

# LAMPIRAN



**Lampiran 01. Surat Keterangan Penelitian****SURAT KETERANGAN**

Yang bertanda tangan dibawah ini

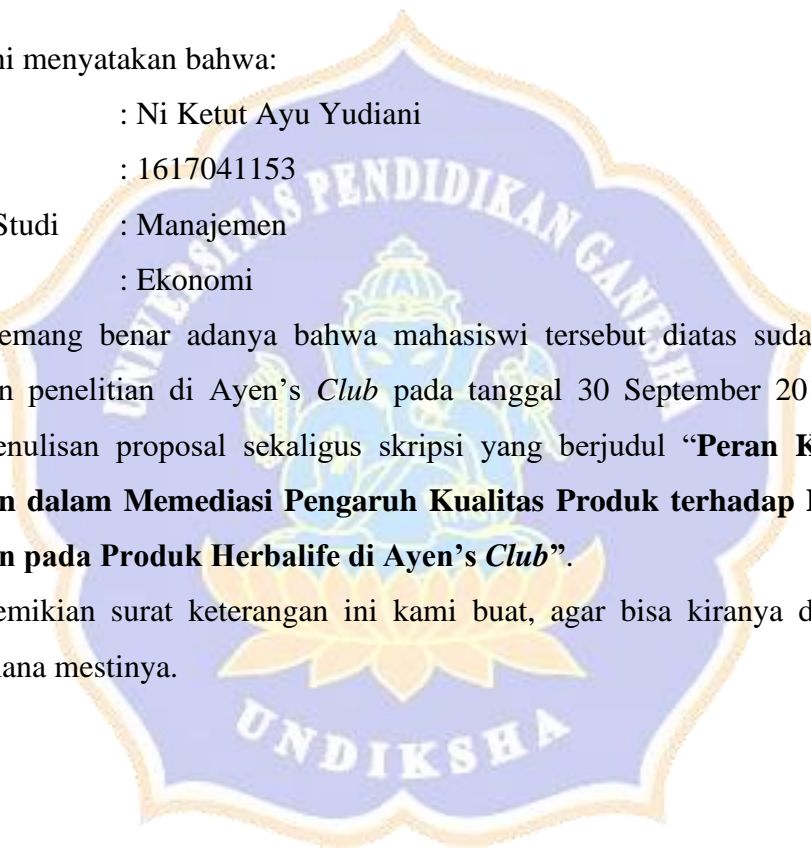
Nama : Putu Suyanti Minatra  
Jabatan : Pemilik Ayen's Club  
Alamat : Jln. Wijaya Kusuma No. 19A Negara, Kabupaten Jembrana

Dengan ini menyatakan bahwa:


Nama : Ni Ketut Ayu Yudiani  
NIM : 1617041153  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi

Memang benar adanya bahwa mahasiswi tersebut diatas sudah pernah melakukan penelitian di Ayen's Club pada tanggal 30 September 2019 dalam rangka penulisan proposal sekaligus skripsi yang berjudul **“Peran Kepuasan Pelanggan dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan pada Produk Herbalife di Ayen's Club”**.

Demikian surat keterangan ini kami buat, agar bisa kiranya digunakan sebagai mana mestinya.



## Lampiran 02. Kuesioner Penelitian

	<p><b>KUESIONER PERAN KEPUASAN PELANGGAN DALAM MEMEDIASI PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PRODUK HERBALIFE DI AYEN'S CLUB</b></p>
---	---

### PENGANTAR

Yth. Bpk/Ibu/Sdr.

