

LAMPIRAN

Lampiran I**Pra Survey**

Responden yang terhormat, Saya adalah mahasiswa jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Esa Unggul Jakarta. Saat ini saya sedang mengadakan penelitian mengenai “pengaruh social influence dan customer experience terhadap customer loyalty melalui customer satisfaction pada produk sepatu olahraga diadora di wilayah cengkareng”.

Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Oleh karena itu, saya mohon bantuannya meluangkan waktu mengisi/memberikan jawaban atas beberapa pertanyaan terkait dengan penelitian ini. Apapun jawaban di kuesioner ini tidak ada jawaban yang salah, namun saya mohon agar menjawab semua pertanyaan secara lengkap sesuai ketentuan. Atas perhatian dan waktu yang berikan untuk mengisi/memberikan jawaban, Saya ucapkan terima kasih.

Saya berharap responden dapat menjawab dengan sebaik-baiknya.

No	Pertanyaan Pra Survey
1	Apakah anda mengenal sepatu olahraga Diadora?
	a. Ya b. Tidak
	Alasan :
2	Apakah sepatu Diadora mempunyai pengaruh sosial tersendiri terhadap para customer?
	a. Ya b. Tidak
	Alasan :
3	Apakah sepatu Diadora memberikan pengalaman terhadap pelanggan?
	a. Ya b. Tidak
	Alasan :
4	Apakah sepatu Diadora memberikan kepuasan setelah pelanggan memakai sepatu Diadora?
	a. Ya b. Tidak
	Alasan :

Lampiran II Kuesioner Penelitian

Kepada responden yang terhormat,
Saya, mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Esa Unggul Jakarta

Nama : Teguh Agri Ginanjar
NIM : 20160101108

Pertanyaan dalam kuesioner ini berkenaan dengan penelitian saya yang berjudul “pengaruh social influence dan customer experience terhadap customer loyalty melalui customer satisfaction pada produk sepatu olahraga diadiora di wilayah cengkareng”, maka dari itu saya meminta kesediaan saudara untuk mengisi kuesioner ini.

Atas kesediaan dan partisipasi saudara, saya ucapkan terima kasih.

DATA RESPONDEN PETUNJUK

Isilah data responden dibawah ini kemudian pilihlah jawaban dengan tanda (X) pada jawaban yang tersedia.

No	Data Responden	
1	Jenis Kelamin :	
	a. Laki-laki	
	b. Perempuan	
2	Usia :	
	a. 18-22 tahun	c. 28-32 tahun
	b. 23-27 tahun	d. > 32 tahun
3	Pendidikan Terakhir :	
	a. SMA/SMK	c. S1
	b. Diploma (D1-D3)	d. S2
4	Pekerjaan :	
	a. Pegawai swasta	c. Pegawai negeri sipil
	b. Wirausaha	d. Mahasiswa

TANGGAPAN RESPONDEN PETUNJUK :

Isilah semua pertanyaan dalam kuesioner sesuai dengan kenyataan, dengan cara memberikan tanda (X) pada kotak yang telah tersedia.

KETERANGAN

No	Alternatif jawaban	Skor
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
2	Tidak Setuju (TS)	2
3	Setuju (S)	3
4	Sangat Setuju (SS)	4

No	Pernyataan	Jawaban			
		STS	TS	S	SS
<i>Social Influence (X1)</i>					
1	Saya merasa aktifitas saya menjadi lebih positif setelah memakai sepatu Diadora.				
2	Saya menjadi lebih senang berolahraga setelah memakai sepatu Diadora.				
3	Saya membeli sepatu Diadora karena konsumen lain merekomendasikan sepatu Diadora.				
4	Banyak teman atau sahabat yang menyarankan saya membeli sepatu diadora.				
5	Orang sekitar mempengaruhi keputusan saya untuk membeli sepatu Diadora.				
6	Saya membeli sepatu Diadora berdasarkan pendapat orang lain.				
<i>Customer Experience (X2)</i>					
7	Kualitas sepatu Diadora lebih baik dari sepatu lain.				
8	Sepatu diadora membuat saya selalu nyaman pada saat digunakan sehari-hari.				
9	Saya merasa lebih bebas bergerak saat saya memakai sepatu Diadora.				
10	Sepatu Diadora membuat saya tidak mudah terpeleset saat berolahraga.				
11	Sepatu Diadora melindungi saya dari benda tajam.				
12	Saya merasa kaki saya terlindungi dari cedera saat memakai sepatu Diadora				
13	Desain sepatu diadora membuat saya lebih percaya diri pada saat dipakai.				
14	Desain sepatu Diadora sesuai dengan gaya saya.				
15	Sepatu Diadora memiliki desain yang mengikuti tren.				

