

LAMPIRAN

Pra-Survey

Responden yang terhormat, perkenalkan nama saya Antih dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen Universitas Esa Unggul, ingin melakukan pra survey untuk memenuhi tugas akhir. Bersama ini saya mengharapkan ketersediaan Bapak/Ibu/Saudara untuk mengisi daftar pertanyaan dalam kuesioner ini dengan tujuan sebagai data untuk penyusunan skripsi dengan judul : **“Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen Di Dunkin’ Donuts Supermall Karawaci, Tangerang.”**. Atas ketersediaan Bapak/Ibu/Saudara menjawab dengan sejujur-jujurnya dan sebaik-baiknya saya mengucapkan terima kasih.

Pertanyaan pra-survey

1. Apakah anda pernah makan di restoran/kedai donat?
 - a. Iya
 - b. Tidak
2. Restoran/kedai donat yang pernah dikunjungi? (boleh sebutkan lebih dari satu)
 Alasan :
3. Apakah anda lebih memilih makan di Dunkin Donuts?
 - a. Iya
 - b. Tidak
4. Berapa kali anda mengkonsumsi Dunkin Donuts dalam 3 bulan terakhir?
 - a. Belum Pernah
 - b.1 Kali
 - c. 2-3 Kali
5. Apa alasan anda memilih restoran Dunkin Donuts? (boleh sebutkan lebih dari satu)
 Alasan :
6. Apa alasan anda tidak memilih restoran Dunkin Donuts? (boleh sebutkan lebih dari satu)
 Alasan :
7. Mengapa anda lebih memilih restoran donat lain dibandingkan restoran Dunkin Donuts? (boleh sebutkan lebih dari satu)
 Alasan :

Lampiran II
Kuesioner Penelitian

- Perihal : Permohonan pengisian kuesioner penelitian
Judul : Pengaruh Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen Di Dunkin' Donuts Supermall Karawaci, Tangerang.
Kepada Yth : Bapak/Ibu/Saudara/I Konsumen Dunkin' Donuts di Supermall Karawaci, Tangerang.

Dalam rangka penulisan skripsi di Universitas Esa Unggul, Jakarta Barat sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Strata Satu (S1) konsentrasi Manajemen Pemasaran maka saya memohon dengan sangat kepada yang terhormat Bapak/Ibu/Saudara/I konsumen Dunkin Donuts Supermall Karawaci, Tangerang. untuk mengisi kuesioner yang telah disediakan.

Kuesioner ini bukan tes psikologi dari Universitas atau darimanapun, maka dari itu Bapak/Ibu/Saudara/I konsumen Dunkin' Donuts tidak perlu ragu-ragu dalam menjawab yang sejujurnya. Artinya semua jawaban yang diberikan adalah benar, dan jawaban yang diminta sesuai dengan kondisi yang dirasakan oleh Bapak/Ibu/saudara/I selama ini. Semua jawaban yang diberikan hanya sebatas untuk studi dan data dan akan saya jaga dengan baik.

Setiap jawaban yang diberikan merupakan bantuan yang tidak ternilai harganya bagi penelitian ini, atas perhatian dan bantuannya saya mengucapkan terima kasih

Hormat Saya,



ANTI
201511462

KUESIONER MENGENAI DATA DIRI PRIBADI

Petunjuk Pengisian Bagian 1

Pilihlah salah satu jawaban yang menurut anda tepat dan berikan tanda (X) atau (O) untuk menjawab setiap pertanyaan.

1. Nama :
2. Jenis Kelamin
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
3. Umur.....Tahun
4. Pekerjaan
 - a. Pegawai Swasta
 - b. Wirausaha
 - c. Pelajar/Mahasiswa
 - d. Ibu Rumah Tangga
5. Penghasilan perbulan
 - a. < Rp. 3.000.000
 - b. Rp. 3.000.000 – Rp. 5.000.000
 - c. > Rp. 5.000.000

Petunjuk Pengisian

1. Kuesioner ini terdiri dari pertanyaan dengan 4 alternative jawaban
2. Cara mengisi jawaban dengan cara memberik tanda Check List (√) pada kolom:
 - √ Sangat Tidak Setuju (STS)
 - √ Tidak Setuju (TS)
 - √ Setuju (S)
 - √ Sangat Setuju (SS)
3. Apabila anda merasa jawaban yang telah dipilih kurang tepat, maka dapat diperbaiki dengan memberi tanda sama dengan (=) pada jawaban yang dirasa kurang tepat tersebut, kemudian berilah tanda (√) pada jawaban yang tepat.