Sehubungan dengan penelitian yang berjudul “Peran Kepuasan Pelanggan dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan pada Produk Herbalife di Ayen’s Club”. Bersama ini saya mohon bantuan Bapak/Ibu/Sdr untuk mengisi kuesioner ini. Seluruh data yang terkumpul melalui kuesioner ini adalah untuk tujuan akademis. Saya menjamin kerahasiaan data-data yang terkumpul, sesuai dengan kode etik penelitian. Tidak ada jawaban benar atau salah dalam pengisian kuesioner ini. Oleh karena itu, saya sangat mengharapkan kuesioner ini dapat diisi secara lengkap dengan penilaian yang se-objektif mungkin. Akhir kata, saya mengucapkan terima kasih atas bantuan dan partisipasi Bapak/Ibu/Sdr dalam mengisi kuesioner ini.

#### A. Identitas Responden

(Beri tanda ✓ pada kotak jawaban)

1. Usia : ..... tahun
2. Jenis Kelamin :  Laki-laki  Perempuan
3. Berapa bulan anda sudah mengonsumsi produk Herbalife di Ayen’s Club?  
 1 bulan  2 bulan  3 bulan  > 3 bulan
4. Selain mengonsumsi produk Herbalife di Ayen’s Club, apakah diimbangi dengan olahraga?  
 Ya  Tidak
5. Jika diimbangi dengan olahraga, berapa kali biasanya olahraga dalam seminggu?  
 2-3 kali  3-4 kali  > 4 kali

## B. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Silakan anda pilih jawaban yang menurut anda paling sesuai dengan kondisi yang ada dengan memberikan tanda centang (✓) pada pilihan jawaban yang tersedia. Ket: (1) SS = Sangat Setuju, (2) S = Setuju, (3) N = Netral, (4) TS = Tidak Setuju, (5) STS = Sangat Tidak Setuju.

No	Loyalitas Pelanggan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya akan datang kembali ke Ayen's Club, ketika paket minum saya sudah habis.					
2.	Ketika saya ingin mengonsumsi produk Herbalife, saya akan langsung membeli di Ayen's Club.					
3	Meskipun pelayanan di tempat lain menarik perhatian, saya akan tetap memilih pelayanan yang ada di Ayen's Club.					
4	Ketika saya mendapatkan manfaat setelah mengonsumsi produk Herbalife, saya akan merekomendasikan kepada orang terdekat saya untuk membeli produk Herbalife di Ayen's Club.					

No	Kualitas Produk	SS	S	N	TS	STS
1	Produk Herbalife disajikan secara higienis oleh Ayen's Club.					
2	Produk Herbalife yang sudah disajikan oleh Ayen's Club harus segera saya minum, karena produk Herbalife tidak dapat bertahan 24 jam setelah proses penyajian.					

3	Setelah mengonsumsi produk Herbalife, tubuh saya menjadi lebih sehat.					
4	Setelah mengonsumsi produk Herbalife, saya merasakan perubahan fisik yang mengarah/sesuai dengan target yang saya tuju (turun/naik berat badan).					

No	Kepuasan Pelanggan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya sangat puas dengan produk Herbalife yang ditawarkan oleh Ayen's Club, tubuh saya menjadi lebih sehat.					
2	Saya sangat senang dengan pelayanan yang diberikan oleh Ayen's Club.					
3	Saya sangat puas dengan hasil dari produk Herbalife yang ditawarkan oleh Ayen's Club karena sesuai dengan harapan saya.					
4	Saya percaya bahwa mengonsumsi produk Herbalife di Ayen's Club merupakan pengalaman yang memuaskan.					

**Lampiran 03. Tabulasi Data Sampel Kecil Variabel Kualitas Produk**

No.	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	TOTX1
1	5	4	4	5	18
2	5	4	4	4	17
3	5	4	5	5	19
4	5	5	5	4	19
5	5	5	4	5	19
6	5	5	5	5	20
7	4	5	5	5	19
8	3	3	2	2	10
9	4	3	2	2	11
10	5	5	5	5	20
11	5	5	5	4	19
12	5	4	4	4	17
13	4	3	4	5	16
14	3	4	4	5	16
15	5	4	5	5	19
16	5	4	4	5	18
17	5	4	4	3	16
18	4	5	5	4	18
19	3	3	4	4	14
20	5	4	4	5	18
21	4	5	4	5	18
22	4	5	5	5	19
23	3	3	3	3	12
24	2	3	4	4	13
25	5	4	5	5	19
26	5	4	4	5	18
27	4	5	4	5	18
28	5	4	4	5	18
29	4	5	4	4	17
30	5	5	5	5	20

**Lampiran 04. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Sampel Kecil Variabel  
Kualitas Produk**

a. Hasil uji validitas sampel kecil variabel kualitas produk

<b>Correlations</b>						
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Kualitas Produk
X1.1	Pearson Correlation	1	.469**	.443*	.390*	.721**
	Sig. (2-tailed)		.009	.014	.033	.000
	N	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	.469*	1	.664*	.486**	.803**
	Sig. (2-tailed)	.009		.000	.006	.000
	N	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	.443*	.664**	1	.699**	.872**
	Sig. (2-tailed)	.014	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	.390*	.486**	.699*	1	.814**
	Sig. (2-tailed)	.033	.006	.000		.000
	N	30	30	30	30	30
Kualitas Produk	Pearson Correlation	.721*	.803**	.872*	.814**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	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).						

b. Hasil uji reliabilitas sampel kecil variabel kualitas produk

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.812	4

**Lampiran 05. Tabulasi Data Sampel Kecil Variabel Kepuasan Pelanggan**

No.	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	TOTX2
1	5	5	4	5	19
2	5	4	4	5	18
3	5	4	5	5	19
4	5	5	5	4	19
5	5	3	4	5	17
6	3	5	4	4	16
7	4	5	5	5	19
8	2	3	3	2	10
9	2	3	3	2	10
10	5	5	5	5	20
11	5	5	5	4	19
12	5	4	4	4	17
13	4	3	4	5	16
14	5	4	4	5	18
15	5	4	5	5	19
16	5	5	5	5	20
17	5	4	4	4	17
18	3	4	5	4	16
19	3	2	3	3	11
20	5	4	4	5	18
21	4	5	4	5	18
22	4	5	5	5	19
23	3	3	3	3	12
24	4	3	2	1	10
25	5	5	4	5	19
26	4	4	5	5	18
27	4	5	4	5	18
28	3	4	5	5	17
29	4	5	4	4	17
30	5	5	5	5	20



**Lampiran 06. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Sampel Kecil Variabel  
Kepuasan Pelanggan**

a. Hasil uji validitas sampel kecil variabel kepuasan pelanggan

<b>Correlations</b>						
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Kepuasan Pelanggan
X2.1	Pearson Correlation	1	.451*	.437*	.600**	.766**
	Sig. (2-tailed)		.012	.016	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	.451*	1	.637*	.562**	.789**
	Sig. (2-tailed)	.012		.000	.001	.000
	N	30	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	.437*	.637*	1	.756**	.845**
	Sig. (2-tailed)	.016	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30
X2.4	Pearson Correlation	.600*	.562*	.756*	1	.897**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000		.000
	N	30	30	30	30	30
Kepuasan Pelanggan	Pearson Correlation	.766*	.789*	.845*	.897**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	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).						

b. Hasil uji reliabilitas sampel kecil variabel kepuasan pelanggan

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.839	4

**Lampiran 07. Tabulasi Data Sampel Kecil Variabel Loyalitas Pelanggan**

No.	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	TOTY
1	4	5	4	4	17
2	4	4	5	4	17
3	4	3	3	5	15
4	4	3	5	5	17
5	5	5	3	4	17
6	5	4	5	5	19
7	5	4	3	5	17
8	2	3	3	3	11
9	2	3	2	1	8
10	5	3	5	5	18
11	4	4	4	5	17
12	4	4	3	5	16
13	3	4	3	4	14
14	5	5	4	5	19
15	4	5	4	5	18
16	5	4	3	4	16
17	5	5	5	4	19
18	4	5	4	5	18
19	3	3	2	3	11
20	5	4	5	5	19
21	4	5	5	5	19
22	4	4	5	5	18
23	3	4	4	4	15
24	3	3	4	4	14
25	5	4	5	5	19
26	4	5	5	4	18
27	5	5	5	5	20
28	5	5	5	5	20
29	5	5	5	5	20
30	5	5	5	5	20

**Lampiran 08. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Sampel Kecil Variabel  
Loyalitas Pelanggan**

a. Hasil uji validitas sampel kecil variabel loyalitas pelanggan

<b>Correlations</b>						
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Loyalitas Pelanggan
Y.1	Pearson Correlation	1	.533**	.551**	.708**	.866**
	Sig. (2-tailed)		.002	.002	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
Y.2	Pearson Correlation	.533**	1	.416*	.380*	.699**
	Sig. (2-tailed)	.002		.022	.038	.000
	N	30	30	30	30	30
Y.3	Pearson Correlation	.551**	.416*	1	.606**	.815**
	Sig. (2-tailed)	.002	.022		.000	.000
	N	30	30	30	30	30
Y.4	Pearson Correlation	.708**	.380*	.606**	1	.842**
	Sig. (2-tailed)	.000	.038	.000		.000
	N	30	30	30	30	30
Loyalitas Pelanggan	Pearson Correlation	.866**	.699**	.815**	.842**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	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).						

b. Hasil uji reliabilitas sampel kecil variabel loyalitas pelanggan

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.821	4

**Lampiran 09. Tabulasi Data Sampel Besar Variabel Kualitas Produk**

No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	TOTX1
1	5	4	5	4	18
2	5	5	5	5	20
3	5	5	5	5	20
4	4	4	5	4	17
5	3	3	3	4	13
6	5	5	5	5	20
7	5	4	4	4	17
8	4	4	5	5	18
9	5	4	4	4	17
10	3	4	4	3	14
11	2	2	2	1	7
12	2	2	1	1	6
13	5	4	5	5	19
14	4	5	5	5	19
15	5	5	5	5	20
16	5	5	5	5	20
17	4	4	5	5	18
18	4	4	5	4	17
19	4	5	5	5	19
20	4	5	4	5	18
21	5	4	4	4	17
22	5	4	5	5	19
23	5	5	5	4	19
24	5	5	4	5	19
25	5	5	5	5	20
26	4	5	5	5	19
27	5	5	5	5	20
28	5	5	5	5	20
29	5	5	5	5	20
30	5	5	5	4	19
31	5	4	4	4	17
32	4	3	4	5	16
33	3	4	4	5	16
34	5	4	5	5	19
35	5	4	4	5	18
36	5	4	4	3	16
37	4	5	5	4	18
38	5	5	4	4	18
39	5	4	4	5	18
40	4	5	4	5	18
41	4	5	5	5	19
42	3	3	3	3	12
43	2	3	4	4	13
44	5	4	5	5	19

45	5	4	4	5	18
46	4	5	4	5	18
47	5	4	5	5	19
48	4	5	4	4	17
49	4	5	5	5	19
50	5	5	4	5	19
51	5	4	5	4	18
52	5	5	5	5	20
53	5	4	4	5	18
54	4	4	5	5	18
55	5	5	5	4	19
56	4	5	4	3	16
57	4	5	4	4	17
58	3	4	4	4	15
59	3	5	4	4	16
60	4	4	5	4	17
61	4	4	5	4	17
62	5	5	4	5	19
63	4	5	4	5	18
64	4	4	5	5	18
65	4	5	5	5	19
66	2	2	2	2	8
67	5	4	4	5	18
68	5	5	5	5	20
69	5	4	5	5	19
70	5	4	3	4	16
71	5	4	3	3	15
72	4	5	4	4	17
73	5	5	5	4	19
74	5	5	5	5	20
75	5	5	5	5	20
76	5	5	5	5	20
77	2	2	3	3	10
78	3	3	3	3	12
79	3	3	3	3	12
80	4	4	3	3	14
81	4	4	5	3	16
82	5	5	4	4	18
83	5	5	4	5	19
84	4	4	5	5	18
85	4	3	4	5	16
86	3	3	4	5	15
87	3	4	4	5	16
88	4	5	4	4	17
89	5	5	5	5	20
90	4	5	5	5	19

### Lampiran 10. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Sampel Besar Variabel Kualitas Produk

a. Hasil uji validitas sampel besar variabel kualitas produk

Correlations						
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Kualitas Produk
X1.1	Pearson Correlation	1	.624**	.574* *	.545* *	.818**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90
X1.2	Pearson Correlation	.624**	1	.639* *	.574* *	.838**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90
X1.3	Pearson Correlation	.574**	.639**	1	.705* *	.864**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	90	90	90	90	90
X1.4	Pearson Correlation	.545**	.574**	.705* *	1	.844**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	90	90	90	90	90
Kualitas Produk	Pearson Correlation	.818**	.838**	.864* *	.844* *	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	90	90	90	90	90

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

b. Hasil uji reliabilitas sampel besar variabel kualitas produk

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.861	4

**Lampiran 11. Tabulasi Data Sampel Besar Variabel Kepuasan Pelanggan**

No.	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	TOTX2
1	4	5	5	5	19
2	5	5	5	4	19
3	4	5	4	5	18
4	5	5	5	5	20
5	3	4	4	4	15
6	5	5	5	4	19
7	5	4	5	4	18
8	5	4	4	4	17
9	5	5	5	5	20
10	3	3	4	4	14
11	3	2	2	2	9
12	2	2	1	1	6
13	5	5	5	5	20
14	4	4	5	5	18
15	5	4	5	5	19
16	5	4	4	3	16
17	5	4	5	5	19
18	5	5	4	5	19
19	4	5	4	5	18
20	4	5	4	5	18
21	5	4	4	5	18
22	5	4	5	5	19
23	5	5	5	4	19
24	5	3	4	5	17
25	3	5	4	4	16
26	4	5	5	5	19
27	5	5	5	5	20
28	4	4	5	5	18
29	5	5	5	5	20
30	5	5	5	4	19
31	5	4	4	4	17
32	4	3	4	5	16
33	5	4	4	5	18
34	5	4	5	5	19
35	5	5	5	5	20
36	5	4	4	4	17
37	3	4	5	4	16
38	5	5	4	4	18
39	5	4	4	5	18
40	4	5	4	5	18
41	4	5	5	5	19
42	3	3	3	3	12
43	4	3	2	1	10
44	5	5	4	5	19

45	4	4	5	5	18
46	4	5	4	5	18
47	5	4	5	5	19
48	4	5	4	4	17
49	4	5	5	5	19
50	5	4	4	3	16
51	5	4	5	4	18
52	5	5	5	5	20
53	5	4	3	4	16
54	4	4	5	5	18
55	5	5	5	4	19
56	4	5	4	3	16
57	4	5	4	4	17
58	4	4	4	3	15
59	3	4	4	5	16
60	4	5	4	4	17
61	5	4	5	4	18
62	5	5	4	5	19
63	4	5	4	5	18
64	4	4	5	5	18
65	4	5	5	5	19
66	2	3	2	2	9
67	5	4	4	5	18
68	5	5	5	5	20
69	5	4	5	5	19
70	5	4	3	3	15
71	3	4	3	4	14
72	5	4	4	4	17
73	5	5	5	4	19
74	5	5	5	5	20
75	5	5	4	3	17
76	5	4	4	4	17
77	3	3	2	3	11
78	3	2	3	2	10
79	3	3	3	3	12
80	3	3	3	3	12
81	5	5	5	5	20
82	4	4	5	5	18
83	5	5	5	5	20
84	4	4	5	5	18
85	5	4	3	4	16
86	4	3	3	3	13
87	5	4	4	3	16
88	5	5	4	4	18
89	5	5	5	5	20
90	4	4	5	5	18



## Lampiran 12. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Sampel Besar Variabel

### Kepuasan Pelanggan

#### a. Uji validitas sampel besar variabel kepuasan pelanggan

Correlations						
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Kepuasan Pelanggan
X2.1	Pearson Correlation	1	.501*	.543*	.430*	.734**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90
X2.2	Pearson Correlation	.501*	1	.631*	.586*	.813**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90
X2.3	Pearson Correlation	.543*	.631*	1	.755*	.894**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	90	90	90	90	90
X2.4	Pearson Correlation	.430*	.586*	.755*	1	.857**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	90	90	90	90	90
Kepuasan Pelanggan	Pearson Correlation	.734*	.813*	.894*	.857*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	90	90	90	90	90

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

#### b. Uji reliabilitas sampel besar variabel kepuasan pelanggan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.844	4

**Lampiran 13. Tabulasi Data Sampel Besar Variabel Loyalitas Pelanggan**

No.	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	TOTY
1	5	5	4	5	19
2	5	5	4	4	18
3	5	4	5	4	18
4	5	4	5	5	19
5	3	4	3	4	14
6	5	4	4	3	16
7	5	5	3	5	18
8	4	5	4	5	18
9	5	5	4	5	19
10	3	4	4	3	14
11	3	2	2	2	9
12	3	2	1	1	7
13	5	4	5	4	18
14	5	4	5	5	19
15	5	5	5	5	20
16	4	5	5	4	18
17	4	5	5	4	18
18	5	4	4	5	18
19	5	5	5	5	20
20	4	5	5	4	18
21	4	4	5	4	17
22	5	5	4	5	19
23	5	5	5	5	20
24	5	5	5	4	19
25	5	4	5	5	19
26	4	4	4	5	17
27	5	5	5	4	19
28	5	5	5	5	20
29	5	5	5	5	20
30	4	4	4	5	17
31	5	5	5	5	20
32	5	5	5	4	19
33	5	5	4	5	19
34	4	5	4	5	18
35	5	4	5	4	18
36	5	5	5	4	19
37	4	4	4	5	17
38	5	5	4	5	19
39	5	4	4	5	18
40	4	5	5	5	19
41	4	4	5	5	18
42	3	3	4	4	14
43	5	4	4	4	17
44	4	5	5	4	18

45	4	5	5	3	17
46	5	5	5	5	20
47	5	4	4	5	18
48	5	4	4	5	18
49	5	5	4	3	17
50	3	4	5	5	17
51	5	5	5	5	20
52	5	5	4	4	18
53	5	4	4	5	18
54	4	4	4	5	17
55	5	5	5	5	20
56	5	5	5	4	19
57	4	4	5	4	17
58	4	5	4	4	17
59	5	4	4	3	16
60	5	5	5	5	20
61	5	5	5	5	20
62	3	4	5	5	17
63	5	4	4	5	18
64	5	4	4	4	17
65	4	4	5	5	18
66	3	3	2	1	9
67	5	5	3	5	18
68	4	5	4	5	18
69	4	5	4	5	18
70	5	4	4	4	17
71	5	5	4	4	18
72	3	4	5	5	17
73	5	5	5	5	20
74	5	4	5	4	18
75	4	4	4	4	16
76	5	5	4	5	19
77	3	3	2	3	11
78	3	3	3	3	12
79	3	3	4	3	13
80	5	4	3	3	15
81	4	4	5	5	18
82	5	4	5	4	18
83	5	4	4	5	18
84	4	5	4	4	17
85	4	4	4	5	17
86	3	4	4	3	14
87	4	5	4	5	18
88	5	5	5	4	19
89	5	5	5	5	20
90	5	4	4	5	18

**Lampiran 14. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Sampel Besar Variabel Loyalitas Pelanggan**

a. Hasil uji validitas sampel besar variabel loyalitas pelanggan

<b>Correlations</b>						
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Loyalitas Pelanggan
Y.1	Pearson Correlation	1	.534 <sup>*</sup>	.375 <sup>*</sup>	.416 <sup>*</sup>	.725 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90
Y.2	Pearson Correlation	.534 <sup>*</sup>	1	.544 <sup>*</sup>	.524 <sup>*</sup>	.813 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90
Y.3	Pearson Correlation	.375 <sup>*</sup>	.544 <sup>*</sup>	1	.524 <sup>*</sup>	.787 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	90	90	90	90	90
Y.4	Pearson Correlation	.416 <sup>*</sup>	.524 <sup>*</sup>	.524 <sup>*</sup>	1	.808 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	90	90	90	90	90
Loyalitas Pelanggan	Pearson Correlation	.725 <sup>*</sup>	.813 <sup>*</sup>	.787 <sup>*</sup>	.808 <sup>*</sup>	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	90	90	90	90	90

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

b. Hasil uji reliabilitas sampel besar variabel loyalitas pelanggan

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.787	4

### Lampiran 15. Deskripsi Data Responden

Usia					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17-32	35	38.9	38.9	38.9
	33-48	40	44.4	44.4	83.3
	49-64	15	16.7	16.7	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

Jenis Kelamin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	laki-laki	25	27.8	27.8	27.8
	perempuan	65	72.2	72.2	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

Lama Mengonsumsi					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2 bulan	15	16.7	16.7	16.7
	3 bulan	30	33.3	33.3	50.0
	> 3 bulan	45	50.0	50.0	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

**Lampiran 16. Hasil Output SPSS 21.0**

**Pengaruh Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan**

<b>Variables Entered/Removed<sup>a</sup></b>			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kepuasan Pelanggan, Kualitas Produk <sup>b</sup>	.	Enter
a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan			
b. All requested variables entered.			

<b>Model Summary</b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.840 <sup>a</sup>	.706	.699	1.35000
a. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan, Kualitas Produk				

<b>ANOVA<sup>a</sup></b>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	379.897	2	189.949	104.224	.000 <sup>b</sup>
	Residual	158.558	87	1.823		
	Total	538.456	89			
a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan						
b. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan, Kualitas Produk						

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.654	.900		5.172	.000
	Kualitas Produk	.435	.106	.505	4.099	.000
	Kepuasan Pelanggan	.310	.106	.360	2.919	.004
a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan						

Lampiran 17. Hasil *Output* SPSS 21.0

## Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan

Variables Entered/Removed <sup>a</sup>			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kualitas Produk <sup>b</sup>	.	Enter
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan			
b. All requested variables entered.			

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.882 <sup>a</sup>	.777	.775	1.35327
a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk				

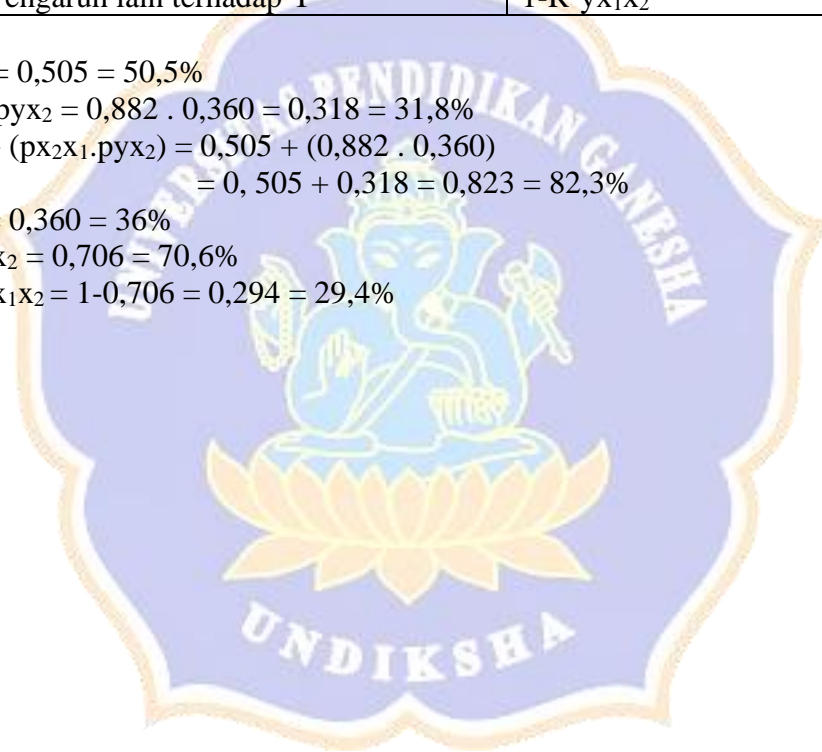
ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	562.497	1	562.497	307.149	.000 <sup>b</sup>
	Residual	161.159	88	1.831		
	Total	723.656	89			
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan						
b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk						

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.935	.878		2.204	.030
	Kualitas Produk	.879	.050	.882	17.526	.000
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan						

**Lampiran 18. Perhitungan Sumbangan Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung dari Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan**

	Keterangan	Besar Sumbangan
1	Pengaruh langsung $X_1$ terhadap Y	$P_{yX_1}$
2	Pengaruh tidak langsung $X_1$ terhadap Y melalui $X_2$	$P_{X_2X_1} \cdot P_{yX_2}$
3	Pengaruh total $X_1$ terhadap Y	$P_{yX_1} + (P_{X_2X_1} \cdot P_{yX_2})$
4	Pengaruh langsung $X_2$ terhadap Y	$P_{yX_2}$
5	Pengaruh total $X_1$ dan $X_2$ terhadap Y	$R^2_{yX_1X_2}$
6	Pengaruh lain terhadap Y	$1 - R^2_{yX_1X_2}$

1.  $p_{yX_1} = 0,505 = 50,5\%$
2.  $p_{X_2X_1} \cdot p_{yX_2} = 0,882 \cdot 0,360 = 0,318 = 31,8\%$
3.  $p_{yX_1} + (p_{X_2X_1} \cdot p_{yX_2}) = 0,505 + (0,882 \cdot 0,360)$   
 $= 0,505 + 0,318 = 0,823 = 82,3\%$
4.  $p_{yX_2} = 0,360 = 36\%$
5.  $R^2_{yX_1X_2} = 0,706 = 70,6\%$
6.  $1 - R^2_{yX_1X_2} = 1 - 0,706 = 0,294 = 29,4\%$





## RIWAYAT HIDUP



Ni Ketut Ayu Yudiani lahir di Pulukan pada tanggal 21 Mei 1998. Penulis lahir dari pasangan suami istri Bapak I Made Sidra dan Ibu Ni Komang Arniti. Penulis berkebangsaan Indonesia dan beragama Hindu. Kini penulis beralamat di Banjar Pulukan, Desa Pulukan, Kecamatan Pekutatan, Kabupaten Jembrana, Provinsi Bali.

Penulis menyelesaikan pendidikan dasar di SD N 5 Pekutatan dan lulus pada tahun 2010. Kemudian penulis melanjutkan di SMP Negeri 1 Pekutatan dan lulus pada tahun 2013. Pada tahun 2016, penulis lulus dari SMK Negeri 5 Negara jurusan Akomodasi Perhotelan dan melanjutkan pendidikan ke jenjang perguruan tinggi di Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha dengan mengambil jurusan Manajemen konsentrasi pemasaran. Pada semester akhir tahun 2020 penulis telah menyelesaikan skripsi yang berjudul “Peran Kepuasan Pelanggan dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan pada Produk Herbalife di Ayen’s Club”. Sampai akhir penulisan skripsi ini penulis masih terdaftar sebagai mahasiswi Jurusan Manajemen di Universitas Pendidikan Ganesha.

