

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2002. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Penerbit CV Alfabeta.
- Andi, R.T. Ali, M.M. 2019. Analysis of the Influence of Lifestyle on Purchasing Decision for Samsung Smartphone Products in Jakarta. *European Journal of Business and Management Research*. Vol. 4, No. 4.
- Anggarisma, G. 2015. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Samsung (Studi kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta)*. Skripsi. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Cannon, Joseph P., William D. Perreault Jr. dan Jerome McCarthy. 2008. *Pemasaran Dasar: Pendekatan Manajerial Global*. Buku 2. Edisi 16. Salemba Empat. Jakarta.
- Defriansyah, D. Daud, I. Nailis, W. 2016. Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Sriwijaya Indralaya). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Terapan*.
- Downing, K. (2006), "Next generation: What leaders need to know about the millennials. *Leadership in Action*, 26: 3-6. doi:[10.1002/lia.1161](https://doi.org/10.1002/lia.1161)
- Fandy Tjiptono, 2005. *Pemasaran Jasa, Edisi pertama*, Yogyakarta; Penerbit Bayumedia Publishing.
- Ghozali, Imam, 2007. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Griffin, Jill 2005. *Customer Loyalty : Menumbukan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Terjemahan oleh Dwi kartini Y. 2009. Jakarta: Erlangga.
- Husaini. Fitria, H. 2019. Manajemen Kepemimpinan Pada Lembaga Pendidikan Islam. *Jurnal Manajemen, Kepemimpinan, dan Supervisi Pendidikan*. Vol. 4, No.1.
- Kasali, Rhenald. 2007. *Membidik Pasar Indonesia*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kominfo, P. (2016). Mengenal Generasi Millennial. Diakses 20 Oktober 2020, dari [https://www.kominfo.go.id/content/detail/8566/mengenal-generasi-millennial/0/sorotan\\_media](https://www.kominfo.go.id/content/detail/8566/mengenal-generasi-millennial/0/sorotan_media)
- Kotler, Amstrong. 2001. *Prinsip-prinsip pemasaran*, Edisi kedua belas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Amstrong, Garry. 2006. *Dasar-Dasar Pemasaran Edisi XII*. PT. Indeks, Jakarta.
- Kotler, Philip, 1997. *Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan Implementasi dan Kontrol*, Jilid Kedua PT. Prehalindo, Jakarta.

- Kotler, Philip. 1997. *Marketing Management*. 9<sup>th</sup> edition. New Jersey: Prentice Hall International Inc.
- Kotler, Philip. Keller, K Lane, 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Jilid 1 dan 2, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Keller, 2007. *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Edisi Kedua belas, PT. Indeks, Jakarta.
- Lamb, Hair & Mc. Donald. 2001. *Pemasaran* (Terjemahan), Edisi Bahasa Indonesia, Jilid 1, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Mokoagouw, L.M. 2016. Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Di Samsung Mobile It Center Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*. Vol. 16.
- Oliver, Rirchard L. (1996). *Satisfaction, A Behavioral Perspective on the Customer*. New York: Mc Graw Hill
- Pamungkas, A.P., Guridno, E. (2019). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Gaya Hidup Terhadap Loyalitas Pengguna Motor Vespa Di Jakarta Selatan. *Jurnal Ilmu Manajemen*. Vol. 15
- Perrin, Andrew. (2015). "Social Media Usage: 2005–2015." Pew Research Center. [http://www.pewinternet.org/files/2015/10/PI\\_2015-10-08\\_Social-NetworkingUsage-2005-2015\\_FINAL.pdf](http://www.pewinternet.org/files/2015/10/PI_2015-10-08_Social-NetworkingUsage-2005-2015_FINAL.pdf).
- Pratama, K.A. 2015. *Analisis Pengaruh Gaya Hidup, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung (Studi Kasus Pada Konsumen Smartphone Samsung Wilayah Jakarta Pusat)*. Skripsi. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Pride, William M. dan O.C. Ferrel. 2010. *Marketing. Fiftinth Edition*, Canada: Sourth Western International Edition.
- Rizaldi, N. 2017. Pengaruh Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Handphone Samsung.
- Rotinsulu, E. Sumayku, S. Sambul, S. Pengaruh Harga, Produk Dan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen Big Jay Family Karaoke.
- Saladin, Djaslim. 2003. *Unsur-Unsur Inti Pemasaran dan Manajemen Pemasaran*. Mandar Maju, Bandung.
- Saladin, Djaslim. 2006. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Linda Karya
- Schiffman, L.G., & Kanuk, L.L. (2010). *Consumer Behaviour (10th ed)*. New Jersey, Pearson Prentice Hall.
- Setiadi, Nugroho. 2010. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Silver, L. (25 Agustus 2020). Smartphone Ownership Is Growing Rapidly Around the World, but Not Always Equally. Diakses 20 Oktober 2020,