No	Pernyataan	Jawaban			
		STS	TS	S	SS
Customer Experience (X2)					
16	Produk dan kemasan sepatu Diadora sangat menarik.				
17	Sepatu Diadora memberikan saya rasa bangga saat digunakan.				
Customer Loyalty (Y)					
18	Saya akan memberikan saran terhadap orang lain untuk membeli dan menggunakan sepatu Diadora.				
19	Saya takan tetap membeli sepatu Diadora meski harganya naik.				
20	Saya hanya tertarik terhadap sepatu Diadora.				
21	Saya tidak akan membeli merk sepatu lain.				
22	Sepatu Diadora membuat saya tidak tertarik terhadap merk lain.				
23	Saya akan melakukan pembelian ulang sepatu Diadora di masa yang akan datang.				
24	Saya mempunyai sepatu Diadora lebih dari satu.				
25	Saya selalu membeli sepatu Diadora jika sepatu Diadora saya rusak.				
Customer Satisfaction (Z)					
26	Proses pembelian sepatu Diadora melalui online sangat mudah.				
27	Fasilitas yang diberikan sepatu diadora melampaui apa yang saya harapkan.				
28	Saya tidak pernah menyesal membeli sepatu Diadora.				
29	Bahan yang digunakan untuk membuat sepatu Diadora berasal dari bahan terbaik.				
30	Sepatu Diadora tidak mudah rusak/awet.				
31	Sepatu Diadora sangat ringan konstruksinya ketika dipakai.				

Lampiran III

Karakteristik 150 Responden Berdasarkan Pendidikan, Pekerjaan Dan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin			Pekerjaan				Total
			Mahasiswa	Pegawai negeri sipil	Pegawai swasta	Wirausaha	
Laki-laki	Pendidikan	Diploma (D1-D3)	2	4	4	4	14
		S1	7	2	2	10	21
		SMA/SMK	30	2	15	3	50
	Total		39	8	21	17	85
Perempuan	Pendidikan	Diploma (D1-D3)	0	1	5	3	9
		S1	2	2	10	5	19
		S2	0	0	1	0	1
	SMA/SMK	13	3	18	2	36	
Total		15	6	34	10	65	
Total	Pendidikan	Diploma (D1-D3)	2	5	9	7	23
		S1	9	4	12	15	40
		S2	0	0	1	0	1
	SMA/SMK	43	5	33	5	86	
Total		54	14	55	27	150	

Karakteristik 150 Responden Berdasarkan Pendidikan, Usia dan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin			Usia				Total
			> 32 tahun	18-22 tahun	23-27 tahun	28-32 tahun	
Laki-laki	Pendidikan	Diploma (D1-D3)	1	0	12	1	14
		S1	8	4	7	2	21
		SMA/SMK	0	37	13	0	50
	Total		9	41	32	3	85
Perempuan	Pendidikan	Diploma (D1-D3)	0	1	7	1	9
		S1	1	3	11	4	19
		S2	0	0	1	0	1
	SMA/SMK	0	23	10	3	36	
Total		1	27	29	8	65	
Total	Pendidikan	Diploma (D1-D3)	1	1	19	2	23
		S1	9	7	18	6	40
		S2	0	0	1	0	1
	SMA/SMK	0	60	23	3	86	
Total		10	68	61	11	150	

Lampiran IV
Tabulasi Data Pre-Test 30 Responden

Table with 30 rows and 30 columns. Columns include variables X1.1 to X1.6, Total X1, X2.1 to X2.11, Total X2, Y.1 to Y.8, Total Y, Z.1 to Z.6, and Total Z. Data values range from 1 to 4.

Lampiran V
Hasil Uji Validitas 30 Responden

SOCIAL INFLUENCE		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	Total.X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.939**	.959**	.948**	.930**	.923**	.980**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	.939**	1	.979**	.894**	.916**	.813**	.952**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	.959**	.979**	1	.949**	.969**	.878**	.986**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	.948**	.894**	.949**	1	.983**	.910**	.980**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1.5	Pearson Correlation	.930**	.916**	.969**	.983**	1	.890**	.980**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1.6	Pearson Correlation	.923**	.813**	.878**	.910**	.890**	1	.933**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Total.X1	Pearson Correlation	.980**	.952**	.986**	.980**	.980**	.933**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

CUSTOMER EXPERIENCE		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	Total.X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.435*	.435*	.415*	.448*	.417*	.377*	.419*	.391*	.570**	.226	.587**
	Sig. (2-tailed)		.016	.016	.023	.013	.022	.040	.021	.033	.001	.230	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	.435*	1	1.000**	.697**	.774**	.806**	.676**	.782**	.868**	.571**	.542**	.937**
	Sig. (2-tailed)	.016		0,000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	.435*	1.000**	1	.697**	.774**	.806**	.676**	.782**	.868**	.571**	.542**	.937**
	Sig. (2-tailed)	.016	0,000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.4	Pearson Correlation	.415*	.697**	.697**	1	.965**	.904**	.427*	.445*	.758**	.728**	.127	.864**
	Sig. (2-tailed)	.023	.000	.000		.000	.000	.019	.014	.000	.000	.503	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.5	Pearson Correlation	.448*	.774**	.774**	.965**	1	.906**	.412*	.480**	.779**	.752**	.174	.895**
	Sig. (2-tailed)	.013	.000	.000	.000		.000	.024	.007	.000	.000	.358	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.6	Pearson Correlation	.417*	.806**	.806**	.904**	.906**	1	.416*	.477**	.773**	.688**	.244	.889**
	Sig. (2-tailed)	.022	.000	.000	.000	.000		.022	.008	.000	.000	.194	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.7	Pearson Correlation	.377*	.676**	.676**	.427*	.412*	.416*	1	.964**	.485**	.130	.705**	.695**
	Sig. (2-tailed)	.040	.000	.000	.019	.024	.022		.000	.007	.495	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.8	Pearson Correlation	.419*	.782**	.782**	.445*	.480**	.477**	.964**	1	.518**	.180	.749**	.756**
	Sig. (2-tailed)	.021	.000	.000	.014	.007	.008	.000		.003	.341	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.9	Pearson Correlation	.391*	.868**	.868**	.758**	.779**	.773**	.485**	.518**	1	.705**	.210	.859**
	Sig. (2-tailed)	.033	.000	.000	.000	.000	.000	.007	.003		.000	.266	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.10	Pearson Correlation	.570**	.571**	.571**	.728**	.752**	.688**	.130	.180	.705**	1	-.044	.701**
	Sig. (2-tailed)	.001	.001	.001	.000	.000	.000	.495	.341	.000		.819	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.11	Pearson Correlation	.226	.542**	.542**	.127	.174	.244	.705**	.749**	.210	-.044	1	.478**
	Sig. (2-tailed)	.230	.002	.002	.503	.358	.194	.000	.000	.266	.819		.007
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Total.X2	Pearson Correlation	.587**	.937**	.937**	.864**	.895**	.889**	.695**	.756**	.859**	.701**	.478**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.007	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

CUSTOMER LOYALTY		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Total.Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.968**	.923**	.453*	.470**	.479**	.485**	.490**	.604**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,012	,009	,007	,007	,006	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.2	Pearson Correlation	.968**	1	.924**	.497**	.517**	.499**	.534**	.540**	.643**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,005	,003	,005	,002	,002	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.3	Pearson Correlation	.923**	.924**	1	.548**	.454*	.535**	.532**	.474**	.650**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,002	,012	,002	,003	,008	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.4	Pearson Correlation	.453*	.497**	.548**	1	.947**	.931**	.978**	.937**	.973**
	Sig. (2-tailed)	,012	,005	,002		,000	,000	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.5	Pearson Correlation	.470**	.517**	.454*	.947**	1	.905**	.969**	.986**	.957**
	Sig. (2-tailed)	,009	,003	,012	,000		,000	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.6	Pearson Correlation	.479**	.499**	.535**	.931**	.905**	1	.971**	.947**	.960**
	Sig. (2-tailed)	,007	,005	,002	,000	,000		,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.7	Pearson Correlation	.485**	.534**	.532**	.978**	.969**	.971**	1	.984**	.988**
	Sig. (2-tailed)	,007	,002	,003	,000	,000	,000		,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.8	Pearson Correlation	.490**	.540**	.474**	.937**	.986**	.947**	.984**	1	.968**
	Sig. (2-tailed)	,006	,002	,008	,000	,000	,000	,000		,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Total.Y	Pearson Correlation	.604**	.643**	.650**	.973**	.957**	.960**	.988**	.968**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

CUSTOMER SATISFACTION		Z.1	Z.2	Z.3	Z.4	Z.5	Z.6	Total.Z
Z.1	Pearson Correlation	1	.958**	1.000**	.958**	.906**	.909**	.980**
	Sig. (2-tailed)		,000	0,000	,000	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Z.2	Pearson Correlation	.958**	1	.958**	.955**	.983**	.910**	.987**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Z.3	Pearson Correlation	1.000**	.958**	1	.958**	.906**	.909**	.980**
	Sig. (2-tailed)	0,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Z.4	Pearson Correlation	.958**	.955**	.958**	1	.941**	.910**	.980**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Z.5	Pearson Correlation	.906**	.983**	.906**	.941**	1	.899**	.967**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Z.6	Pearson Correlation	.909**	.910**	.909**	.910**	.899**	1	.948**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Total.Z	Pearson Correlation	.980**	.987**	.980**	.980**	.967**	.948**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

Lampiran VI
Tabulasi Data Pre-Test 30 Responden

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	0,0
	Total	30	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,955	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Total.X1	77,93	275,444	,904	,937
Total.X2	59,93	248,961	,813	,975
Total.Y	78,43	261,289	,950	,923
Total.Z	78,30	282,424	,940	,931

Lampiran VII

Hasil Uji Realibitas

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Total.X2, Total.X1 ^b		Enter

a. Dependent Variable: Total.Z

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,921 ^a	,848	,846	1,696

a. Predictors: (Constant), Total.X2, Total.X1

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2357,180	2	1178,590	409,619	,000 ^b
	Residual	422,960	147	2,877		
	Total	2780,140	149			

a. Dependent Variable: Total.Z

b. Predictors: (Constant), Total.X2, Total.X1

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,153	,773		-,198	,843
	Total.X1	,480	,058	,498	8,327	,000
	Total.X2	,282	,037	,461	7,715	,000

a. Dependent Variable: Total.Z

Analisis Regresi Berganda Jalur II

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Total.Z, Total.X2, Total.X1 ^b		Enter

- a. Dependent Variable: Total.Y
 b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.940 ^a	.884	.881	2,166

- a. Predictors: (Constant), Total.Z, Total.X2, Total.X1

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5196,254	3	1732,085	369,315	.000 ^b
	Residual	684,739	146	4,690		
	Total	5880,993	149			

- a. Dependent Variable: Total.Y
 b. Predictors: (Constant), Total.Z, Total.X2, Total.X1

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-3,108	,987		-3,149	,002
	Total.X1	,614	,089	,438	6,881	,000
	Total.X2	,231	,055	,260	4,171	,000
	Total.Z	,414	,105	,285	3,933	,000

- a. Dependent Variable: Total.Y