STS	TS	S	SS

No	Pernyataan	1	2	3	4
Loyalitas Pelanggan		STS	TS	S	SS
1	Saya sering membeli donat di Dunkin' Donuts				
2	Saya lebih menyukai membeli donat di Dunkin' Donuts daripada Merek lain				
3	Saya mengatakan hal positif tentang donat di Dunkin' Donuts kepada orang lain				
4	Saya merekomendasikan Dunkin' Donuts kepada teman dan keluarga				
5	Saya tidak mudah terpicat dengan produk lain selain Dunkin' Donuts				
6	Saya selalu menjadikan Dunkin' Donuts pilihan utama				
Kepuasan Konsumen		STS	TS	S	SS
7	Dunkin' Donuts memberikan kepuasan terhadap kualitas produk yang dijual				
8	Dunkin' Donuts memberikan kepuasan terhadap kualitas produk yang ditawarkan				
9	Karyawan Dunkin' Donuts memberikan pelayanan yang ramah				
10	Karyawan Dunkin' Donuts sigap saat diminta bantuan oleh konsumen				
11	Dunkin' Donuts memberikan kepuasan terhadap harga donat yang ditawarkan				
12	Dunkin' Donuts memberikan kepuasan harga dengan memberikan diskon/promo kepada konsumen				
Kualitas Produk		STS	TS	S	SS
13	Dunkin' Donuts memiliki aroma yang khas pada setiap makanannya				
14	Dunkin' Donuts memiliki rasa yang khas				
15	Dunkin' Donuts memiliki banyak pilihan rasa				
16	Dunkin' Donuts memiliki banyak pilihan menu donat dan menu minuman				
17	Produk Dunkin' Donuts sudah berlabel halal				
18	Produk Dunkin' Donuts menggunakan bahan-bahan yang alami dan aman				
Kualitas Pelayanan		STS	TS	S	SS
19	Karyawan Dunkin' Donuts berpenampilan rapih dan profesional				
20	Dunkin' Donuts memiliki fasilitas dan tempat yang memadai				

No	Pernyataan	1	2	3	4
21	Kendala karyawan Dunkin' Donuts dalam melayani masalah konsumen				
22	Karyawan Dunkin Donuts mempunyai pengetahuan untuk menjawab pertanyaan konsumen dengan tepat.				
23	Pelayanan yang diberikan karyawan Dunkin' Donuts cepat				
24	Ketanggapan karyawan Dukin Donuts dalam merespon semua pertanyaan konsumen				
25	Karyawan Dunkin' Donuts memberikan informasi yang jelas kepada konsumen dengan jelas				
26	Karyawan Trampil dalam melakukan pelayanan di Dunkin' Donuts				
27	Karyawan Dunkin' Donuts memperhatikan kebutuhan konsumen				
28	Karyawan Dunkin' Donuts sigap saat diminta bantuan				

Lampiran 3
Data Tabulasi Karakteristik 30 Responden

Keterangan		Jumlah Responden	Total
Jenis Kelamin	Laki-laki	18	30
	Perempuan	12	
Usia	17 - 25	14	30
	26 - 35	7	
	>35	9	
Pekerjaan	Pegawai Swasta	5	30
	Wirausaha	5	
	Pelajar/Mahasiswa	12	
	Ibu Rumah Tangga	8	
Penghasilan Perbulan	< Rp.3.000.000	13	30
	Rp.3.000.000 - Rp.5.000.000	9	
	>Rp.5.000.000	8	

Sumber: Data olahan primer, 2020.

Lampiran 4
Data Tabulasi Karakteristik 140 Responden

Keterangan		Jumlah Responden	Total
Jenis Kelamin	Laki-laki	78	140
	Perempuan	62	
Usia	17 - 25	58	140
	26 - 35	40	
	>35	42	
Pekerjaan	Pegawai Swasta	38	140
	Wirausaha	30	
	Pelajar/Mahasiswa	46	
	Ibu Rumah Tangga	26	
Penghasilan Perbulan	< Rp.3.000.000	64	140
	Rp.3.000.000 - Rp.5.000.000	47	
	>Rp.5.000.000	29	

Sumber: Data olahan primer, 2020.

Lampiran 5
Tabulasi Pre-Test 30 Responden
Kualitas Produk (X1)

No Responden	Kualitas Produk (X1)						Total
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	
1	3	3	3	3	3	3	18
2	3	3	3	3	4	4	20
3	3	3	3	3	4	2	18
4	3	4	3	3	3	3	19
5	4	3	3	3	3	3	19
6	3	1	1	2	2	2	11
7	3	3	3	3	2	3	17
8	4	3	4	3	4	3	21
9	3	4	3	4	3	3	20
10	4	4	3	4	2	2	19
11	4	4	4	4	4	3	23
12	3	3	3	3	3	2	17
13	3	3	3	3	3	3	18
14	3	3	3	3	3	3	18
15	3	3	4	3	4	1	18
16	3	3	3	3	3	3	18
17	4	3	3	3	4	4	21
18	3	3	4	3	4	4	21
19	4	3	3	4	3	2	19
20	3	4	3	3	3	3	19
21	4	4	3	4	2	3	20
22	4	3	4	3	3	1	18
23	4	4	4	3	3	3	21
24	3	2	3	3	4	2	17
25	3	3	3	3	3	2	17
26	3	4	4	3	4	3	21
27	3	4	3	3	3	3	19
28	4	4	3	4	3	3	21
29	3	3	3	3	3	3	18
30	3	3	3	3	4	4	20

**Tabulasi Pre-Test 30 Responden
Kualitas Pelayanan (X2)**

Kualitas Pelayanan (X2)										Total
X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	25
2	2	2	3	3	3	3	3	3	4	28
3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	31
1	1	2	2	2	2	3	4	3	3	23
3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	34
3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	34
3	3	2	2	2	2	3	4	3	3	27
3	2	2	2	2	3	3	3	3	4	27
3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	34
3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	35
3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	34
2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	24
2	2	2	3	3	3	2	3	3	4	27
3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	32
3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	35
3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	32
3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	34
3	2	2	2	2	1	2	3	3	4	24
3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	34
3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	32
3	3	3	3	4	3	3	4	4	2	32
3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	34
3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	34
3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	34
3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	34
3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	34
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	32
3	3	3	3	2	2	2	2	4	4	28
3	3	3	3	4	3	3	1	1	1	25

Tabulasi Pre-Test 30 Responden
Loyalitas Pelanggan & Kepuasan Konsumen

Loyalitas Pelanggan (Y)						Total	Kepuasan Konsumen (Z)						Total
Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6		Z.1	Z.2	Z.3	Z.4	Z.5	Z.6	
3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	18
2	3	3	3	3	3	17	2	2	2	2	2	3	13
3	3	3	3	3	4	19	2	2	2	3	3	3	15
3	3	3	3	3	4	19	3	3	3	3	3	3	18
2	2	3	4	3	3	17	1	1	2	2	2	2	10
4	3	3	4	4	4	22	3	3	3	3	4	3	19
4	3	3	4	4	4	22	3	3	3	3	4	3	19
2	2	3	4	3	3	17	3	3	2	2	2	2	14
2	3	3	3	3	4	18	3	2	2	2	2	3	14
4	3	3	4	4	4	22	3	3	3	3	4	3	19
4	3	4	4	4	4	23	3	3	3	3	4	3	19
4	3	3	4	4	4	22	3	3	3	3	4	3	19
2	2	3	3	3	3	16	2	2	2	2	2	2	12
3	3	2	3	3	4	18	2	2	2	3	3	3	15
3	4	3	3	3	4	20	3	3	3	3	3	4	19
4	3	4	4	4	4	23	3	3	3	3	4	3	19
4	3	3	4	3	3	20	3	3	3	3	4	3	19
4	3	3	4	4	4	22	3	3	3	3	4	3	19
2	1	2	3	3	4	15	3	2	2	2	2	1	12
4	3	3	4	4	4	22	3	3	3	3	4	3	19
4	3	3	3	3	4	20	3	3	3	3	4	3	19
4	3	3	4	4	2	20	3	3	3	3	4	3	19
4	3	3	4	4	4	22	3	3	3	3	4	3	19
4	3	3	4	4	4	22	3	3	3	3	4	3	19
4	3	3	4	4	4	22	3	3	3	3	4	3	19
4	3	3	4	4	4	22	3	3	3	3	4	3	19
3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	18
4	3	3	4	3	3	20	3	3	3	3	4	3	19
2	2	2	2	4	4	16	3	3	3	3	2	2	16
4	3	3	1	1	1	13	3	3	3	3	4	3	19

Lampiran 6
 Tabulasi 140 Responden Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Loyalitas
 Pelanggan dan Kepuasan Konsumen

No Responden	Kualitas Produk (X1)						Total	Kualitas Pelayanan (X2)										Total	Loyalitas Pelanggan (Y)						Total	Kepuasan Konsumen (Z)						Total					
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10		X2.11	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5		Y.6	Z.1	Z.2	Z.3	Z.4	Z.5		Z.6				
1	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3	3	3	3	3	3	18	4	3	4	3	3	3	20
2	4	4	3	4	3	3	21	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	35	4	3	4	4	4	3	22	3	3	3	4	3	4	20
3	3	4	3	3	4	3	20	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	34	2	2	2	2	2	2	12	4	3	3	4	4	4	22
4	3	4	3	4	4	3	21	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	35	4	4	4	4	4	4	24	4	3	4	4	4	4	23
5	3	4	3	3	4	3	20	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	34	3	4	4	3	4	3	21	4	3	3	4	4	4	22
6	2	2	2	3	3	2	14	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	3	18	2	2	3	3	3	3	16
7	3	3	3	2	3	3	17	2	2	2	3	3	3	2	3	3	4	27	3	3	3	4	4	27	3	3	4	4	2	19	3	3	2	3	3	4	18
8	3	3	4	3	3	4	20	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	32	4	4	2	2	2	3	17	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	20	
9	3	4	3	4	4	3	21	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	35	3	3	3	3	3	3	18	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	23	
10	3	4	3	3	4	3	20	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	36	4	3	3	4	4	4	22	3	4	4	22	3	4	4	4	4	4	2	20
11	2	3	3	3	3	3	17	4	3	2	2	3	3	3	3	3	3	29	3	3	3	3	3	3	18	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	18	
12	4	4	3	4	3	3	21	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	34	4	3	4	4	3	3	21	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	20	
13	3	3	4	3	3	4	20	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	33	3	4	3	3	3	3	19	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	19	
14	3	3	3	4	3	3	19	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	32	3	3	4	3	3	4	20	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	20
15	4	1	2	3	2	2	14	3	4	4	4	1	2	3	2	2	2	28	1	2	3	2	2	3	13	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	20
16	4	3	3	2	2	3	17	3	2	4	4	3	3	2	2	3	2	28	3	3	2	2	3	2	15	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	13	
17	3	3	2	1	2	2	13	2	3	3	3	3	2	1	2	1	1	21	3	2	1	2	1	1	10	1	2	3	1	1	2	1	1	2	1	2	10
18	3	3	4	2	4	4	20	2	3	1	3	3	4	2	4	2	2	26	3	4	2	4	2	2	17	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	12	
19	4	2	1	3	3	1	14	4	3	3	4	2	1	3	3	2	1	26	2	1	3	3	2	1	12	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	22	
20	3	3	4	3	3	4	20	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	33	3	4	3	3	3	3	19	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	19	
21	3	3	3	4	3	3	19	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	32	3	3	4	3	4	20	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	20	
22	4	1	2	3	2	2	14	3	4	4	4	1	2	3	2	2	3	28	1	2	3	2	2	3	13	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	20	
23	4	3	3	2	2	3	17	3	2	4	4	3	3	2	2	3	2	28	3	3	2	2	3	2	15	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	13	
24	2	2	2	1	2	2	11	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	19	2	2	1	2	2	2	11	1	2	2	2	1	1	2	1	2	1	10	
25	2	2	2	2	2	2	12	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	18	2	2	2	2	2	1	11	2	2	2	1	2	2	1	2	2	11		
26	3	2	2	2	3	2	14	2	3	4	3	2	2	2	3	3	3	27	2	2	2	3	3	15	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	12	
27	2	2	2	1	2	2	11	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	19	2	2	1	2	2	2	11	1	1	2	2	1	1	2	1	1	8		
28	3	3	2	2	3	2	15	3	3	1	3	3	2	2	3	3	3	26	3	2	2	3	3	16	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	14		
29	3	3	4	3	3	4	20	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	33	3	4	3	3	3	3	19	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	19	
30	3	4	3	3	4	3	20	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	34	2	2	2	2	2	12	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	22	
31	3	4	3	4	4	3	21	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	35	4	4	4	4	4	24	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	23	
32	3	4	3	3	4	3	20	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	34	3	4	4	3	4	3	21	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	22	
33	2	2	2	3	3	2	14	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	18	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	16	
34	3	3	3	2	3	3	17	2	2	2	3	3	2	3	3	3	4	27	3	3	3	4	4	2	19	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	18	
35	3	3	4	3	3	4	20	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	32	4	4	2	2	2	3	17	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	20	
36	3	4	3	4	4	3	21	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	35	3	3	3	3	3	18	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	23	
37	2	2	2	1	2	2	11	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	19	2	2	1	2	2	11	1	1	2	2	2	1	1	2	1	2	9		
38	2	3	1	1	2	1	10	2	3	2	2	3	1	1	2	2	1	19	3	1	1	2	2	1	10	1	1	1	2	1	1	2	1	1	7		
39	2	2	1	1	2	1	9	2	3	1	2	2	1	1	2	2	1	17	2	1	1	2	2	1	9	2	1	1	1	1	2	1	1	2	1	8	
40	2	2	2	2	2	2	12	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	18	2	2	2	2	2	12	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	12	
41	2	1	2	1	2	2	10	1	2	1	2	1	2	1	2	2	1	15	1	2	1	2	2	1	9	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	8	
42	2	2	2	1	2	2	11	2	2	3	2	2	2	1	2	2	2	20	2	2	1	2	2	11	1	1	2	3	1	1	2	1	2	1	2	10	
43	2	2	2	2	2	2	12	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	22	2	2	2	2	3	2	13	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	12	
44	3	3	3	3	3	3	18	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	32	3	3	3	3	4	3	19	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	18	
45	2	2	2	2	2	2	12	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	23	2	2	2	2	2	2	12	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	12
46	4	4	3	3	4	3	21	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	34	4	3	3	4	3	3	20	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	21	
47	2	3	4	3	4	4	20	3	4	3	2	3	4	3	4	3	3	32	3	4	3	4	3	3	20	3	2	3	4	3	4	3	4	3	4	19	
48	4	3	2	3	3	2	17	4	3	3	4	3	2	3	3	4	4	33	3	2	3	3	4	19	4	3	2	4	3	4	3	2	4	3	2	18	
49	3	4	3	3	4	3	20	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	33	4	3	3	4	3	3	20	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	22	
50	2	2	2	2	3	2	13	3	2	3	2	2	2	2	3	3	3	25	2	2	2	3	3	15	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	11	
51	4	3	4	2	1	4	18	3	2	3	4	3	4	2	1	1	3	26	3	4	2	1	1	3	14	3	2	3	3	4	3	4	3	4	4	19	

Tabulasi 140 Responden Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pelanggan dan Kepuasan Konsumen

70	2	2	2	1	2	2	11	2	2	2	2	2	2	2	2	19	2	2	1	2	2	2	11	1	2	2	2	1	2	10		
71	2	2	2	2	2	2	12	2	2	1	2	2	2	2	2	2	18	2	2	2	2	2	1	11	2	2	2	1	2	11		
72	3	2	2	2	3	2	14	2	3	4	3	2	2	2	3	3	27	2	2	2	3	3	3	15	2	2	2	2	2	12		
73	2	2	2	1	2	2	11	2	2	2	2	2	2	1	2	2	19	2	2	1	2	2	2	11	1	1	2	2	1	8		
74	4	4	3	4	4	3	22	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39	4	3	4	4	4	4	23	4	4	4	4	3	23		
75	2	2	2	2	2	2	12	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20	2	2	2	2	2	2	12	2	2	2	2	2	12		
76	4	4	4	3	2	4	21	4	3	3	4	4	4	3	2	2	4	33	4	4	3	2	2	4	19	2	1	3	2	12		
77	3	4	3	3	4	3	20	3	3	3	3	4	3	3	4	4	34	2	2	2	2	2	2	12	4	3	3	4	4	22		
78	3	4	3	4	4	3	21	3	3	3	3	4	3	4	4	4	35	4	4	4	4	4	4	24	4	3	4	4	4	23		
79	3	4	3	3	4	3	20	3	3	3	3	4	3	3	4	4	34	3	4	4	3	4	3	21	4	3	3	4	4	22		
80	2	2	2	3	3	2	14	2	2	2	2	2	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	3	18	2	2	3	3	3	16		
81	3	3	3	2	3	3	17	2	2	2	3	3	3	2	3	3	4	27	3	3	3	4	4	2	19	3	3	2	3	18		
82	3	3	4	3	3	4	20	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	32	4	4	2	2	2	3	17	3	4	3	3	4	18	
83	2	2	2	2	2	2	12	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20	2	2	2	2	2	2	12	2	2	2	2	2	12		
84	4	4	4	3	2	4	21	4	3	3	4	4	4	3	2	2	4	33	4	4	3	2	2	4	19	2	1	3	3	2	12	
85	3	4	3	3	4	3	20	3	3	3	3	4	3	3	4	4	34	2	2	2	2	2	2	12	4	3	3	4	4	22		
86	3	4	3	4	4	3	21	3	3	3	3	4	3	4	4	4	35	4	4	4	4	4	4	24	4	3	4	4	4	23		
87	3	4	3	3	4	3	20	3	3	3	3	4	3	3	4	4	34	3	4	4	3	4	3	21	4	3	3	4	4	22		
88	3	4	3	3	4	3	20	3	4	3	3	4	3	3	4	4	34	4	3	3	4	4	3	21	4	4	3	2	2	19		
89	4	2	1	3	3	1	14	4	3	3	4	2	1	3	3	2	1	26	2	1	3	3	2	1	12	3	4	3	4	4	21	
90	4	2	3	3	2	3	17	3	4	4	4	2	3	3	2	2	4	31	2	3	3	2	2	4	16	3	4	3	4	4	22	
91	3	3	3	4	3	3	19	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	31	3	3	4	3	3	3	19	4	3	3	4	4	21	
92	3	3	3	3	3	3	18	3	4	1	3	3	3	3	3	3	29	3	3	3	3	3	3	18	4	3	3	4	3	20		
93	3	4	3	4	4	3	21	4	3	4	3	4	3	4	4	4	37	4	3	4	4	4	4	23	3	4	4	4	3	21		
94	4	3	4	2	1	4	18	3	2	3	4	3	4	2	1	1	3	26	3	4	2	1	1	3	14	3	2	3	3	4	19	
95	4	2	3	4	3	3	19	4	3	2	4	2	3	4	3	3	4	32	2	3	4	3	3	4	19	4	3	3	4	3	20	
96	2	2	2	2	2	2	12	2	2	2	2	2	2	2	2	2	19	2	2	2	1	2	2	11	2	2	2	1	2	11		
97	2	2	2	1	1	2	10	2	2	1	2	2	2	1	1	2	17	2	2	1	1	2	2	10	1	2	2	1	2	8		
98	2	1	2	1	2	2	10	2	1	1	2	1	2	1	2	1	14	1	2	1	2	1	1	8	1	2	1	1	1	7		
99	3	3	3	4	3	3	19	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	33	3	3	4	3	3	4	20	3	3	4	4	4	20	
100	4	1	2	3	2	2	14	4	3	3	4	1	2	3	2	2	3	27	1	2	3	2	2	3	13	4	3	2	4	3	18	
101	4	3	3	4	3	3	20	4	3	2	4	3	3	4	3	4	3	33	3	3	4	3	4	3	20	3	4	3	4	4	22	
102	4	4	3	4	3	3	21	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	35	4	3	4	3	4	3	21	4	3	3	4	4	21	
103	3	3	2	3	4	2	17	4	3	3	3	2	3	4	3	4	32	3	2	3	4	3	4	19	2	1	3	3	2	1	12	
104	4	4	3	2	4	3	20	4	4	4	4	4	3	2	4	3	2	34	4	3	2	4	3	2	18	2	3	3	2	2	16	
105	3	3	4	3	4	4	21	3	3	3	3	4	3	4	4	4	34	3	4	3	4	4	4	22	3	3	4	3	3	19		
106	4	2	1	3	3	1	14	4	3	3	4	2	1	3	3	2	1	26	2	1	3	3	2	1	12	3	4	3	4	4	22	
107	4	2	3	3	2	3	17	3	4	4	4	2	3	3	2	2	4	31	2	3	3	2	2	4	16	3	4	3	4	4	22	
108	3	3	3	4	3	3	19	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	31	3	3	4	3	3	3	19	4	3	3	4	4	21	
109	2	2	2	2	2	2	12	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20	2	2	2	2	2	2	12	2	2	2	2	2	12		
110	4	4	4	3	2	4	21	4	3	3	4	4	4	3	2	2	4	33	4	4	3	2	2	4	19	2	1	3	3	2	12	
111	3	4	3	4	3	3	20	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	34	4	3	4	3	4	3	21	4	3	3	4	4	21	
112	4	3	4	4	3	3	20	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	32	3	3	4	3	3	3	19	3	4	3	3	3	19	
113	3	4	4	3	3	4	21	3	3	2	3	4	4	3	3	3	4	32	3	4	3	3	4	20	3	4	4	4	3	21		
114	3	2	2	2	2	2	13	3	2	2	3	2	2	2	2	3	3	24	2	2	2	2	3	3	14	2	2	2	2	2	12	
115	3	4	3	3	4	3	20	4	3	4	3	4	3	3	4	4	36	4	3	3	4	4	4	22	3	4	3	4	4	2	20	
116	2	3	3	3	3	3	17	4	3	2	2	3	3	3	3	3	29	3	3	3	3	3	3	18	4	3	3	3	2	3	18	
117	4	4	3	4	4	3	22	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39	4	3	4	4	4	4	23	4	4	4	4	4	23		
118	2	3	4	3	4	4	20	3	3	4	2	3	4	3	4	4	2	32	3	4	3	4	4	2	20	3	4	2	1	1	14	
119	4	4	3	3	3	3	20	4	4	3	4	4	3	3	2	3	33	4	3	3	2	3	3	18	2	3	4	3	3	4	19	
120	3	4	4	3	4	4	22	3	4	4	3	4	3	4	3	4	36	4	4	3	4	3	4	22	1	2	3	2	2	3	13	
121	4	4	4	3	2	4	21	4	3	3	4	4	4	3	2	2	4	33	4	4	3	2	2	4	19	2	1	3	3	2	12	
122	4	4	3	4	4	3	22	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	37	4	3	4	4	3	4	22	4	4	4	4	4	19	
123	3	3	4	3	3	4	20	4	4	3	3	4	3	3	4	3	33	3	4	3	3	3	3	19	3	3	3	3	4	3	21	
124	4	2	1	3	3	1	14	4	3	3	4	2	1	3	3	2	1	26	2	1	3	3	2	1	12	3	4	3	4	4	22	
125	4	2	3	3	2	3	17	3	4	4	4	2	3	3	2	2	4	31	2	3	3	2	2	4	16	3	4	3	4	4	22	
126	3	3	4	3	3	3	19	3	3	3	3	3	4	3	3	3	31	3	3	4	3	3	3	19	4	3	3	4	4	3	21	
127	3	4	3	3	4	3	20	3	3	3	3	4	3	3	4	4	34	3	4	4	3	4	3	21	4	3	3	4	4	4	22	
128	2	2	2	3	3	2	14	2	2	2	2	2	2	3	3	3	24	3	3	3	3	3	3	18	2	2	3	3	3	3	16	
129	3	3	3	2	3	3	17	2	2	2	3	3	3	2	3	3	4	27	3	3	3	4	4	2	19	3	3	2	3	3	4	18
130	3	3	4	3	3	4	20	3	3	3	3	4	3	3	3	4	32	4	4	2	2	2	3	17	3	4	3	3	3	4	20	
131	3	4	3	4	4</																											

Lampiran 7
Tabel r – Product Moment

Tabel r untuk df = 1 - 50

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541

Lampiran 8
Uji Validitas
Kualitas Produk

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	Total_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.282	.283	.520**	-.108	-.062	.450*
	Sig. (2-tailed)		.130	.129	.003	.569	.745	.013
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	.282	1	.500**	.643**	-.031	.238	.738**
	Sig. (2-tailed)	.130		.005	.000	.873	.204	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	.283	.500**	1	.274	.526**	.013	.729**
	Sig. (2-tailed)	.129	.005		.143	.003	.948	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	.520**	.643**	.274	1	-.113	.016	.585**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.143		.554	.933	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1.5	Pearson Correlation	-.108	-.031	.526**	-.113	1	.228	.483**
	Sig. (2-tailed)	.569	.873	.003	.554		.226	.007
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1.6	Pearson Correlation	-.062	.238	.013	.016	.228	1	.504**
	Sig. (2-tailed)	.745	.204	.948	.933	.226		.005
	N	30	30	30	30	30	30	30
Total_X1	Pearson Correlation	.450*	.738**	.729**	.585**	.483**	.504**	1
	Sig. (2-tailed)	.013	.000	.000	.001	.007	.005	
	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).

**Uji Validitas
Kualitas Pelayanan**

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	Total_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.875**	.697**	.490**	.506**	.268	.138	.078	.253	.137	.629**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.006	.004	.152	.468	.682	.177	.470	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	.875**	1	.864**	.716**	.680**	.457*	.277	.157	.314	.049	.762**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.011	.138	.407	.091	.799	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	.697**	.864**	1	.829**	.787**	.530**	.321	.182	.364*	.056	.802**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.003	.084	.336	.048	.768	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.4	Pearson Correlation	.490**	.716**	.829**	1	.803**	.639**	.164	.093	.302	.163	.748**
	Sig. (2-tailed)	.006	.000	.000		.000	.000	.387	.626	.105	.389	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.5	Pearson Correlation	.506**	.680**	.787**	.803**	1	.590**	.428*	.410*	.363*	.075	.839**
	Sig. (2-tailed)	.004	.000	.000	.000		.001	.018	.024	.048	.694	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.6	Pearson Correlation	.268	.457*	.530**	.639**	.590**	1	.445*	.119	.096	.074	.597**
	Sig. (2-tailed)	.152	.011	.003	.000	.001		.014	.532	.613	.696	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.7	Pearson Correlation	.138	.277	.321	.164	.428*	.445*	1	.396*	.173	-.050	.471**
	Sig. (2-tailed)	.468	.138	.084	.387	.018	.014		.031	.361	.795	.009
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.8	Pearson Correlation	.078	.157	.182	.093	.410*	.119	.396*	1	.728**	.394*	.606**
	Sig. (2-tailed)	.682	.407	.336	.626	.024	.532	.031		.000	.031	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.9	Pearson Correlation	.253	.314	.364*	.302	.363*	.096	.173	.728**	1	.646**	.700**
	Sig. (2-tailed)	.177	.091	.048	.105	.048	.613	.361	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.10	Pearson Correlation	.137	.049	.056	.163	.075	.074	-.050	.394*	.646**	1	.448*
	Sig. (2-tailed)	.470	.799	.768	.389	.694	.696	.795	.031	.000		.013
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Total_X2	Pearson Correlation	.629**	.762**	.802**	.748**	.839**	.597**	.471**	.606**	.700**	.448*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.009	.000	.000	.013	
	N	30	30	30	30	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).

**Uji Validitas
Loyalitas Pelanggan**

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Total_Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.590**	.428*	.410*	.363*	.075	.730**
	Sig. (2-tailed)		.001	.018	.024	.048	.694	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y.2	Pearson Correlation	.590**	1	.445*	.119	.096	.074	.536**
	Sig. (2-tailed)	.001		.014	.532	.613	.696	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y.3	Pearson Correlation	.428*	.445*	1	.396*	.173	-.050	.521**
	Sig. (2-tailed)	.018	.014		.031	.361	.795	.003
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y.4	Pearson Correlation	.410*	.119	.396*	1	.728**	.394*	.786**
	Sig. (2-tailed)	.024	.532	.031		.000	.031	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y.5	Pearson Correlation	.363*	.096	.173	.728**	1	.646**	.795**
	Sig. (2-tailed)	.048	.613	.361	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y.6	Pearson Correlation	.075	.074	-.050	.394*	.646**	1	.579**
	Sig. (2-tailed)	.694	.696	.795	.031	.000		.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
Total_Y	Pearson Correlation	.730**	.536**	.521**	.786**	.795**	.579**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.003	.000	.000	.001	
	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).

**Uji Validitas
Kepuasan Konsumen**

Correlations

		Z.1	Z.2	Z.3	Z.4	Z.5	Z.6	Total_Z
Z.1	Pearson Correlation	1	.875**	.697**	.490**	.506**	.268	.742**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.006	.004	.152	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Z.2	Pearson Correlation	.875**	1	.864**	.716**	.680**	.457*	.896**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.011	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Z.3	Pearson Correlation	.697**	.864**	1	.829**	.787**	.530**	.925**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.003	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Z.4	Pearson Correlation	.490**	.716**	.829**	1	.803**	.639**	.883**
	Sig. (2-tailed)	.006	.000	.000		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Z.5	Pearson Correlation	.506**	.680**	.787**	.803**	1	.590**	.894**
	Sig. (2-tailed)	.004	.000	.000	.000		.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Z.6	Pearson Correlation	.268	.457*	.530**	.639**	.590**	1	.695**
	Sig. (2-tailed)	.152	.011	.003	.000	.001		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Total_Z	Pearson Correlation	.742**	.896**	.925**	.883**	.894**	.695**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	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).

Lampiran 9
Uji Reliabilitas
Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pelanggan
dan Kepuasan Konsumen

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.897	28

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	82.9667	76.585	.019	.901
X1.2	83.0667	74.271	.192	.899
X1.3	83.1333	74.464	.211	.898
X1.4	83.1333	76.602	.020	.900
X1.5	83.1000	77.748	-.104	.905
X1.6	83.5333	78.809	-.177	.909
X2.1	83.5000	71.914	.588	.892
X2.2	83.5667	70.323	.731	.889
X2.3	83.5667	70.944	.769	.889
X2.4	83.5000	71.914	.710	.891
X2.5	82.9667	65.068	.822	.884
X2.6	83.4667	71.430	.587	.891
X2.7	83.3333	73.333	.490	.894
X2.8	82.8333	70.213	.509	.892
X2.9	82.9000	70.369	.543	.892
X2.10	82.7333	72.892	.286	.898
Y.1	82.9667	65.068	.822	.884
Y.2	83.4667	71.430	.587	.891
Y.3	83.3333	73.333	.490	.894

Y.4	82.8333	70.213	.509	.892
Y.5	82.9000	70.369	.543	.892
Y.6	82.7333	72.892	.286	.898
Z.1	83.5000	71.914	.588	.892
Z.2	83.5667	70.323	.731	.889
Z.3	83.5667	70.944	.769	.889
Z.4	83.5000	71.914	.710	.891
Z.5	82.9667	65.068	.822	.884
Z.6	83.4667	71.430	.587	.891

Lampiran 10
 Nilai Koefisien Regresi dan Uji Signifikan Tahap 1

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. All requested variables entered.

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.707 ^a	.500	.492	4.550

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2832.315	2	1416.158	68.399	.000 ^b
	Residual	2836.506	137	20.704		
	Total	5668.821	139			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.100	1.786		1.736	.085
	Kualitas Produk	.878	.194	.520	4.515	.000
	Kualitas Pelayanan	.241	.132	.209	1.818	.001

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Lampiran 11
Nilai Koefisien Regresi dan Uji Signifikan Tahap II

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kepuasan Konsumen, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk ^b	.	Enter

- a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan
 b. All requested variables entered.

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.961 ^a	.924	.922	1.68643

- a. Predictors: (Constant), Kepuasan Konsumen, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk
 b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4682.730	3	1560.910	563.848	.000 ^b
	Residual	376.491	136	2.768		
	Total	5059.221	139			

- a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan
 b. Predictors: (Constant), Kepuasan Konsumen, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.238	.669		3.344	.001
	Kualitas Produk	1.163	.077	.729	15.057	.000
	Kualitas Pelayanan	.127	.050	.117	2.559	.002
	Kepuasan Konsumen	.164	.032	.173	5.169	.000

- a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan