

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

Kuesioner Pra Survei 30 Responden

Apakah anda mengetahui kosmetik Wardah?	<input type="checkbox"/> YA <input type="checkbox"/> BUKAN
Apakah produk kosmetik harian anda Wardah?	
Jika tidak, kosmetik merek apa yang anda pakai?	
Jika ya, apakah anda membeli dan memakai produk kosmetik Wardah berdasarkan kualitasnya?	
Apakah Wardah selalu mengeluarkan produk inovasi terbaru?	
Apakah anda merasa puas dengan kualitas dan inovasi produk yang dilakukan Wardah?	
Jika anda menggunakan kosmetik Wardah dan mengetahui kualitasnya, apakah anda akan merekomendasikan ke orang lain?	

KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth :

Bapak/Ibu/Saudara(i)

Di Tempat

Dengan hormat,

Bersama ini saya sampaikan bahwa saya bermaksud mengadakan penelitian pada masyarakat pengguna Wardah Kosmetik di Bandar Lampung. Penelitian ini dilaksanakan dalam rangka penulisan skripsi sebagai salah satu syarat dalam penyelesaian studi pada program Sarjana IBI Darmajaya Konsentrasi Manajemen Pemasaran, tentang “PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN INOVASI PRODUK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN WARDAH”.

Sehubungan dengan maksud diatas, saya mengharapkan bantuan Saudara untuk bersedia mengisi instrument penelitian ini sesuai dengan pendapat dan pengalaman yang dimiliki. Instrument ini dirancang sedemikian rupa sehingga tidak seorangpun dapat menelusuri sumber informasinya. Oleh karena itu saudara diharapkan dapat memberikan jawaban sejujur-jujurnya sesuai dengan keadaan sesungguhnya, dan jawaban tersebut tidak berpengaruh terhadap kondisi Saudara. Bantuan dan partisipasi Saudara merupakan sumbangan yang sangat berharga bagi terselenggaranya penelitian ilmiah ini. Dan untuk itu semuanya saya mengucapkan terima kasih.

Bandar Lampung, 2022

Peneliti

Mutmaina

1812110281

I . Petunjuk Pengisian

- 1 . Beri tanda ceklis (√) pada salah satu pilihan jawaban yang tersedia
- 2 . Ada lima alternative jawaban yang disiapkan, dimana kelima alternative tersebut dikembangkan atas dasar kategori dalam Skala Interval yaitu :
 - a. Sangat Setuju (SS)
 - b. Setuju (S)
 - c. Cukup Setuju (CS)
 - d. Tidak Setuju (TS)
 - e. Sangat Tidak Setuju (STS)
- 3 . Jawaban yang saudara berikan tidak satupun yang di anggap salah dan tetap dijamin kerahasiaanya.
- 4 . Ceklist penelitian ini dimanfaatkan untuk kepentingan penulisan skripsi bukan untuk kepentingan yang lain.
- 5 . Terima kasih atas jawaban yang saudara berikan

II . Identitas Responden

- 1 . Nama :
- 2 . Usia :
- 3 . Pendidikan Terakhir :
- 4 . Pekerjaan : Wiraswasta
 Pegawai
 Mahasiswa/Pelajar
 Lainnya :.....

Kualitas Produk						
No	Pernyataan	STP	TS	CS	S	SS
Manfaat						
1	Saya merasakan manfaat dari produk Wardah					
2	Kosmetik Wardah memiliki efek mencerahkan kulit wajah dan membantu menyamarkan noda hitam dan bekas jerawat pada kulit wajah					
Keunggulan						
3	Produk kosmetik Wardah rata-rata memiliki daya tahan yang baik, tahan hingga 12 jam					
4	Produk kosmetik Wardah cocok untuk kulit wajah dari remaja sampai dewasa					
Komposisi						
5	Produk kosmetik Wardah terbuat dari bahan-bahan yang aman dan halal					
6	Spesifikasi yang dimiliki produk Wardah sesuai dengan keterangan pada kemasan					

Inovasi Produk						
No	Pernyataan	STP	TS	CS	S	SS
Varian						
1	Produk lipstick wardah yang mengalami peningkatan menjadi exclusive matte lip cream lebih tahan lama untuk kegiatan sehari – hari saya.					
2	Produk serupa dengan foundation yang dikeluarkan oleh wardah dalam bentuk cushion lebih ringan dan aman untuk kulit saya.					
Kekhasan/Khusus						
3	Wardah adalah produk kosmetik pertama yang menonjolkan kehalalannya.					
4	Produk cushion wardah yang dilengkapi rembuk (sponge) di dalamnya membuat lebih praktis untuk digunakan setiap saat.					
Ciri/unsur Kebaruan						
5	Matte lipstick wardah yang memiliki kelebihan serupa dengan exclusive matte lip cream lebih murah dan memiliki perbandingan harga yang cukup berbeda jauh sehingga meringankan saya.					
6	Perkembangan kemasan produk lipstick wardah yang pas dan praktis memudahkan untuk beraktifitas kapanpun.					

Loyalitas Konsumen						
No	Pernyataan	STP	TS	CS	S	SS
Pembelian Ulang						
1	Saya akan membeli ulang produk wardah Kosmetik.					
2	Saya akan terus menggunakan wardah kosmetik.					
Membeli antar lini produk						
3	Saya selalu membeli produk wardah keluaran terbaru					
4	Selain produk kosmetiknya, saya juga membeli produk skin care wardah					
Merekomendasikan						
5	Saya merekomendasikan produk Wardah kepada orang lain					
6	Saya akan memberikan informasi positif tentang kosmetik wardah kepada keluarga/relasi/teman yang hendak membeli kosmetik					
Kepercayaan						
7	Saya tidak akan terpengaruh oleh daya tarik persaingan produk kosmetik lain yang sejenis dengan wardah					
8	Saya tidak akan berpindah pada produk lain selain produk Wardah					
9	Saya percaya sepenuhnya terhadap kualitas kosmetik Wardah					

Lampiran 2 Pengumpulan Data Jawaban Responden

1. Kualitas Produk (X1)

No	Pernyataan Kualitas Produk (X1)						TOTAL
	1	2	3	4	5	6	
1	5	5	5	5	5	5	30
2	5	4	4	5	4	4	26
3	4	4	5	5	5	5	28
4	5	4	4	5	5	5	28
5	5	5	4	5	5	5	29
6	5	4	5	5	5	5	29
7	5	4	4	5	5	5	28
8	4	5	4	4	5	5	27
9	3	3	4	4	4	4	22
10	4	5	4	4	5	5	27
11	4	4	4	5	5	4	26
12	5	5	4	5	4	5	28
13	4	5	5	5	5	5	29
14	5	4	4	5	4	4	26

15	4	4	4	4	3	4	23
16	4	4	5	5	5	5	28
17	4	4	5	5	5	5	28
18	5	5	4	4	4	5	27
19	4	4	4	5	5	5	27
20	5	4	5	5	5	5	29
21	4	4	4	4	5	4	25
22	5	5	4	4	5	5	28
23	5	5	3	4	5	4	26
24	3	4	4	5	5	4	25
25	4	4	4	5	5	5	27
26	5	5	5	5	5	5	30
27	5	4	5	5	5	5	29
28	4	3	3	4	4	3	21
29	5	5	5	4	5	4	28
30	5	3	2	3	5	4	22
31	5	5	4	4	4	4	26
32	5	5	5	5	5	5	30
33	4	5	5	5	5	5	29
34	4	5	4	5	5	5	28
35	4	5	4	4	4	4	25
36	4	5	4	4	4	3	24
37	4	5	5	5	5	5	29
38	4	4	4	4	5	4	25
39	4	4	4	5	5	4	26
40	5	4	5	5	4	5	28
41	4	4	4	4	4	3	23
42	4	4	4	4	4	4	24
43	3	4	4	3	4	3	21
44	4	3	3	4	3	4	21
45	5	5	5	4	4	5	28
46	4	4	3	5	4	5	25
47	3	3	5	2	4	4	21
48	4	5	5	4	3	5	26
49	4	3	4	5	5	5	26
50	5	5	3	4	5	4	26
51	5	3	4	4	5	5	26
52	4	5	4	4	5	4	26
53	4	3	4	4	4	5	24
54	4	4	4	5	4	4	25
55	4	4	5	5	4	5	27

56	4	4	5	4	4	4	25
57	4	5	4	4	4	4	25
58	4	2	3	4	5	3	21
59	4	4	4	5	4	4	25
60	4	5	5	4	5	5	28
61	4	4	4	5	5	5	27
62	5	5	4	4	5	4	27
63	4	5	4	5	4	5	27
64	4	3	4	4	5	3	23
65	4	5	4	4	5	5	27
66	4	4	4	4	5	5	26
67	5	4	5	4	4	3	25
68	4	5	4	5	4	5	27
69	5	5	5	4	5	4	28
70	4	3	4	4	4	4	23
71	5	4	5	4	5	4	27
72	4	4	4	5	5	4	26
73	5	5	4	3	5	5	27
74	4	3	3	5	5	5	25
75	4	4	5	5	4	4	26
76	4	4	4	4	5	4	25
77	5	5	3	4	4	4	25
78	5	4	3	4	4	3	23
79	4	4	5	5	4	5	27
80	5	4	5	5	4	3	26
81	5	5	5	5	5	5	30
82	5	5	4	4	4	3	25
83	4	4	5	5	4	5	27
84	4	5	4	5	4	5	27
85	4	4	4	5	4	3	24
86	4	4	4	5	5	5	27
87	4	5	4	4	3	3	23
88	4	5	4	4	5	4	26
89	4	5	4	4	4	3	24
90	4	4	3	4	3	4	22
91	5	4	4	5	4	5	27
92	4	5	4	4	4	4	25
93	4	3	4	3	4	4	22
94	4	4	3	3	4	4	22
95	5	5	5	4	5	4	28
96	5	4	5	5	5	5	29

97	5	5	5	4	4	4	27
98	5	5	5	4	5	4	28
99	5	4	5	5	5	4	28
100	5	5	5	5	5	5	30
101	3	5	5	3	3	5	24
102	4	4	5	4	5	5	27
103	4	4	5	4	5	4	26
104	5	5	4	5	4	5	28
105	3	3	4	4	5	5	24
106	3	5	5	5	4	3	25
107	4	5	3	5	3	5	25
108	5	4	5	4	5	5	28
109	4	4	4	5	5	4	26
110	3	5	5	5	5	4	27

2. Inovasi Produk (X2)

NO	Pernyataan Inovasi Produk (X2)						TOTAL
	1	2	3	4	5	6	
1	5	5	5	5	5	4	29
2	4	5	5	4	5	4	27
3	5	5	5	5	5	5	30
4	4	5	5	5	5	5	29
5	4	4	5	5	5	5	28
6	5	4	5	5	4	4	27
7	5	4	5	5	5	5	29
8	4	5	5	4	4	5	27
9	4	4	3	4	4	3	22
10	3	5	3	4	5	5	25
11	4	4	3	5	4	5	25
12	5	5	5	5	4	4	28
13	4	5	3	4	4	4	24
14	4	4	5	4	4	5	26
15	5	4	5	4	4	5	27
16	4	4	5	4	5	4	26
17	4	4	5	4	5	5	27
18	5	5	3	4	4	5	26
19	4	5	5	5	5	4	28
20	4	5	5	4	4	4	26
21	4	4	5	5	4	5	27
22	5	4	3	5	5	4	26

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

64	3	4	5	4	4	4	24
65	5	4	5	4	4	4	26
66	5	4	4	5	4	4	26
67	5	4	5	3	5	3	25
68	4	5	4	5	5	4	27
69	4	4	5	5	4	4	26
70	3	5	4	3	3	4	22
71	5	5	4	4	5	5	28
72	4	4	5	4	5	4	26
73	4	5	5	4	3	5	26
74	3	4	5	4	3	3	22
75	4	4	4	4	5	4	25
76	4	5	4	4	5	5	27
77	5	4	5	4	5	4	27
78	5	4	5	4	4	5	27
79	4	5	4	4	5	4	26
80	4	5	4	3	3	4	23
81	5	3	4	4	5	5	26
82	4	5	4	4	5	4	26
83	3	4	4	4	4	3	22
84	4	5	4	3	4	5	25
85	5	4	5	4	4	5	27
86	3	3	4	5	4	3	22
87	4	4	4	4	3	3	22
88	4	4	3	5	4	4	24
89	3	5	4	4	3	4	23
90	5	4	4	3	4	3	23
91	4	4	4	4	3	4	23
92	4	3	4	3	4	4	22
93	4	3	4	4	5	4	24
94	5	4	5	4	4	4	26
95	4	4	5	5	4	5	27
96	4	4	5	3	4	5	25
97	5	3	5	5	5	4	27
98	5	4	5	5	5	5	29
99	4	4	4	5	5	5	27
100	4	4	5	5	4	4	26
101	3	3	4	4	3	5	22
102	4	3	5	4	5	4	25
103	5	4	5	4	5	4	27
104	4	4	4	3	4	4	23

105	4	3	4	5	5	5	26
106	5	3	5	5	5	4	27
107	5	5	3	3	4	4	24
108	5	5	5	4	4	5	28
109	5	4	4	5	4	5	27
110	4	4	4	5	5	5	27

3. Loyalitas Konsumen (Y)

NO	Pernyataan Loyalitas Konsumen (Y)									TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
1	5	4	5	4	4	4	5	4	5	40
2	5	5	5	4	5	4	5	5	5	43
3	5	4	5	4	5	5	4	4	5	41
4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	44
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	44
6	4	5	5	4	4	5	4	4	5	40
7	4	4	4	4	4	5	4	4	5	38
8	4	4	4	4	4	5	4	5	5	39
9	3	3	3	4	4	3	3	4	4	31
10	5	2	5	4	4	4	5	5	4	38
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
12	5	4	5	5	5	4	5	4	5	42
13	4	4	5	5	4	4	4	5	5	40
14	4	4	4	4	4	4	5	4	4	37
15	4	4	4	4	3	5	5	4	4	37
16	5	5	4	5	4	4	4	5	5	41
17	5	5	3	4	4	5	4	4	4	38
18	5	5	4	5	5	4	5	5	4	42
19	5	4	5	5	5	5	5	4	4	42
20	5	5	4	4	5	5	4	4	5	41
21	5	4	5	5	4	4	4	5	4	40
22	5	4	4	5	4	4	5	4	5	40
23	5	5	3	3	4	4	5	5	5	39
24	4	4	4	5	5	5	5	5	5	42
25	4	4	4	4	4	5	3	3	4	35
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
28	4	4	2	4	3	3	4	3	5	32
29	5	5	4	5	5	5	4	5	5	43
30	5	4	4	5	4	5	5	4	5	41

31	4	5	4	4	4	4	3	4	4	36
32	5	4	3	4	3	4	3	4	4	34
33	5	4	4	3	4	4	3	4	4	35
34	5	5	5	5	4	5	4	4	4	41
35	4	3	4	3	4	4	3	4	4	33
36	4	4	4	4	4	4	3	4	4	35
37	4	4	5	5	5	4	5	5	4	41
38	5	5	4	5	4	5	5	5	4	42
39	4	3	3	3	3	4	3	3	5	31
40	4	4	4	5	5	5	5	5	4	41
41	4	3	4	3	4	4	3	4	4	33
42	4	4	4	3	4	4	3	4	4	34
43	4	3	3	3	3	4	4	4	3	31
44	4	3	4	3	4	4	3	3	3	31
45	5	4	4	4	5	4	4	4	4	38
46	4	5	4	4	4	5	5	4	4	39
47	5	2	4	4	5	4	2	2	3	31
48	5	4	5	5	4	4	3	4	5	39
49	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
50	4	4	2	4	4	4	4	4	4	34
51	5	3	3	4	4	5	3	4	4	35
52	5	4	4	4	5	5	3	3	4	37
53	4	3	3	4	5	5	3	4	4	35
54	4	4	5	5	4	4	4	5	5	40
55	5	4	4	4	5	4	5	4	4	39
56	5	4	4	4	4	5	3	4	5	38
57	4	4	5	4	4	5	4	4	5	39
58	4	4	2	4	4	4	2	2	5	31
59	4	4	5	4	4	5	3	4	5	38
60	5	5	5	4	4	5	5	4	5	42
61	5	4	5	4	4	4	4	4	5	39
62	5	4	5	4	5	4	5	4	5	41
63	4	4	4	5	4	4	4	4	4	37
64	4	4	4	3	3	4	4	4	4	34
65	4	5	4	5	4	4	4	4	4	38
66	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
67	4	5	4	5	3	5	4	5	4	39
68	5	5	4	4	4	4	4	5	5	40
69	5	5	4	3	4	4	4	5	5	39
70	4	3	3	3	4	3	4	4	4	32
71	5	5	5	4	4	4	5	4	5	41

72	4	4	5	5	4	4	4	5	4	39
73	5	4	4	5	4	5	5	4	5	41
74	5	4	3	3	4	5	3	3	5	35
75	4	4	5	4	4	5	5	4	5	40
76	4	5	4	4	5	5	4	4	4	39
77	5	4	5	4	5	4	3	5	4	39
78	5	4	4	4	5	4	5	4	5	40
79	5	4	5	4	5	4	5	4	4	40
80	5	4	5	4	5	5	4	5	4	41
81	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
82	5	5	4	5	4	5	4	5	4	41
83	4	4	4	4	5	5	5	4	4	39
84	5	5	4	4	5	4	5	4	5	41
85	5	4	5	4	5	4	5	4	5	41
86	4	5	5	5	5	4	4	5	4	41
87	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
88	5	4	4	5	4	4	5	4	4	39
89	4	4	5	4	5	4	5	4	4	39
90	5	4	5	4	4	4	3	5	4	38
91	4	4	3	5	4	4	4	4	4	36
92	4	4	4	5	4	4	4	4	4	37
93	4	5	4	5	4	5	4	3	4	38
94	4	4	5	4	4	5	4	5	4	39
95	5	5	4	4	4	5	5	4	5	41
96	5	4	5	5	5	5	5	4	5	43
97	4	4	5	4	5	4	5	4	5	40
98	4	4	4	5	5	5	5	5	4	41
99	5	4	5	5	5	4	5	4	5	42
100	5	4	5	5	4	5	5	4	5	42
101	5	4	3	3	5	5	5	4	5	39
102	4	4	5	4	4	5	5	4	4	39
103	4	5	5	4	4	4	4	5	4	39
104	4	3	4	5	5	4	5	4	5	39
105	3	4	5	5	5	5	3	4	4	38
106	5	3	4	3	5	5	5	4	5	39
107	4	5	3	4	4	4	5	5	3	37
108	5	5	5	4	4	4	5	5	5	42
109	4	4	5	5	5	4	3	5	5	40
110	4	4	3	5	5	5	3	4	4	37

Lampiran 3 Profil Responden

Statistics

		Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Tahun Pemakaian
N	Valid	110	110	110	110	110
	Missing	0	0	0	0	0

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Perempuan	110	100.0	100.0	100.0

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	>31 Tahun	4	3.6	3.6	3.6
	17-21 Tahun	15	13.6	13.6	17.3
	22-26 Tahun	67	60.9	60.9	78.2
	27-31 Tahun	24	21.8	21.8	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

Pendidikan Terakhir

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	D3	11	10.0	10.0	10.0
	S1	47	42.7	42.7	52.7
	S2	1	.9	.9	53.6
	SMA	51	46.4	46.4	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

Pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Belum Bekerja	3	2.7	2.7	2.7
Ibu Rumah Tangga	7	6.4	6.4	9.1
Karyawan Swasta	6	5.5	5.5	14.5
Mahasiswa/Pelajar	34	30.9	30.9	45.5
Valid Pegawai	30	27.3	27.3	72.7
Pegawai Swasta	1	.9	.9	73.6
Pengusaha	1	.9	.9	74.5
WIRASWASTA	28	25.5	25.5	100.0
Total	110	100.0	100.0	

Tahun Pemakaian

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2013	1	.9	.9	.9
2015	10	9.1	9.1	10.0
2016	21	19.1	19.1	29.1
2017	28	25.5	25.5	54.5
Valid 2018	29	26.4	26.4	80.9
2019	14	12.7	12.7	93.6
2020	5	4.5	4.5	98.2
2021	1	.9	.9	99.1
2022	1	.9	.9	100.0
Total	110	100.0	100.0	

Lampiran 4 Hasil Jawaban Responden

1. Kualitas Produk (X1)

item1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
3	8	7.3	7.3	7.3
Valid 4	61	55.5	55.5	62.7
5	41	37.3	37.3	100.0
Total	110	100.0	100.0	

item2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	1	.9	.9	.9
Valid 3	13	11.8	11.8	12.7
4	49	44.5	44.5	57.3
5	47	42.7	42.7	100.0
Total	110	100.0	100.0	

item3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	1	.9	.9	.9
Valid 3	12	10.9	10.9	11.8
4	57	51.8	51.8	63.6
5	40	36.4	36.4	100.0
Total	110	100.0	100.0	

item4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	1	.9	.9	.9
3	6	5.5	5.5	6.4
Valid 4	51	46.4	46.4	52.7
5	52	47.3	47.3	100.0
Total	110	100.0	100.0	

item5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
3	7	6.4	6.4	6.4
Valid 4	43	39.1	39.1	45.5
5	60	54.5	54.5	100.0
Total	110	100.0	100.0	

item6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
3	14	12.7	12.7	12.7
Valid 4	43	39.1	39.1	51.8
5	53	48.2	48.2	100.0
Total	110	100.0	100.0	

2. Inovasi Produk (X2)

item1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	1	.9	.9	.9
3	15	13.6	13.6	14.5
Valid 4	57	51.8	51.8	66.4
5	37	33.6	33.6	100.0
Total	110	100.0	100.0	

item2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
3	9	8.2	8.2	8.2
Valid 4	63	57.3	57.3	65.5
5	38	34.5	34.5	100.0
Total	110	100.0	100.0	

item3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
3	7	6.4	6.4	6.4
Valid 4	50	45.5	45.5	51.8
5	53	48.2	48.2	100.0
Total	110	100.0	100.0	

item4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	1	.9	.9	.9
3	14	12.7	12.7	13.6
Valid 4	55	50.0	50.0	63.6
5	40	36.4	36.4	100.0
Total	110	100.0	100.0	

item5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	1	.9	.9	.9
3	12	10.9	10.9	11.8
Valid 4	53	48.2	48.2	60.0
5	44	40.0	40.0	100.0
Total	110	100.0	100.0	

item6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
3	13	11.8	11.8	11.8
Valid 4	49	44.5	44.5	56.4
5	48	43.6	43.6	100.0
Total	110	100.0	100.0	

3. Loyalitas Konsumen (Y)

item1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
3	2	1.8	1.8	1.8
Valid 4	52	47.3	47.3	49.1
5	56	50.9	50.9	100.0
Total	110	100.0	100.0	

item2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	2	1.8	1.8	1.8
Valid 3	11	10.0	10.0	11.8
4	65	59.1	59.1	70.9
5	32	29.1	29.1	100.0
Total	110	100.0	100.0	

item3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	3	2.7	2.7	2.7
Valid 3	14	12.7	12.7	15.5
4	50	45.5	45.5	60.9
5	43	39.1	39.1	100.0
Total	110	100.0	100.0	

item4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	14	12.7	12.7	12.7
4	55	50.0	50.0	62.7

5	41	37.3	37.3	100.0
Total	110	100.0	100.0	

item5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
3	7	6.4	6.4	6.4
Valid 4	61	55.5	55.5	61.8
5	42	38.2	38.2	100.0
Total	110	100.0	100.0	

item6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
3	3	2.7	2.7	2.7
Valid 4	59	53.6	53.6	56.4
5	48	43.6	43.6	100.0
Total	110	100.0	100.0	

item7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	2	1.8	1.8	1.8
Valid 3	23	20.9	20.9	22.7
4	38	34.5	34.5	57.3
5	47	42.7	42.7	100.0
Total	110	100.0	100.0	

item8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	2	1.8	1.8	1.8
3	7	6.4	6.4	8.2
Valid 4	66	60.0	60.0	68.2
5	35	31.8	31.8	100.0
Total	110	100.0	100.0	

item9

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
3	4	3.6	3.6	3.6
Valid 4	55	50.0	50.0	53.6
5	51	46.4	46.4	100.0
Total	110	100.0	100.0	

Lampiran 5 Uji Validitas Kuesioner ke 30 Responden

1. Kualitas Produk (X1)

Correlations

		item1	item2	item3	item4	item5	item6	TOTAL
item1	Pearson Correlation	1	.366 ⁺	.015	.058	.077	.253	.465 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.047	.936	.759	.685	.177	.010
	N	30	30	30	30	30	30	30
item2	Pearson Correlation	.366 ⁺	1	.332	.115	.221	.498 ^{**}	.668 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.047		.073	.546	.241	.005	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
item3	Pearson Correlation	.015	.332	1	.634 ^{**}	.241	.548 ^{**}	.737 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.936	.073		.000	.200	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
item4	Pearson Correlation	.058	.115	.634 ^{**}	1	.212	.457 ⁺	.637 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.759	.546	.000		.262	.011	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
item5	Pearson Correlation	.077	.221	.241	.212	1	.447 ⁺	.535 ^{**}

	Sig. (2-tailed)	.685	.241	.200	.262		.013	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30
item6	Pearson Correlation	.253	.498**	.548**	.457*	.447*	1	.820**
	Sig. (2-tailed)	.177	.005	.002	.011	.013		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	.465**	.668**	.737**	.637**	.535**	.820**	1
	Sig. (2-tailed)	.010	.000	.000	.000	.002	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

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

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

2. Inovasi Produk (X2)

		Correlations						
		item1	item2	item3	item4	item5	item6	Total
item1	Pearson Correlation	1	.328	.094	.290	.135	.216	.683**
	Sig. (2-tailed)		.077	.620	.120	.478	.253	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
item2	Pearson Correlation	.328	1	-.014	-.097	.043	.150	.429*
	Sig. (2-tailed)	.077		.943	.609	.822	.429	.018
	N	30	30	30	30	30	30	30
item3	Pearson Correlation	.094	-.014	1	.048	-.072	.063	.491**
	Sig. (2-tailed)	.620	.943		.800	.706	.742	.006
	N	30	30	30	30	30	30	30
item4	Pearson Correlation	.290	-.097	.048	1	.367*	.128	.497**
	Sig. (2-tailed)	.120	.609	.800		.046	.501	.005
	N	30	30	30	30	30	30	30
item5	Pearson Correlation	.135	.043	-.072	.367*	1	.155	.454*
	Sig. (2-tailed)	.478	.822	.706	.046		.414	.012
	N	30	30	30	30	30	30	30
item6	Pearson Correlation	.216	.150	.063	.128	.155	1	.514**
	Sig. (2-tailed)	.253	.429	.742	.501	.414		.004
	N	30	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.683**	.429*	.491**	.497**	.454*	.514**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.018	.006	.005	.012	.004	
	N	30	30	30	30	30	30	30

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

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

3. Loyalitas Konsumen (Y)

Correlations

		item1	item2	item3	item4	item5	item6	item7	item8	item9	Total
item1	Pearson Correlation	1	.372 ⁺	.380 ⁺	.345	.505 ^{**}	.253	.545 ^{**}	.374 ⁺	.255	.725 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.043	.038	.062	.004	.177	.002	.042	.173	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item2	Pearson Correlation	.372 ⁺	1	-.056	.135	.356	.338	.100	.225	.381 ⁺	.513 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.043		.769	.478	.053	.067	.597	.233	.038	.004
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item3	Pearson Correlation	.380 ⁺	-.056	1	.389 ⁺	.490 ^{**}	.335	.335	.373 ⁺	.124	.639 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.038	.769		.033	.006	.070	.070	.042	.514	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item4	Pearson Correlation	.345	.135	.389 ⁺	1	.467 ^{**}	.187	.283	.371 ⁺	.169	.600 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.062	.478	.033		.009	.324	.130	.044	.373	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item5	Pearson Correlation	.505 ^{**}	.356	.490 ^{**}	.467 ^{**}	1	.392 ⁺	.301	.457 ⁺	.277	.772 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.004	.053	.006	.009		.032	.106	.011	.139	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item6	Pearson Correlation	.253	.338	.335	.187	.392 ⁺	1	.128	.124	.191	.544 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.177	.067	.070	.324	.032		.501	.515	.313	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item7	Pearson Correlation	.545 ^{**}	.100	.335	.283	.301	.128	1	.388 ⁺	.191	.593 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.002	.597	.070	.130	.106	.501		.034	.313	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item8	Pearson Correlation	.374 ⁺	.225	.373 ⁺	.371 ⁺	.457 ⁺	.124	.388 ⁺	1	.231	.644 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.042	.233	.042	.044	.011	.515	.034		.218	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item9	Pearson Correlation	.255	.381 ⁺	.124	.169	.277	.191	.191	.231	1	.478 ^{**}

	Sig. (2-tailed)	.173	.038	.514	.373	.139	.313	.313	.218		.008
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson										
	Correlation	.725**	.513**	.639**	.600**	.772**	.544**	.593**	.644**	.478**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.004	.000	.000	.000	.002	.001	.000	.008	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Lampiran 6 Uji Reliabilitas Kuesioner ke 30 Responden

1. Kualitas Produk (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.715	6

2. Inovasi Produk (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.617	6

3. Loyalitas Konsumen (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.787	9

Lampiran 7 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		110
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	2.40251753
	Absolute	.069
Most Extreme Differences	Positive	.033
	Negative	-.069
Kolmogorov-Smirnov Z		.720
Asymp. Sig. (2-tailed)		.678

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Lampiran 8 Uji Linier

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Loyalitas Konsumen * Kualitas Produk	Between Groups	(Combined)	536.879	9	59.653	8.696	.000
		Linearity	434.874	1	434.874	63.393	.000
		Deviation from Linearity	102.004	8	12.751	1.859	.075
	Within Groups	685.994	100	6.860			
	Total	1222.873	109				

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Loyalitas Konsumen * Inovasi Produk	(Combined)	513.883	9	57.098	8.053	.000
	Between Groups	471.386	1	471.386	66.487	.000
	Linearity	42.497	8	5.312	.749	.648
	Deviation from Linearity	708.990	100	7.090		
	Within Groups	1222.873	109			
Total						

Lampiran 9 Uji Multikolinier

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.645	3.097		2.469	.015	
	Kualitas Produk	.556	.122	.372	4.561	.000	.721
	Inovasi Produk	.647	.125	.424	5.197	.000	.721

a. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen

Lampiran 10 Uji Regresi Linier Berganda

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.596 ^a	.356	.350	2.701

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	434.874	1	434.874	59.602	.000 ^b
Residual	787.998	108	7.296		
Total	1222.873	109			

a. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen

b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	15.448	3.017		5.121	.000
Kualitas Produk	.890	.115	.596	7.720	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen