

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, R. P. (2013). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kewajaran Harga Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Management Analysis Journal*, 2(1), 110–115.
- Afnina, A., & Hastuti, Y. (2018). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 21–30. <https://doi.org/10.33059/jseb.v9i1.458>
- Agung Heriputranto, L., Studi Manajemen, P., & Ekonomi Universitas Kristen Immanuel, F. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Harga Pada Kepuasan Konsumen. *MediaOnline* |, 1(2), 2622–612.
- Alviska, A. R. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Konsumen Klinik Erha di Malang). *Manajemen Bisnis*, 7(1). <https://doi.org/10.22219/JMB.V7I1.6999>
- Alviska, A. R. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Konsumen Klinik Erha di Malang). *Manajemen Bisnis*, 7(1), 79–88. <https://doi.org/10.22219/jmb.v7i1.6999>
- Amalia, F. (2023). *Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Pelanggan Gojek di Bandar Lampung)*.
- Anggraeni, D., Kumadji, S., & Sunarti, S. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan Nasi Rawon di Rumah Makan Sakinah Kota Pasuruan). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 37(1), 171–177.
- Anggraini, F., & Budiarti, A. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Gojek. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 8(3), 86–94. <https://doi.org/10.26740/jupe.v8n3.p86-94>
- Anjani, S., Suharno, P., Nirwanto, N., Anjani, S., Suharno, P., & Nirwanto, N. (2017). *BAB V*. 6, 80–83.
- Aprileny, I., Rochim, A., & Emarawati, J. A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan. *Jurnal STEI Ekonomi*, 31(02), 60–77. <https://doi.org/10.36406/jemi.v31i02.545>
- Arianto, N., & Febrian. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT GV. *Jurnal Ekonomi Efektif*, Vol. 4(3), 457–464. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JEE/article/view/20135>

- Aryani, D., & Rosinta, F. (2010). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan. *Jurnal Ilmu Administrasi Dan Organisasi*, 17(2), 114–126. <https://doi.org/10.20476/jbb.v17i2.632>
- Azhari, I. G. F., & Syahputra, S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi di Kedai Kopipayu Bogor). *E-Proceeding of Management*, 10(5), 4025–4042.
- Budiono, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi, Lokasi, Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan Bebek Kaleo Tebet Jakarta Selatan Dimasa Pandemi Covid-19. *SEGMEN Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 17(2), 223–247. <https://doi.org/10.37729/sjmb.v17i2.6868>
- Chandra, D., & Sujana, S. (2014). *Pengaruh Bauran Produk Terhadap Keputusan Pembelian*. August.
- Dewantoro, D. H., Wisnalmawati, & Istanto, Y. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan (Survei Pada Coffe Shop Fihl Pekanbaru). *Ciastech 2021*, *Ciastech*, 21–28.
- Fauzi Nasution, A., Safari, S. S., Ayu Purwati, A., Patuan Panjaitan, H., & Bisnis dan Teknologi Pelita Indonesia, I. (2022). the Effect of Service Quality and Trust on Customer Satisfaction and Loyalty At Pt. Agung Toyota Harapan Raya Pekanbaru. *Business Management and Accounting (ICOBIMA)*, 1(1), 96–108.
- Hadisurya, J. (2008). Pengaruh Citra, Kualitas Pelayanan, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 1(2), 78–91. <https://doi.org/10.25105/jmpj.v1i2.1211>
- Hariyono, I., Ruspitasari, W. D., & Handoko, Y. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Bursa : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 179–188. <https://doi.org/10.59086/jeb.v2i1.245>
- Haroen, R. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Produk , Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Pt Nusantara Surya Sakti). *Jurnal Manajemen & Bisnis Jayakarta*, 1(2), 101–120. <https://doi.org/10.53825/jmbjayakarta.v1i2.23>
- Iriyanti, E., Qomariah, N., & Suharto, A. (2016). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Depot Mie Pangsit Jember. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 2(1), 1–15.
- Mahendra, K. P., & Indriyani, R. (2018). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Cv Mitra Perkasa Utomo. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 7(2016), 2. publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/download/7800/7033%0A

- Maria, R. T. (2017). *Pengaruh Brand Image, Brand Trust, dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan*.
- Nadhita Wahyu Pramesti, A. S. (2019). Analisis Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (*Studi Kasus pada Pelanggan E-commerce di Indonesia Tahun 2018*) *Analysis Of The Effect Trust And Customer Satisfaction In Shopping In E-Commerce On Customer Loyalty (Case Study of Ecommerce Customer in Indonesian in 2018)*. 6(1), 182–188.
- Nugroho, Y. A., Asbari, M., Purwanto, A., Basuki, S., Sudiyono, R. N., Fikri, M. A. A., Hulu, P., Mustofa, Chidir, G., Suroso, & Xavir, Y. (2020). Transformational Leadership and Employees' Performance: the Mediating Role of Motivation and Work Environment. *EduPsyCouns: Journal of Education, Psychology and Counseling*, 2(1), 438–460. <https://ummaspul.e-journal.id/Edupsycouns/article/view/507>
- Oktaviani, G. (2019). Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Jasa PT Gita Rifa Express (Studi Kasus Pengiriman Barang Daerah Batusangkar). *Universitas Islam Riau*, 1–91.
- Olivia, G. R., & Ngatno, N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Maybelline Di Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(1), 742–752. <https://doi.org/10.14710/jiab.2021.29773>
- Putra, D. A., & Triwardhani, D. (2023). Pengaruh kepercayaan, keamanan, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna Shopee di kota Solok. *Journal Pf Young Entrepreneurs*, 2(2), 78–93.
- Ramadhi, & Amri, A. (2021). The influence of product quality, service quality and trust on costumer loyalty in Honda Scoopy brand motorcycles PT. Hayati Pratama Mandiri. *Marketing Management Studies*, 2(1), 17–26.
- Riyanto, K., & Satinah, S. (2023). Pengaruh Penetapan Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Score: Jurnal Lentera Manajemen Pemasaran*, 1(01), 30–37. <https://doi.org/10.59422/lmp.v1i01.73>
- Rofiqoh, I. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Ekspedisi J&T Express*.
- Sanchez-Cardenas, M. (2023). L'Évolution Psychiatrique 1, 2 et 3, 2022. *Revue Francaise de Psychanalyse*, 88(2), 527–530. <https://doi.org/10.3917/rfp.872.0527>
- Saputri, R. S. D. (2019). Harga, Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Semarang, Terhadap Loyalitas Pelanggan Grab. *Journal of Strategic Communication*, 10(1), 316–327.
- Satryawati, E. (2018). Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas

- Pelanggan E- Commerce. *Jurnal Teknologi Informatika Dan Komputer*, 4(1), 36–52. <https://doi.org/10.37012/jtik.v4i1.284>
- Setiawan, P. Y. B., Fudholi, A., & Satibi. (2016). Influence of Marketing Mix Satisfaction and Loyalty Products Customers. *Manajemen Dan Pelayanan Farmasi*, 6(2), 115–124. <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=42&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwjB5aLXiqXbAhXVb30KHchZDIk4KBAWCC4wAQ&url=https%3A%2F%2Fjurnal.ugm.ac.id%2Fjmpf%2Farticle%2Fview%2F29390%2F17543&usg=AOvVaw2mUx8cO0M0VBz16AWxd8MA>
- SHEILA. (2022). Customer Loyalty In Digital Wallet Industry: The Role Of Satisfaction, Effort Expectancy, Performance Expectancy, And Habit. (Issue 8.5.2017).
- Sisca, S., Wijaya, A., Chandra, E., & Mailoli, J. (2022). Pengaruh Variasi Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Lembaga Kursus dan Pelatihan (LKP) Family: Harga Sebagai Pemoderasi. *Maker: Jurnal Manajemen*, 8(1), 101–108. <https://doi.org/10.37403/mjm.v8i1.466>
- STEI INDONESIA. (2017). Bab iii metoda penelitian 3.1. *Bab III Metoda Penelitian, Bab iii me*, 1–9.
- Sukmanawati, S., & Purwati, S. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Grab. *Jurnal Manajemen Almatama*, 1(1), 61–84. <https://doi.org/10.58413/jma.v1i1.220>
- Surianti. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pelanggan Produk Floridina (Studi Kasus Pada PT. Multi Inti Parahiyangan Cabang Jatibarang-Widasari Kab. Indramayu). *Product Quality, Price, Customer Loyalty.*, 4(2), 109–122. <https://jurnal.darmaagung.ac.id/index.php/global/article/view/1569>
- Susilowati, S., & Handayani, T. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan Bolt. *Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 143–154. <https://doi.org/10.35590/jeb.v2i2.716>
- Tirtayasa, S. (2022). Effect Of Product Quality And Service On Customer Loyalty With Customer Satisfaction As An Intervening Variable (Study On Coffee Shop In Medan). *International Journal of Science, Technology & Management*, 3(5), 1438–1444. <https://doi.org/10.46729/ijstm.v3i5.633>
- Wibowo, R. S. (2020). Alat Pengukur Warna Dari Tabel Indikator Universal Ph Yang Diperbesar Berbasis Mikrokontroler Arduino. *Jurnal Edukasi Elektro*, 3(2), 99–109. <https://doi.org/10.21831/jee.v3i2.28545>
- Wicaksana, A., & Rachman, T. (2018). *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 3(1), 10–27.
- Wulandari, A., & Rahmidani, R. (2022). Pengaruh Kepercayaan dan Customer value Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai

Variabel Intervening pada Produk Sampo Lifebuoy. *Jurnal Ecogen*, 5(3), 364.
<https://doi.org/10.24036/jmpe.v5i3.12866>

LAMPIRAN

KUESIONER PENELITIAN

Kepada

Yth : Bapak/Ibu Pelanggan Galeri Rumah Herbal Dengan hormat,

Sehubungan dengan penyusunan tesis sebagai tugas akhir untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Magister Manajemen Universitas Hasanuddin yang berjudul :

“Pengaruh Bauran Produk, Kualitas Produk, Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Studi Empiris Pada Galeri Rumah Herbal di Kota Makassar”

Kami mengharapkan Bapak/Ibu berkenan memberikan jawaban sesuai dengan yang sebenarnya terhadap setiap pertanyaan tanpa ada tekanan dan kekhawatiran karena kami juga merahasiakan identitas/data pribadi Bapak/Ibu.

Demikian harapan kami, atas segala bantuan dan dukungan Bapak/Ibu meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner ini, kami ucapkan terimakasih. Semoga Tuhan Yang Maha Esa memberikan Rahmat dan Karunia-Nya kepada kita semua. Amin.

Makassar,

Peneliti

Ratri Beby Atul Mutiara

KUESIONER PENELITIAN
PENGARUH BAURAN PRODUK, KUALITAS PRODUK, KEPERCAYAAN TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN STUDI EMPIRIS PADA
GALERI RUMAH HERBAL KOTA MAKASSAR

Peneliti selaku mahasiswa Magister Manajemen saat inii sedang mengadakan penelitian tugas akhir dengan judul **Pegaruh Bauran Produk, Kualitas Produk, Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepusan Pelanggan Studi Empiris Pada Galeri Rumah Herbal Makassar**. Berkaitan dengan hal tersebut, mohon kiranya Bapak/Ibu berkenan untuk mengisi kuesioner (sebagaimana terlampir), dengan jujur dan sebenar-benarnya. Identitas dan jawaban dari responden akan dijaga kerahasiaannya. Kuesioner ini tidak akan berpengaruh apapun terhadap responden karena hanya digunakan untuk keperluan pendidikan.

I. IDENTITAS ATAU KARAKTERISTIK RESPONDEN

- | | | |
|-------------------|---|--|
| 1. Nama (Inisial) | : | _____ (boleh tidak diisi) |
| 2. Usia | : | 1. () 20 - 30 tahun
2. () 31 – 40 tahun
3. () 41 - 50 tahun
4. () 51 – 60 tahun |
| 3. Jenis Kelamin | : | 1. () Laki-laki
2. () Perempuan |
| 4. Pekerjaan | : | _____ |

II. PETUNJUK PENGISIAN

Daftar pertanyaan ini terdiri dari 5 (lima) variabel, yaitu : Bauran Produk (X_1); Kualitas Produk (X_2); Kepercayaan (X_3); Loyalitas Pelanggan (Y_1) dan Kepuasan Pelanggan (Y_2).

Petunjuk dalam menjawab pertanyaan dari keempat variabel tersebut, sebagai berikut:

1. Diharapkan kepada Bapak/Ibu untuk memberikan tanggapan terhadap pernyataan-pernyataan di bawah ini sesuai dengan kenyataan yang terjadi.
2. Isilah semua nomor dalam kuesioner ini dan sebaiknya jangan ada yang terlewatkan.
3. Pengisian jawaban cukup dengan memberi tanda *check list* "($\checkmark$)" pada pernyataan yang dianggap sesuai dengan pendapat responden (satu jawaban dalam setiap nomor pernyataan).
4. Pilihan jawaban :
 - a. Sangat Tidak Setuju (STS)
 - b. Tidak Setuju (TS)
 - c. Kurang Setuju (KS)
 - d. Setuju (S)
 - e. Sangat Setuju (SS)

III. DAFTAR PERTANYAAN VARIABEL

A. PERTANYAAN VARIABEL BAURAN PRODUK (X)						
No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
a. Atribut Merek						
1	Saya merasa yakin dengan kualitas produk herbal dari merek yang di pasarkan					
2	Merek yang ditawarkan memberikan kesan yang positif terhadap kepercayaan terhadap produk herbal					
b. Atribut Kemasan (Packaging)						
3	Kemasan produk menarik perhatian saya di rak					
4	Kemasan produk kami memberikan kesan praktis dan aman.					
5	Desain kemasan produk kami memengaruhi keputusan saya untuk membeli					
c. Atribut Pemberian Label						
6	Label produk memberikan informasi yang cukup mengenai kandungan dan manfaat produk.					
7	Saya merasa puas dengan informasi yang tercantum pada label produk kami					
d. Atribut Jaminan (Garansi)						
8	Saya merasa yakin dengan jaminan atau garansi yang diberikan pada produk herbal kami.					
B. VARIABEL KUALITAS PRODUK						
a. Atribut Kinerja/Nilai Keindahan						
1	Produk herbal yang ditawarkan memberikan hasil atau khasiat yang sesuai dengan harapan Anda					
b. Atribut Estetika						
2	Sejauh mana kemasan dan penataan produk di toko menciptakan suasana yang menarik secara visual?					
3	produk herbal memiliki aspek estetika yang menarik?					
c. Atribut Kesesuaian						
4	Produk herbal kami sesuai dengan kebutuhan dan preferensi Anda					
5	Apakah Anda merasa memiliki banyak pilihan produk herbal yang sesuai dengan kebutuhan Anda di toko kami					
C. VARIABEL KEPERCAYAAN						
a. Atribut Keandalan						
1	Saya merasa dapat mengandalkan layanan atau produk herbal					
2	Stok produk herbal yang saya cari biasanya tersedia di toko galeri herbal					
b. Atribut Kejujuran						
3	Saya percaya informasi yang diberikan oleh galeri herbal mengenai produk herbal adalah jujur.					
4	Sertifikasi produk herbal pada galeri herbal meningkatkan kepercayaan Anda terhadap kualitas produk.					
c. Atribut Kepedulian						
5	Respons galeri herbal terhadap pertanyaan atau keluhan saya biasanya responsif dan peduli.					

6	Saya merasa diperlakukan dengan kepedulian dan ramah saat berbelanja di toko kami.					
d. Atribut Kreadibilitas						
7	Sertifikasi produk herbal yang ditawarkan memberikan kredibilitas tambahan					
D. VARIABEL LOYALITAS PELANGGAN						
a. Melakukan Pembelian Ulang						
1	Saya berencana untuk melakukan pembelian ulang					
2	Sejauh ini, pengalaman pembelian saya cukup memuaskan untuk memotivasi saya untuk kembali berbelanja.					
b. Merekomendasikan kepada pihak lain						
3	Saya merasa yakin merekomendasikan toko galeri herbal kepada teman, keluarga, atau rekan kerja					
4	Pengalaman positif saya dengan produk herbal dari toko galeri herbal memotivasi saya untuk memberikan rekomendasi kepada orang lain.					
c. Tidak Berniat untuk pindah						
5	Saya tidak memiliki niat untuk beralih ke toko herbal lain.					
d. Membicarakan yang positif						
6	Saya sering berbicara positif tentang produk herbal dan layanan dari toko galeri herbal					
E. VARIABEL KEPUASA PELANGGAN						
a. Atribut yang berkaitan dengan produk						
1	Produk herbal yang tersedia pada galeri herbal memiliki kualitas yang memenuhi harapan saya.					
2	Ragam produk herbal yang ditawarkan di toko kami mencakup kebutuhan kesehatan saya					
b. Atribut berkaitan dengan pelayanan						
3	Proses pengiriman produk herbal kami berlangsung dengan lancar dan sesuai dengan yang dijanjikan					
4	Informasi yang diberikan oleh tim galeri herbal selalu jelas dan tepat					
c. Atribut berkaitan dengan pembelian						
5	Sistem pembayaran di galeri herbal efisien dan aman.					
6	Informasi harga produk herbal kami jelas dan tidak mengecewakan					

ANALISIS DESKRIPTIF RESPONDEN

Jenis Kelamin

		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	37	50.7	50.7	50.7
	Perempuan	36	49.3	49.3	100.0
	Total	73	100.0	100.0	

Usia

		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20 - 30 Tahun	11	15.1	15.1	15.1
	31 - 40 Tahun	23	31.5	31.5	46.6
	41 - 50 Tahun	34	46.6	46.6	93.2
	51 - 60 Tahun	2	2.7	2.7	95.9
	> 60 Tahun	3	4.1	4.1	100.0
	Total	73	100.0	100.0	

UJI RELIABILITAS SEMUA VARIABEL

BAURAN PRODUK

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	29.6438	4.705	.504	.808
X1.2	29.5753	4.470	.544	.811
X1.3	29.4521	4.251	.487	.751
X1.4	29.5479	4.640	.601	.888
X1.5	29.4658	4.475	.529	.817
X1.6	29.6027	4.409	.468	.853
X1.7	29.6301	4.209	.504	.879
X1.8	29.6438	4.455	.743	.869

KUALITAS PRODUK

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	17.8333	4.296	.403	.887
X2.2	17.6944	4.539	.462	.708
X2.3	17.7222	4.358	.527	.736
X2.4	17.5972	4.483	.430	.833
X2.5	17.5417	4.519	.508	.878

KEPERCAYAAN

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	27.4521	4.001	.566	.894
X3.2	27.3151	5.941	.653	.766
X3.3	27.1918	4.352	.426	.816
X3.4	27.1918	6.157	.565	.737

X3.5	27.2055	6.721	.508	.737
X3.6	27.1781	4.260	.693	.779
X3.7	27.0685	4.509	.548	.855

LOYALITAS PELANGGAN

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1.1	21.7945	4.499	.502	.794
Y1.2	21.6027	4.548	.583	.794
Y1.3	21.6027	4.437	.434	.805
Y1.4	21.4932	4.559	.517	.806
Y1.5	22.0137	4.375	.401	.867
Y1.6	21.4247	4.942	.487	.802

KEPUASAN PELANGGAN

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y2.1	22.2329	4.681	.593	.816
Y2.2	22.3699	4.986	.577	.882
Y2.3	21.9863	4.653	.693	.855
Y2.4	22.2466	4.688	.741	.762
Y2.5	22.0959	4.866	.532	.824
Y2.6	22.7671	4.264	.742	.893

UJI VALIDITAS SEMUA VARIABEL

BAURAN PRODUK

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	29.6438	4.705	.504	.808
X1.2	29.5753	4.470	.544	.811
X1.3	29.4521	4.251	.487	.751
X1.4	29.5479	4.640	.601	.888
X1.5	29.4658	4.475	.529	.817
X1.6	29.6027	4.409	.468	.853
X1.7	29.6301	4.209	.504	.879

X1.8	29.6438	4.455	.743	.869
------	---------	-------	------	------

KUALITAS PRODUK

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	17.8333	4.296	.403	.887
X2.2	17.6944	4.539	.462	.708
X2.3	17.7222	4.358	.527	.736
X2.4	17.5972	4.483	.430	.833
X2.5	17.5417	4.519	.508	.878

KEPERCAYAAN

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	27.4521	4.001	.566	.894
X3.2	27.3151	5.941	.653	.766
X3.3	27.1918	4.352	.426	.816
X3.4	27.1918	6.157	.565	.737
X3.5	27.2055	6.721	.508	.737
X3.6	27.1781	4.260	.693	.779
X3.7	27.0685	4.509	.548	.855

LOYALITAS PELANGGAN

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1.1	21.7945	4.499	.502	.794
Y1.2	21.6027	4.548	.583	.794
Y1.3	21.6027	4.437	.434	.805
Y1.4	21.4932	4.559	.517	.806

Y1.5	22.0137	4.375	.401	.867
Y1.6	21.4247	4.942	.487	.802

KEPUASAN PELANGGAN

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y2.1	22.2329	4.681	.593	.816
Y2.2	22.3699	4.986	.577	.882
Y2.3	21.9863	4.653	.693	.855
Y2.4	22.2466	4.688	.741	.762
Y2.5	22.0959	4.866	.532	.824
Y2.6	22.7671	4.264	.742	.893

a. Pengaruh Langsung Bauran Produk, Kualitas Produk, dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.729 ^a	.531	.525	3.185

a. Predictors: (Constant), Bauran Produk, Kualitas Produk, Kepercayaan Pelanggan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2539.272	3	846.424	83.430	.000 ^b
	Residual	2242.124	221	10.145		
	Total	4781.396	224			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Bauran Produk, Kualitas Produk, Kepercayaan Pelanggan

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

1	(Constant)	2.373	2.908		.816	.415
	Bauran Produk (X1)	.354	.105	.183	3.374	.001
	Kualitas Produk (X2)	.137	.066	.116	2.077	.039
	Kepercayaan Pelanggan (X3)	.474	.050	.547	9.414	.000

a. Dependent Variable: **Kepuasan Pelanggan**

b. Pengaruh Langsung Variabel Bauran Produk, Kualitas Produk, Kepercayaan, Loyalitas pelanggan terhadap Kepuasan pelanggan

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.525 ^a	.276	.262	3.630

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan, Bauran Produk, Kualitas Produk, Kepercayaan

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1102.557	4	275.639	20.922	.000 ^b
1 Residual	2898.483	220	13.175		
Total	4001.040	224			

a. Dependent Variable: **Loyalitas Pelanggan**

b. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan, Bauran Produk, Kualitas Produk, Kepercayaan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	28.165	3.319		8.485	.000
	Bauran Produk (X1)	.015	.123	.268	2.319	.001
	Kualitas Produk (X2)	.066	.076	.271	.873	.001
	Kepercayaan (X3)	.223	.068	.281	3.278	.001
	Kepuasan Pelanggan (Y1)	.645	.077	.705	8.408	.000