dari <https://www.pewresearch.org/global/2019/02/05/smartphone-ownership-is-growing-rapidly-around-the-world-but-not-always-equally/>

Simamora, Bilson. 2003. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Stein, J. (2013). Millennials: The Me Me Me Generation. *TIME*.

Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & RD*. Bandung: Alfabeta

Sumarwan, Ujang. 2014. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, Ghalia Indonesia. Bogor.

The Generation Guide – Millennials (2015), Gen X, Y, Z and Baby Boomers. Diakses dari <http://fourhooks.com/marketing/thegeneration-guide-millennials-gen-x-y-z-and-baby-boomers-art5910718593/>

Yanuar, M.M. Qomariah, N. Santoso, B. 2017. Dampak Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Optik Marlin Cabang Jember. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*. Vol. 3, No.1.

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2016/08/08/pengguna-smartphone-di-indonesia-2016-2019>, diakses pada 8 agustus 2020

<https://tekno.kompas.com>, diakses pada tanggal 8 agustus

# LAMPIRAN

## Lampiran 1 : Biodata

### BIODATA

#### Identitas Diri

Nama : Miftahul Inayah Salombe  
Tempat, Tanggal Lahir : Mamuju, 17 Juni, 1998  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Alamat Rumah : Sudiang, Pondok Asri III Blok B8, No.15  
No Hp : 082194999945  
Email : Mithasalombe445@gmail.com

#### Riwayat Pendidikan

##### Pendidikan Formal

Tahun 2004 – 2006 : TK PERTIWI MAMUJU  
Tahun 2006 – 2010 : SDN. 1 UNGGULAN MAMUJU  
Tahun 2010 – 2013 : SMPN 02 MAMUJU  
Tahun 2013 – 2016 : SMKN 1 RANGAS MAMUJU  
Tahun 2016 – 2020 : S1 Manajemen Universitas Hasanuddun

Demikian biodata ini dibuat dengan sebenarnya

Makassar, 10 November 2020

Miftahul Inayah Salombe

## Lampiran 2 : Kuesioner Penelitian

### KUESIONER PENELITIAN

Salam Hormat.

Perkenalkan saya Miftahul Inayah Salombe mahasiswa Manajemen FEB Universitas Hasanuddin. Sehubungan dengan penyusunan skripsi saya yang berjudul **Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Loyalitas Penggunaan Handphone Merek Samsung pada Kaum Milenial di Kota Makassar.**

Memohon kesediaan saudara/i untuk mengisi kuesioner yang saya ajukan.

Adapun kriteria responden adalah sebagai berikut:

1. Responden adalah konsumen kaum milenial yang berusia 20 - 40 tahun.
2. Responden telah memiliki pekerjaan & penghasilan
3. Responden pernah melakukan pembelian handphone merek Samsung minimal sebanyak 2 kali

Pengisian kuesioner ini bertujuan untuk pengembangan ilmu pengetahuan dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian skripsi ini saja. Peneliti menjamin kerahasiaan identitas pribadi dan jawaban yang diberikan oleh Saudara/i. Untuk itu, saya berharap seluruh pertanyaan dijawab dengan sejujur-jujurnya.

Saya sebagai peneliti mengucapkan terima kasih atas kesediaan dan kerjasama Saudara/i yang telah berkenan meluangkan waktu guna mengisi kuesioner ini.

Peneliti  
Miftahul Inayah Salombe  
A21116524

## A. Identitas Responden

1. Nama Responden :
2. Jenis Kelamin :
  - Laki-Laki
  - Perempuan
3. Usia Anda pada saat ini :
4. No Hp :
5. Apakah Anda telah bekerja :
  - Ya
  - Tidak
6. Pekerjaan :
  - PNS
  - Karyawan Swasta
  - Wiraswasta (entrepreneurship)
  - TNI/Polri
  - Lainnya
7. Penghasilan Perbulan
  - < Rp.1.000.000
  - Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000
  - Rp. 3.000.000 – Rp. 5.000.000
  - Rp. 5.000.000 – Rp. 10.000.000
8. Apakah Anda pernah melakukan pembelian Handphone merek Samsung minimal sebanyak 2 kali?
  - Pernah
  - Tidak Pernah

## B. Petunjuk Pengisian

Pilihlah pernyataan yang sesuai dengan pendapat Saudara/i setelah menggunakan handphone merek Samsung dengan memberikan tanda centang pada kolom yang tersedia dengan keterangan:

**STS** :Sangat Tidak Setuju (1)

**TS** : TidakSetuju (2)

**N** :Netral (3)

**S** : Setuju (4)

**SS** :Sangat Setuju (5)

No	Gaya Hidup (X1)	Tingkat Persetujuan				
		STS	TS	N	S	SS
<b>Pernyataan</b>						
<b>Activities (Aktivitas)</b>						
1	Handphone merek Samsung membantu saya dalam bekerja					
2	Saya menggunakan handphone merek Samsung dalam menjalani hobi saya					
<b>Interest (Minat)</b>						
3	Lingkungan pekerjaan mempengaruhi saya untuk menggunakan handphone merek Samsung					
4	Media mempengaruhi saya dalam memilih handphone merek Samsung					
<b>Opinions (Opini)</b>						
5	Dengan menggunakan handphone merek Samsung dapat meningkatkan rasa percaya diri saya					
6	Handphone merek Samsung merupakan produk yang akan selalu berkembang di					



	masa yang akan datang					
--	-----------------------	--	--	--	--	--

No	Kualitas Produk (X2)	Tingkat Persetujuan				
		STS	TS	N	S	SS
<b>Pernyataan</b>						
<b>Kinerja (<i>performance</i>)</b>						
1	Handphone merek Samsung memiliki produk yang berkualitas					
<b>Fitur (<i>feature</i>)</b>						
2	Handphone merek Samsung memiliki fitur yang bervariasi					
<b>Kehandalan (<i>reliability</i>)</b>						
3	Handphone merek Samsung tidak mudah mengalami kerusakan					
<b>Kesesuaian (<i>conformance</i>)</b>						
4	Handphone merek Samsung sesuai dengan spesifikasi telepon pintar					
<b>Keindahan (<i>aesthetic</i>)</b>						
5	Handphone merek Samsung memiliki tampilan produk yang menarik					

NO	HARGA X3	Tingkat Persetujuan				
		STS	TS	N	S	SS
<b>Pernyataan</b>						
<b>Keterjangkauan Harga</b>						
1	Harga handphone merek Samsung terjangkau					
2	Harga bervariasi sesuai dengan nilai produk					
<b>Daya Saing Harga</b>						

3	Harga handphone merek Samsung dapat bersaing dengan handphone merek lain					
4	Harga handphone merek Samsung lebih murah dibanding dengan handphone merek lainnya					
<b>Kesesuaian harga dengan kualitas produk</b>						
5	Harga handphone merek Samsung sesuai dengan kualitas produk					
<b>Kesesuaian harga dengan manfaat produk</b>						
6	Harga handphone merek Samsung sesuai dengan manfaat yang saya rasakan					

No	Loyalitas (Y)	Tingkat Persetujuan				
		STS	TS	N	S	SS
<b>Pernyataan</b>						
<b>Repeat Purchases</b>						
1	Saya akan melakukan pembelian kembali Handphone merek Samsung					
2	Dari berbagai merek Handphone saya tetap memilih Handphone merek Samsung					
<b>Memberikan referensi/rekomendasi kepada orang lain</b>						
3	Saya akan merekomendasikan kepada orang disekitar saya untuk melakukan pembelian handphone merek Samsung					
<b>Memberi informasi Positif</b>						
4	Saya akan menyatakan hal-hal yang positif mengenai Handphone merek Samsung kepada orang lain					

### Lampiran 3: Tabulasi Data Kuesioner

#### Variabel Gaya Hidup (X1)

No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	Total X1
1	5	4	3	4	3	5	24
2	4	3	4	4	3	3	21
3	5	5	5	5	5	4	29
4	4	4	3	3	4	4	22
5	5	4	3	5	4	5	26
6	5	5	4	4	3	5	26
7	4	4	4	3	4	4	23
8	5	5	3	2	5	5	25
9	5	5	5	4	4	5	28
10	5	4	4	4	4	5	26
11	5	5	4	5	3	5	27
12	5	5	3	5	4	5	27
13	4	4	4	3	3	4	22
14	4	5	4	4	5	5	27
15	5	5	5	5	5	5	30
16	5	2	2	3	2	4	18
17	4	4	2	1	2	4	17
18	5	5	3	5	5	5	28
19	5	3	1	4	3	5	21
20	5	5	2	5	4	5	26
21	4	5	4	2	3	4	22
22	5	5	3	4	4	4	25
23	4	4	4	4	4	4	24
24	4	3	3	4	3	4	21
25	4	4	2	5	4	4	23
26	5	5	2	5	3	5	25
27	5	5	3	3	3	4	23
28	5	5	4	4	3	4	25
29	5	5	5	5	5	5	30
30	5	5	5	3	3	3	24
31	4	4	2	4	3	4	21
32	5	4	5	5	5	5	29
33	5	3	3	5	4	5	25
34	5	5	4	4	4	4	26
35	4	4	3	4	3	5	23

36	5	5	4	4	5	5	28
37	4	4	3	3	3	3	20
38	4	4	3	4	4	4	23
39	4	4	4	4	4	4	24
40	5	5	4	4	5	5	28
41	4	4	3	3	4	4	22
42	5	5	5	5	5	5	30
43	5	4	3	4	4	4	24
44	4	5	2	3	2	5	21
45	5	2	3	5	3	5	23
46	4	2	2	5	3	5	21
47	4	4	4	3	2	4	21
48	4	5	2	4	4	5	24
49	4	4	4	3	4	4	23
50	4	5	5	4	5	5	28
51	5	3	4	4	5	5	26
52	5	4	3	3	4	4	23
53	5	3	3	5	3	5	24
54	4	4	5	2	4	2	21
55	4	3	5	4	4	5	25
56	4	4	5	5	5	5	28
57	4	4	3	3	4	4	22
58	5	5	4	5	4	5	28
59	5	5	1	3	3	4	21
60	4	4	3	5	4	5	25
61	4	4	3	3	4	4	22
62	4	4	4	4	5	5	26
63	4	4	3	4	3	4	22
64	5	4	4	4	5	5	27
65	5	4	4	4	5	5	27
66	4	3	3	2	3	4	19
67	4	4	3	3	4	4	22
68	3	5	4	4	4	4	24
69	4	4	4	3	4	4	23
70	5	3	3	4	4	4	23
71	4	4	2	4	4	5	23
72	4	4	4	4	3	4	23
73	4	4	2	4	4	4	22
74	3	3	3	4	4	4	21
75	5	4	4	5	4	4	26
76	5	2	2	4	4	5	22

77	4	4	4	3	3	4	22
78	4	4	2	3	3	5	21
79	5	4	4	4	5	4	26
80	4	4	2	5	3	4	22
81	5	4	5	5	5	5	29
82	4	5	3	4	3	4	23
83	4	4	2	3	4	5	22
84	4	4	4	4	4	4	24
85	3	4	2	4	3	4	20
86	5	4	4	3	4	5	25
87	3	4	2	4	4	4	21
88	4	3	3	4	4	5	23
89	5	5	5	5	4	5	29
90	4	4	4	4	4	3	23
91	5	4	3	4	3	5	24
92	5	5	2	4	4	5	25
93	4	5	1	3	4	4	21
94	5	4	4	4	4	4	25
95	4	5	3	4	4	4	24
96	4	4	3	4	4	4	23
97	5	5	2	5	4	5	26
98	4	4	3	4	4	5	24
99	4	1	3	5	1	5	19
100	5	5	4	5	5	5	29

**Variabel Kualitas Produk (X2)**

No	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Total X2
1	5	5	5	5	5	25
2	3	4	3	3	3	16
3	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	4	20
5	5	5	3	4	5	22
6	5	5	5	4	5	24
7	4	4	5	5	4	22
8	5	5	4	5	3	22
9	5	5	4	4	5	23
10	4	5	4	5	5	23
11	5	5	3	5	5	23

12	5	5	4	5	5	24
13	4	4	3	5	4	20
14	5	4	3	4	4	20
15	4	5	4	5	5	23
16	4	5	3	4	5	21
17	5	5	5	4	3	22
18	5	5	5	5	4	24
19	5	4	5	5	5	24
20	5	5	4	5	5	24
21	4	4	3	4	3	18
22	4	4	3	4	4	19
23	4	5	3	4	4	20
24	4	4	3	4	5	20
25	4	4	4	5	5	22
26	5	4	4	5	4	22
27	4	4	3	3	4	18
28	5	4	5	5	4	23
29	5	5	5	5	5	25
30	4	4	3	4	2	17
31	4	4	4	4	3	19
32	5	5	5	5	5	25
33	5	5	4	5	5	24
34	5	5	5	5	4	24
35	4	4	4	3	4	19
36	5	5	4	5	5	24
37	3	4	3	3	4	17
38	5	5	3	4	4	21
39	4	4	3	4	4	19
40	5	5	4	5	5	24
41	4	3	4	3	3	17
42	5	5	5	5	5	25
43	4	3	3	4	4	18
44	5	4	2	4	5	20
45	4	5	2	5	5	21
46	4	5	2	5	5	21
47	4	4	4	4	4	20
48	5	5	4	5	5	24
49	5	4	4	4	4	21
50	5	5	4	4	4	22
51	5	5	5	5	5	25
52	4	4	4	4	4	20

53	3	5	5	4	4	21
54	2	4	3	5	2	16
55	5	5	2	5	5	22
56	5	5	5	5	5	25
57	5	5	4	4	4	22
58	5	5	4	4	5	23
59	5	5	4	5	4	23
60	5	4	4	4	4	21
61	4	4	3	4	4	19
62	4	5	4	4	5	22
63	4	4	4	5	4	21
64	5	5	5	4	4	23
65	5	5	5	5	5	25
66	4	4	4	4	3	19
67	4	4	4	4	4	20
68	3	4	4	3	4	18
69	4	4	4	5	4	21
70	3	3	3	4	2	15
71	5	5	5	5	4	24
72	4	4	4	4	4	20
73	4	4	4	4	4	20
74	4	4	4	4	4	20
75	3	5	3	4	3	18
76	5	5	3	5	4	22
77	4	3	3	4	4	18
78	3	3	5	4	3	18
79	3	4	3	4	3	17
80	4	4	4	4	3	19
81	5	4	2	4	5	20
82	4	4	5	5	5	23
83	4	4	3	3	4	18
84	4	4	5	5	4	22
85	4	4	2	3	4	17
86	5	5	5	5	5	25
87	4	4	3	4	4	19
88	5	5	3	5	5	23
89	5	5	5	5	5	25
90	4	4	4	4	4	20
91	4	4	5	3	2	18
92	5	5	2	5	5	22
93	4	5	5	4	4	22

94	4	5	4	5	5	23
95	3	4	4	4	4	19
96	4	4	3	4	4	19
97	5	5	3	5	5	23
98	4	5	3	5	5	22
99	5	5	3	5	5	23
100	5	5	5	5	5	25

### Variabel Harga (X3)

No	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	Total X3
1	5	5	5	5	4	4	28
2	3	4	3	4	3	4	21
3	4	4	4	4	4	4	24
4	3	5	5	3	5	5	26
5	5	5	4	5	4	5	28
6	5	5	4	4	5	5	28
7	4	5	5	2	4	4	24
8	3	4	3	2	4	4	20
9	4	4	4	3	4	4	23
10	5	4	5	3	4	4	25
11	5	5	5	3	5	5	28
12	3	5	4	3	4	4	23
13	4	4	2	4	4	5	23
14	4	4	5	5	5	4	27
15	5	5	5	5	5	5	30
16	3	5	4	3	4	4	23
17	4	5	4	1	4	4	22
18	5	5	5	4	4	5	28
19	4	5	5	2	4	4	24
20	4	5	5	3	5	5	27
21	4	5	4	3	4	4	24
22	4	5	4	3	4	4	24
23	3	4	5	3	4	4	23
24	4	4	4	4	4	4	24
25	4	5	5	2	5	5	26
26	3	5	4	2	4	4	22
27	4	4	4	3	4	4	23
28	4	5	5	2	5	4	25



29	5	5	5	5	5	5	30
30	3	4	3	3	4	4	21
31	4	4	3	4	4	4	23
32	5	5	5	5	5	5	30
33	5	5	5	3	4	5	27
34	3	4	4	3	4	4	22
35	4	4	4	2	3	3	20
36	5	5	4	3	5	4	26
37	3	4	4	1	4	3	19
38	4	4	4	3	4	4	23
39	3	3	2	4	4	4	20
40	3	5	5	3	5	5	26
41	2	3	4	2	3	3	17
42	5	5	5	5	5	5	30
43	3	4	3	3	4	3	20
44	2	4	5	2	4	5	22
45	4	4	4	3	4	4	23
46	2	5	5	1	5	5	23
47	4	4	4	3	4	4	23
48	4	5	5	3	5	5	27
49	4	5	5	2	4	4	24
50	4	5	3	4	5	4	25
51	4	5	5	3	5	5	27
52	4	4	4	3	4	4	23
53	5	3	4	4	4	4	24
54	4	2	4	4	4	3	21
55	2	5	5	1	5	5	23
56	4	4	5	4	5	5	27
57	3	5	4	3	5	5	25
58	4	4	4	4	4	5	25
59	3	4	5	3	4	5	24
60	4	4	4	3	4	4	23
61	5	4	4	3	4	4	24
62	4	4	4	4	4	4	24
63	3	5	5	3	4	4	24
64	5	5	5	4	5	4	28
65	5	5	4	4	5	5	28
66	4	4	4	2	3	3	20
67	3	4	4	3	4	4	22
68	5	4	4	4	3	4	24
69	4	4	4	3	4	4	23

70	5	4	5	3	3	5	25
71	4	4	3	3	4	5	23
72	3	4	4	2	4	4	21
73	4	4	4	4	4	4	24
74	3	4	4	3	4	4	22
75	3	5	5	4	4	5	26
76	2	5	5	2	5	5	24
77	3	4	4	3	4	4	22
78	5	5	3	4	4	4	25
79	4	4	5	4	3	4	24
80	4	5	5	4	4	5	27
81	5	5	5	5	5	5	30
82	3	4	4	3	4	4	22
83	4	5	4	3	4	4	24
84	4	4	4	3	4	4	23
85	3	4	2	4	4	4	21
86	3	5	3	5	5	3	24
87	3	4	4	2	4	4	21
88	4	5	5	3	4	4	25
89	4	5	5	5	5	5	29
90	2	5	4	2	3	4	20
91	4	4	5	4	5	4	26
92	4	5	5	2	5	5	26
93	4	4	4	4	4	3	23
94	4	4	2	2	4	4	20
95	4	3	3	2	2	3	17
96	4	4	3	3	3	3	20
97	1	5	4	2	5	5	22
98	1	5	4	2	5	4	21
99	2	5	4	1	4	4	20
100	4	5	5	5	5	5	29

### Variabel Loyalitas (Y)

No Responden	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Total Y
1	4	4	4	4	16
2	3	4	3	3	13
3	4	4	4	4	16
4	4	4	3	4	15
5	5	4	5	4	18
6	5	5	4	3	17
7	4	4	4	4	16
8	5	5	3	5	18
9	4	4	4	4	16
10	3	4	5	4	16
11	3	5	3	3	14
12	4	4	4	5	17
13	4	4	3	4	15
14	4	4	4	2	14
15	5	4	5	5	19
16	4	5	4	4	17
17	4	2	4	4	14
18	4	4	4	5	17
19	4	4	4	4	16
20	5	4	5	4	18
21	4	2	4	3	13
22	4	4	3	4	15
23	3	4	4	4	15
24	3	3	4	4	14
25	4	4	3	4	15
26	4	4	4	4	16
27	3	3	3	3	12
28	5	5	4	4	18
29	5	4	4	4	17
30	4	3	3	3	13
31	4	3	3	4	14
32	5	5	5	5	20
33	5	5	5	5	20
34	4	4	4	4	16
35	4	4	4	3	15
36	4	4	4	4	16
37	3	3	2	3	11
38	4	3	3	4	14

39	4	4	4	4	16
40	5	5	5	4	19
41	4	4	5	5	18
42	5	5	5	5	20
43	3	3	3	4	13
44	3	4	4	4	15
45	3	3	4	4	14
46	5	5	4	4	18
47	4	4	4	4	16
48	5	4	5	5	19
49	4	4	4	4	16
50	4	5	5	5	19
51	5	5	5	5	20
52	4	4	3	4	15
53	3	3	4	4	14
54	5	3	4	3	15
55	4	4	3	3	14
56	4	5	5	4	18
57	4	4	4	4	16
58	4	4	4	3	15
59	3	3	3	4	13
60	4	4	4	4	16
61	3	3	3	3	12
62	4	5	4	4	17
63	4	4	4	3	15
64	5	4	4	5	18
65	4	5	4	5	18
66	4	4	4	3	15
67	3	3	3	4	13
68	4	4	4	4	16
69	4	4	4	4	16
70	5	2	3	5	15
71	5	4	5	4	18
72	4	4	4	4	16
73	4	4	4	4	16
74	4	4	4	4	16
75	4	5	4	4	17
76	4	3	4	5	16
77	4	4	4	4	16
78	2	4	3	4	13
79	4	4	4	4	16

80	4	5	3	4	16
81	5	5	5	5	20
82	4	4	4	3	15
83	4	3	3	4	14
84	4	4	4	4	16
85	4	4	4	4	16
86	3	4	4	4	15
87	3	4	4	4	15
88	3	3	3	3	12
89	5	5	5	5	20
90	4	3	4	4	15
91	4	4	4	4	16
92	5	5	4	4	18
93	4	4	4	4	16
94	4	4	4	4	16
95	3	3	4	4	14
96	4	4	4	5	17
97	3	3	4	5	15
98	4	4	4	4	16
99	4	4	4	4	16
100	5	5	5	5	20

## Lampiran 4: Uji Validitas dan Reliabilitas

### 1. Uji Validitas

#### Gaya Hidup (X1)

Correlations								
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	Total_X 1
X1.1	Pearson Correlation	1	.187	.186	.309**	.225*	.382**	.569**
	Sig. (2-tailed)		.062	.064	.002	.024	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.187	1	.202*	-.002	.343**	.036	.513**
	Sig. (2-tailed)	.062		.044	.982	.000	.724	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.186	.202*	1	.142	.423**	-.035	.619**
	Sig. (2-tailed)	.064	.044		.160	.000	.733	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.309**	-.002	.142	1	.279**	.473**	.602**
	Sig. (2-tailed)	.002	.982	.160		.005	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.225*	.343**	.423**	.279**	1	.246*	.732**
	Sig. (2-tailed)	.024	.000	.000	.005		.014	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.6	Pearson Correlation	.382**	.036	-.035	.473**	.246*	1	.511**
	Sig. (2-tailed)	.000	.724	.733	.000	.014		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Total_X 1	Pearson Correlation	.569**	.513**	.619**	.602**	.732**	.511**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100
** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).								
* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).								

## Kualitas Produk (X2)

Correlations							
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Total_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.550**	.222*	.453**	.554**	.772**
	Sig. (2-tailed)		.000	.027	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.550**	1	.178	.508**	.553**	.754**
	Sig. (2-tailed)	.000		.076	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.222*	.178	1	.242*	.042	.534**
	Sig. (2-tailed)	.027	.076		.015	.675	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.453**	.508**	.242*	1	.482**	.738**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.015		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.554**	.553**	.042	.482**	1	.736**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.675	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Total_X2	Pearson Correlation	.772**	.754**	.534**	.738**	.736**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).							
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).							

## Harga (X3)

### Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	Total_X 3
X3.1	Pearson Correlation	1	.048	.152	.540**	.034	.123	.600**
	Sig. (2-tailed)		.634	.132	.000	.734	.223	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.048	1	.438**	-.005	.545**	.513**	.580**
	Sig. (2-tailed)	.634		.000	.962	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.152	.438**	1	.020	.382**	.456**	.607**
	Sig. (2-tailed)	.132	.000		.846	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.540**	-.005	.020	1	.209*	.203*	.626**
	Sig. (2-tailed)	.000	.962	.846		.037	.043	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson Correlation	.034	.545**	.382**	.209*	1	.568**	.651**
	Sig. (2-tailed)	.734	.000	.000	.037		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.6	Pearson Correlation	.123	.513**	.456**	.203*	.568**	1	.688**
	Sig. (2-tailed)	.223	.000	.000	.043	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Total_X 3	Pearson Correlation	.600**	.580**	.607**	.626**	.651**	.688**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).



## Loyalitas (Y)

Correlations						
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Total_Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.436**	.505**	.353**	.771**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y.2	Pearson Correlation	.436**	1	.441**	.265**	.736**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.008	.000
	N	100	100	100	100	100
Y.3	Pearson Correlation	.505**	.441**	1	.440**	.796**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y.4	Pearson Correlation	.353**	.265**	.440**	1	.676**
	Sig. (2-tailed)	.000	.008	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Total_Y	Pearson Correlation	.771**	.736**	.796**	.676**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

## 2. Uji Reliabilitas

### Gaya Hidup (X1)

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.618	6

### Kualitas Produk (X2)

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.722	5

### Harga (X3)

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.662	6

## Loyalitas (Y)

<b>Case Processing Summary</b>			
		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

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

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.732	4

## Lampiran 5: Analisis Hasil Penelitian

### 1. Regresi Linier Berganda

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	T	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	3.214	1.598		2.010	.047
	Total_X1	.203	.074	.286	2.729	.008
	Total_X2	.236	.078	.296	3.040	.003
	Total_X3	.119	.073	.171	1.617	.109

a. Dependent Variable: Total\_Y

### 2. Koefisien Determinasi

#### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.632 <sup>a</sup>	.400	.381	1.576

a. Predictors: (Constant), Total\_X3, Total\_X2, Total\_X1

### 3. Uji T

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	T	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	3.214	1.598		2.010	.047
	Total_X1	.203	.074	.286	2.729	.008
	Total_X2	.236	.078	.296	3.040	.003
	Total_X3	.119	.073	.171	1.617	.109

a. Dependent Variable: Total\_Y

#### 4. Uji F

##### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	158.924	3	52.975	21.329	.000 <sup>b</sup>
	Residual	238.436	96	2.484		
	Total	397.360	99			

a. Dependent Variable: Total\_Y

b. Predictors: (Constant), Total\_X3, Total\_X2, Total\_X1