Correlations

		X6.1	X6.2	X6.3	X6.4	Total
X6.1	Pearson Correlation	1	.764**	.631**	.478**	.854**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110
X6.2	Pearson Correlation	.764**	1	.739**	.571**	.908**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110
X6.3	Pearson Correlation	.631**	.739**	1	.583**	.866**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	110	110	110	110	110
X6.4	Pearson Correlation	.478**	.571**	.583**	1	.768**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	110	110	110	110	110
Total	Pearson Correlation	.854**	.908**	.866**	.768**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	110	110	110	110	110

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

g. Bukti Fisik

Correlations

		X7.1	X7.2	X7.3	X7.4	X7.5	X7.6	Total
X7.1	Pearson Correlation	1	.694**	.566**	.452**	.536**	.477**	.784**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110
X7.2	Pearson Correlation	.694**	1	.574**	.559**	.497**	.516**	.800**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110
X7.3	Pearson Correlation	.566**	.574**	1	.616**	.580**	.518**	.805**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110
X7.4	Pearson Correlation	.452**	.559**	.616**	1	.663**	.553**	.797**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110
X7.5	Pearson Correlation	.536**	.497**	.580**	.663**	1	.621**	.821**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110
X7.6	Pearson Correlation	.477**	.516**	.518**	.553**	.621**	1	.772**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	110	110	110	110	110	110	110
Total	Pearson Correlation	.784**	.800**	.805**	.797**	.821**	.772**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	110	110	110	110	110	110	110

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

h. Daya Tarik

Correlations

		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Total
Y1.1	Pearson Correlation	1	.610**	.487**	.827**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	110	110	110	110
Y1.2	Pearson Correlation	.610**	1	.660**	.884**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	110	110	110	110
Y1.3	Pearson Correlation	.487**	.660**	1	.842**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	110	110	110	110
Total	Pearson Correlation	.827**	.884**	.842**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	110	110	110	110

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

i. Kepuasan

Correlations

		Y2.1	Y2.2	Y2.3	Y2.4	Total
Y2.1	Pearson Correlation	1	.687**	.637**	.628**	.852**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110
Y2.2	Pearson Correlation	.687**	1	.736**	.648**	.882**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110
Y2.3	Pearson Correlation	.637**	.736**	1	.721**	.882**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	110	110	110	110	110
Y2.4	Pearson Correlation	.628**	.648**	.721**	1	.864**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	110	110	110	110	110
Total	Pearson Correlation	.852**	.882**	.882**	.864**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	110	110	110	110	110

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

j. Loyalitas Pelanggan

Correlations

		Y3.1	Y3.2	Y3.3	Total
Y3.1	Pearson Correlation	1	.677**	.444**	.836**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	110	110	110	110
Y3.2	Pearson Correlation	.677**	1	.613**	.898**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	110	110	110	110
Y3.3	Pearson Correlation	.444**	.613**	1	.809**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	110	110	110	110
Total	Pearson Correlation	.836**	.898**	.809**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	110	110	110	110

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

Lampiran 17. Hasil Uji Reliabilitas

a. Produk

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	110	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	110	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.851	3

b. Harga

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	110	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	110	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.819	4

c. Tempat

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	110	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	110	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.846	5

d. Promosi

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	110	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	110	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.825	4

e. Proses

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	110	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	110	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.862	4

f. orang

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	110	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	110	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.871	4

g. Bukti Fisik

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	110	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	110	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.884	6

h. Daya Tarik

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	110	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	110	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.807	3

i. Kepuasan

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	110	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	110	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.892	4

j. Loyalitas Pelanggan

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	110	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	110	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.803	3

Lampiran 18. Hasil Uji Normalitas**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		110
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.09365898
Most Extreme Differences	Absolute	.079
	Positive	.079
	Negative	-.076
Test Statistic		.079
Asymp. Sig. (2-tailed)		.091 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Lampiran 19. Hasil Ouput SPSS Persamaan Struktural 1

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.968 ^a	.936	.932	.13993

a. Predictors: (Constant), X7, X3, X6, X1, X2, X4, X5

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	29.242	7	4.177	213.361	.000 ^a
	Residual	1.997	102	.020		
	Total	31.239	109			

a. Dependent Variable: Y1

b. Predictors: (Constant), X7, X3, X6, X1, X2, X4, X5

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.166	.115		-1.443	.152
	X1	.185	.061	.183	3.036	.003
	X2	.177	.063	.179	2.803	.006
	X3	.098	.049	.100	2.012	.047
	X4	.041	.058	.044	.717	.475
	X5	.171	.071	.169	2.390	.019
	X6	.141	.062	.134	2.278	.025
	X7	.229	.069	.225	3.337	.001

a. Dependent Variable: Y1

Lampiran 20. Hasil Ouput SPSS Persamaan Struktural 2

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.961 ^a	.924	.918	.15095

a. Predictors: (Constant), Y1, X3, X4, X6, X1, X2, X7, X5

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	27.822	8	3.478	152.635	.000 ^a
	Residual	2.301	101	.023		
	Total	30.123	109			

a. Dependent Variable: Y2

b. Predictors: (Constant), Y1, X3, X4, X6, X1, X2, X7, X5

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.005	.125		.043	.966
	X1	.209	.069	.211	3.056	.003
	X2	.194	.071	.201	2.753	.007
	X3	.112	.054	.116	2.093	.039
	X4	.012	.062	.013	.190	.850
	X5	.053	.079	.054	.675	.501
	X6	.011	.068	.010	.156	.876
	X7	.168	.078	.168	2.155	.034
	Y1	.238	.107	.243	2.232	.028

a. Dependent Variable: Y2

Lampiran 21. Hasil Ouput SPSS Persamaan Struktural 3

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.985 ^a	.969	.967	.09778

a. Predictors: (Constant), Y2, X3, X6, X4, X1, X2, X7, X5, Y1

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	30.189	9	3.354	350.817	.000 ^a
	Residual	.956	100	.010		
	Total	31.145	109			

a. Dependent Variable: Y3

b. Predictors: (Constant), Y2, X3, X6, X4, X1, X2, X7, X5, Y1

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.173	.081		-2.132	.035
	X1	.153	.046	.151	3.290	.001
	X2	.128	.047	.130	2.705	.008
	X3	.099	.035	.100	2.777	.007
	X4	.065	.040	.070	1.614	.110
	X5	.050	.051	.050	.975	.332
	X6	.061	.044	.058	1.382	.170
	X7	.121	.052	.119	2.349	.021
	Y1	.218	.071	.218	3.072	.003
	Y2	.146	.064	.144	2.272	.025

a. Dependent Variable: Y3

Lampiran 22. Dokumentasi Internal Hotel Claro Makassar



Wawancara bersama Bapak Anggiat Sinaga
(GM Hotel Claro Makassar, CEO Phinisi Hospitality Indonesia, Ketua PHRI Sulsel)



Wawancara bersama Bapak Muh Anis, A.Md.Par
(Business Development Manager)



Wawancara bersama Ibu Aditya C. M, SE.,M.M
(Hrd Training & Development)



Wawancara bersama Bapak Asril Rauf, A.Md
(Marketing Communication Executive)



Wawancara bersama Bapak Aris
(Satpam/Security)

Lampiran 23. Dokumentasi Responden Hotel Claro Makassar

Wawancara bersama Bapak Dr. H. Marzuki Alie, S.E.,M.M
(Ketua DPR-RI Periode 2009-2014)



Wawancara bersama Ibu Dr. Ir. Rina, M.Si
(Kepala Badan Karantina Ikan Kementerian Kelautan dan Perikanan RI)



Wawancara bersama Bapak Prof. Dr. Muhammad Jufri, M.Si.,M.Psi.,Psikolog
(Kepala Dinas Kebudayaan dan Kepariwisataaan Prov. Sulsel)



Wawancara bersama Bapak M. Hamka, M.Si
(Sekretaris Bappeda Kota Makassar)



Wawancara bersama Bapak Dr. Nasrullah Arsyad, S.H.,M.H
(Wakil Rektor III UMI – Bidang Pembinaan Kemahasiswaan, Prestasi & Hubungan Alumni)



Wawancara bersama Bapak Luisito Hari Krisanto, S.E.,M.M
(GM Trans Studio Mall Makassar)



Wawancara bersama Ibu Ir. Hidrawati Ambo Ala, M.S (Istri Prof. Dr. Ir. H. Ambo Ala, M.S)
(Dosen Fakultas Pertanian UMI)



Wawancara bersama Bapak Laode Muh Asfan Mujahid, S.T.,M.T
(Kepala Subdirektorat Perencanaan dan Infrastruktur / Dosen Fakultas Teknik Unhas)



Wawancara bersama Ibu Shalsadila Nur S.E
(Bank Negara Indonesia / BNI)



Wawancara bersama Bapak Firman
(Wedding Organization / WO)



Wawancara bersama Muhammad Firdaus Kamil, S.T
(Mahasiswa)

Lampiran 24. Dokumentasi Produk Kamar Hotel Claro Makassar

Deluxe (King/Twin)



Deluxe Pool View (King/Twin)

Deluxe Junior (King)

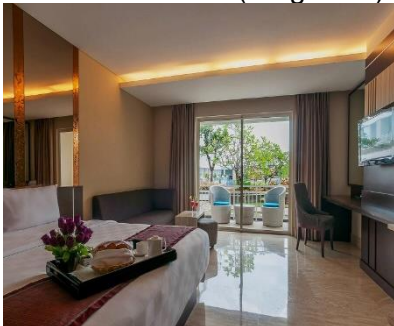
Deluxe Junior Pool View (King)



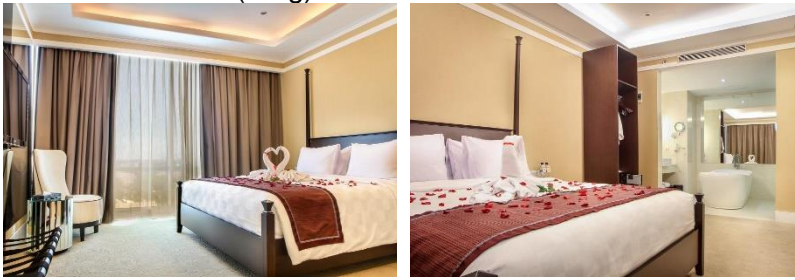
Junior Suite (King)



Deluxe Pool Side (King/Twin)



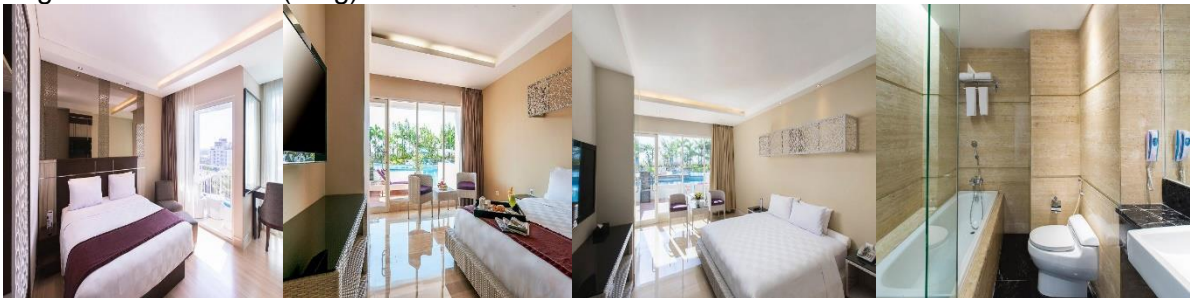
Junior Suite Club (King)



Honeymoon Suite (King)



Lagoon Sunset View (King)



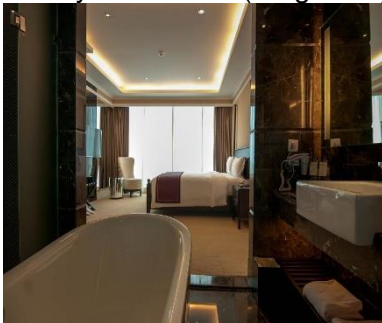
Apartment Suite (King)



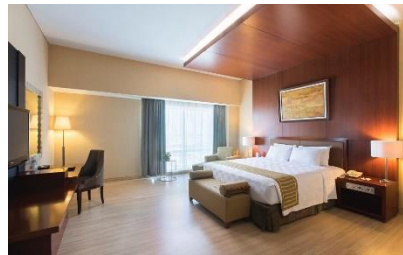
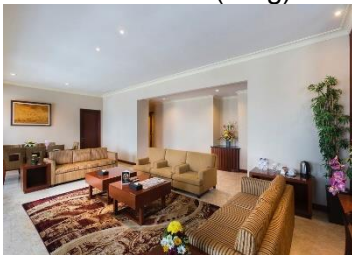
Family Suite (King/Twin)



Family Suite Club (King/Twin)



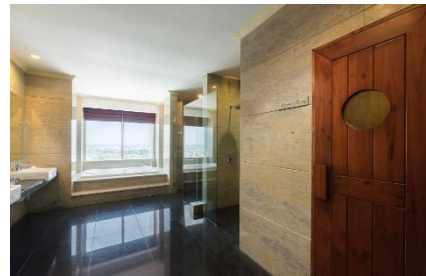
Executive Suite (King)



Executive Suite Club (King)



President Suite (King)

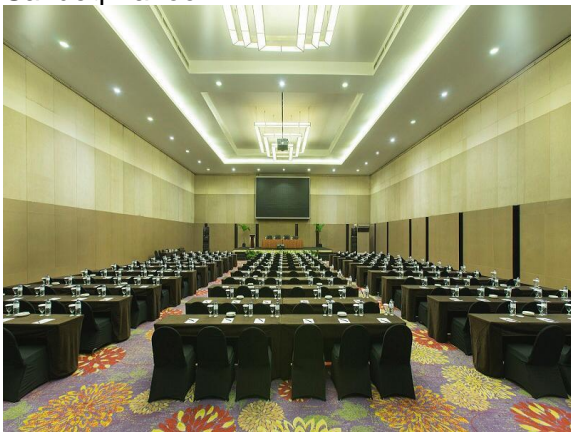


Lampiran 25. Dokumentasi Ballroom Hotel Claro Makassar

Phinisi Ballroom



Sandeq Balroom



Jasmine Hall



Acacia & Azalea Hall



Cattaleya



Orchid



VIP Legend



Jade Hall



Tulip



Waterlily



Windflower



Gardenia Hall



Daisy Hall



Aster Hall



Lampiran 26. Dokumentasi Wedding Hotel Claro Makassar



Lampiran 27. Dokumentasi Produk Absensi Hotel Claro Makassar**Lampiran 28. Dokumentasi Tampilan Lobby Area Hotel Claro Makassar****Lampiran 29. Dokumentasi Tampilan Bangunan Hotel Claro Makassar**

Lampiran 30. Dokumentasi Fasilitas Pendukung Hotel Claro Makassar

Kolam Renang



Fitness



Milena Spa



Studio 33 Karaoke



D' Liquid



Tempat Ruang Tunggu Airlines Crew



Kantor Garuda Indonesia di Hotel Claro Makassar



Lampiran 31. Dokumentasi Restoran Hotel Claro Makassar

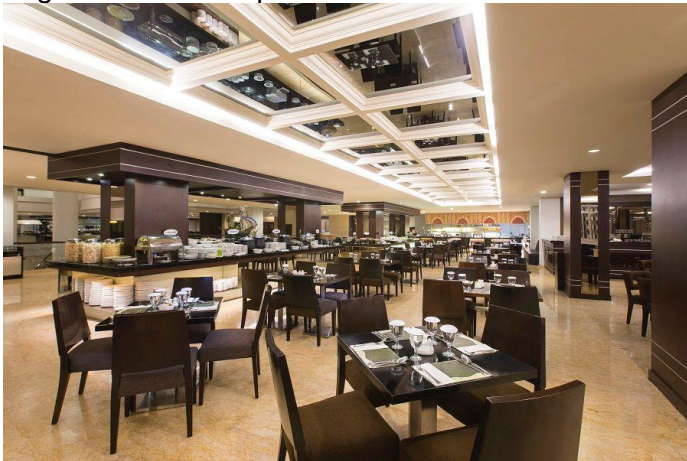
Carita Lounge & Resto



Sunachi Suki Restoran



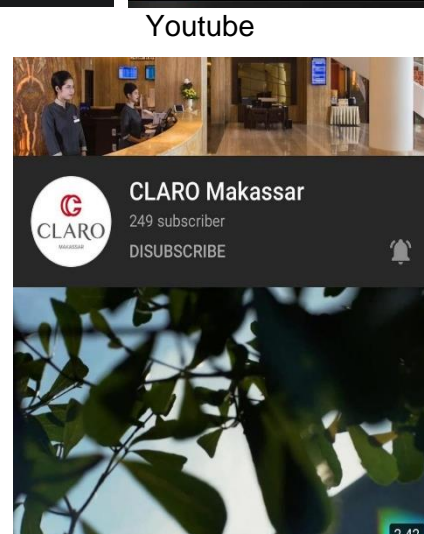
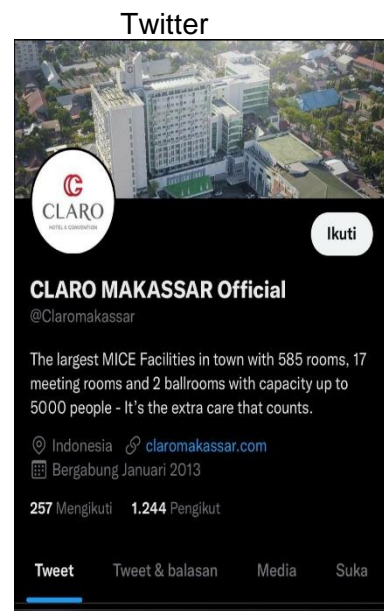
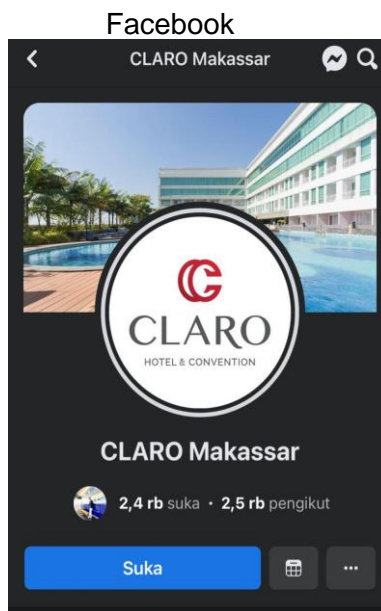
Legend Coffee Shop



Koi Japanese Restoran



Lampiran 32. Dokumentasi Sosial Media Akun Resmi Hotel Claro Makassar



Lampiran 33. Dokumentasi Lounge Hotel Claro Makassar

Executive Lounge



Executive Floor



Carita Lounge & Resto



Keterangan Gambar : Kegiatan Nonton Bareng FIFA World Cup Qatar 2022 : France VS Poland (Round Of 16), Minggu 4 Desember 2022, Jam : 21.15 WIB.

Vegas Bar & Lounge



Lampiran 34. Dokumentasi Promosi Hotel Claro Makassar

FIFA WORLD CUP Qatar 2022
SCM
 OFFICIAL BROADCASTERS
 SCTV, Vidio, Moj!, FTV, FOX PARABOLA, CHAMPIONS 42

NONTON BERSAMA FIFA WORLD CUP Qatar 2022™
 20 NOVEMBER s/d 18 DESEMBER 2022

LIVE SETIAP HARI
 Harga: **Carita LOUNGE & RESTO**

NONTON BERSAMA FIFA WORLD CUP Qatar 2022™
 DISKON 15% ALL F&B OUTLET

CLARO MAKASSAR
 16th Floor
 0811 4139 133

CLARO
 BOOK PROMO
SULSEL 333
 Great Sale

Deluxe Room
IDR. 703.500 /NETT

All Price Include:
 Stay at Deluxe room with breakfast for 2 person
 Free access to SkyPool & Gym
 Discount 15% all F&B Outlet
 Free Wifi

PERIOD PROMO : OCTOBER 2022

CLARO MAKASSAR
 J. A. P. Pettarani No. 3, Makassar, Sulawesi Selatan 90222
 Phone: 0411 478 833 / 838 Fax: 0411 478 837

CLARO
December Delight

Deluxe Room
IDR. 685.000,- /NETT

All Price Include:
 Stay at Deluxe room with breakfast for 2 person
 Free access to SkyPool & Gym
 Discount 15% all F&B Outlet
 Free Wifi

PERIOD PROMO : DECEMBER 2022

CLARO MAKASSAR
 J. A. P. Pettarani No. 3, Makassar, Sulawesi Selatan 90222
 Phone: 0411 478 833 / 838 Fax: 0411 478 837

CLARO
Isolasi Mandiri Package

14 HARI Rp. 12jt /14 hari

SUP CLARO MAKASSAR telah memilih 14, aka:
 1. Menyediakan fasilitas untuk tamu dengan isolasi rumah sakit.
 2. Ruang hand sanitizer di setiap pintu masuk lobby.
 3. Check in dan check out dengan prosedur yang ketat.
 4. Semua karyawan wajib menggunakan masker.
 5. Semua karyawan frontliner wajib menggunakan masker dan hand gloves.
 6. Luggage tamu yang akan check in dibersihkan dan disinfektan.
 7. Setiap kamar check in langsung disinfektan dan disneyr.
 8. Setiap tamu yang selesai makan di restoran, harusnya diberikan pengapungan oleh disneyr.
 9. Setiap kamar hotel memiliki hand sanitizer dan masker.
 10. Ada minimal 2 liter alcohol setiap kamar untuk keperluan disneyr.
 11. Mekanis pagi, makan siang dan makan malam always ke kamar.

Harga Sudah Termasuk:
 Paket Menginap selama **14 Hari**
 Laundry
 Makan Pagi, Makan Siang dan Makan Malam untuk 1 orang (Serve di kamar)
 Masker kain
 Hand Sanitizer
 Air Mineral 3 ltr/hari
RAPID TEST oleh RS, AWAL BROS

CLARO MAKASSAR
 J. A. P. Pettarani No. 3, Makassar, Sulawesi Selatan 90222
 Phone: 0411 478 833 / 838 Fax: 0411 478 837

MLTR
 MICHAEL LEANS TO ROCK

2 NOVEMBER 2022
 PHINISI BALLROOM
 CLARO HOTEL - MAKASSAR
 20:00 WITA

BACK ON THE ROAD TOUR 2022
 PERSIAN ALL STAR ALLIANCE CITY

CLARO MAKASSAR
 J. A. P. Pettarani No. 3, Makassar, Sulawesi Selatan 90222
 Phone: 0411 478 833 / 838 Fax: 0411 478 837

CLARO
 NEW YEAR CELEBRATION
BACK TO SCHOOL

Deluxe Room
IDR. 1.988.000,- /NETT

31 December 2022
 Sunday Ballroom - Lobby Area
 07:00 pm - 10:00

Price Include:
 Breakfast for 2 pax
 Free access to SkyPool & Gym
 Free Wifi
 Disc. 15% all F&B Outlet

Fireworks
 Gala Dinner
 Standup Comedy
 Street Magician
 DoorPrize
 Etc.

GRAND PRIZE
 1 unit Honda Scoopy 150

CLARO MAKASSAR
 J. A. P. Pettarani No. 3, Makassar, Sulawesi Selatan 90222
 Phone: 0411 478 833 / 838 Fax: 0411 478 837

Lampiran 35. Dokumentasi Konser Hotel Claro Makassar