

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN HANDPHONE VIVO DI KOTA
PINANG**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Mengikuti Sidang Meja Hijau Di
Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sumatra Utara**

DIAJUKAN OLEH :

**NAMA MAHASISWA : NOVIANA WINDY LUBIS
NPM : 71170312032
PROGRAM PENDIDIKAN : STRATA SATU (S1)
PROGRAM STUDI : EKONOMI MANAJEMEN
KONSENTRASI : PEMASARAN**



UNIVERSITAS ISLAM SUMATERA UTARA

FAKULTAS EKONOMI

MEDAN

2021

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

**JUDUL : PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA
 TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN HANDPHONE
 VIVO DI KOTA PINANG**

DIAJUKAN OLEH

**NAMA MAHASISWA : NOVIANA WINDY LUBIS
NPM : 71170312032
PROGRAM PENDIDIKAN: STRATA SATU (S1)
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN
KONSENTRASI : PEMASARAN**

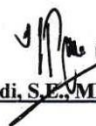
DISETUJUI OLEH :

Pembimbing I



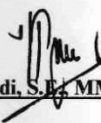
Dr. Hj. Safrida, S.E., M.Si

Pembimbing II



Supriadi, S.E., MM., M.Si

Ketua Program Studi



Supriadi, S.E., MM., M.Si

**UNIVERSITAS ISLAM SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI**

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Alhamdulillahirobbil'alamin, segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang sudah melimpahkan hidayah dan rahmat-Nya yang telah memberikan banyak kesempatan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Ekonomi Manajemen pada Universitas Islam Sumatera Utara Medan. Shalawat beserta salam tercurahkan kepada baginda Nabi Muhammad Rasulullah Shallallahu Alaihi Wasallam, beserta keluarga dan para sahabat-sahabatnya. Selama Proses pembuatanskripsi ini penulis menyadari bahwa atas berkat rahmad Tuhan Yang Maha Esa dan tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang senantiasa memberikan dukungan moral maupun material dan membantu dalam pembuatan skripsi ini sehingga penulis dapat menyelesaikanskripsi ini. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis menghantarkan rasa hormat dan mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. H. Yanhar Jamaluddin, M.AP selaku Rektor Universitas Islam Sumatra Utara Medan.
2. Ibu Dr. Hj. Safrida, SE, M.Si selaku Dekan sekaligus Dosen Pembimbing I yang telah bersediameluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan ilmupengetahuannya kepada penulis.

3. Bapak Supriadi, S.E., MM., M.Si selaku Ketua Program Studi Ekonomi Manajemen serta selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan ilmu pengetahuannya kepada penulis dan Bapak Syafrizal, S.E, M.M selaku sekretaris Program Studi Ekonomi Manajemen
4. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sumatera Utara yang telah memberikan jasa dan bekal ilmu pengetahuan yang luas kepada penulis dalam perkuliahan, semoga ilmu yang diberikan memberikan manfaat untuk penulis di masa mendatang.
5. Kedua orang tua saya yang sangat saya sayangi dan saya cintai Bapak Rahmad Syawal Lubis dan Ibu Boini serta adik-adik saya Dwi, Aldi, Zahra dan Syalwa yang senantiasa selalu memberikan kasih sayang, rasa cinta, perhatian, doa, dukungan dan motivasi kepada penulis sehingga penulis dapat membuat skripsi ini, dan hanya doa yang dapat saya panjatkan untuk kedua orang tua saya atas semua yang telah diberikan kepada saya.
6. Risky Wirya Ningsih, Hartiwi Earlia Hady, Yuli, Desy Fovita Ramadani, Rahayu Ningtyas, Rohmatun annisa selaku Sahabat seperjuangan yang setiap waktu menemani dan menyemangati penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Dan kepada semua pihak yang turut membantu yang tidak bisa disebutkan secara satu persatu, semoga Allah SWT membalas kebaikan kalian semua aminn.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, baik materi maupun cara penulisan. Namun demikian, penulis telah berupaya dengan segala kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki sehingga dapat selesai dengan baik dan oleh karena itu penulis dengan rendah hati dan dengan tangan terbuka menerima masukan, saran dan usul guna penyempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pembaca.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Medan, Februari 2021

Penulis

Noviana Windy Lubis

DAFTAR ISI

Halaman

ABSTRAK	
ABSTRACT	
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah	5
1.3. Batasan dan Rumusan Masalah.....	5
1.3.1. Batasan Masalah.....	5
1.3.2. Rumusan Masalah	5
1.4. Tujuan Penelitian.....	6
1.5. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II LANDASAN TEORI	8
2.1. Uraian Teoritis.....	8
2.1.1. Pemasaran.....	8
2.1.1.1. Pengertian Pemasaran	8
2.1.1.2. Konsep Pemasaran	9
2.1.1.3. Bauran Pemasaran.....	11

2.1.1.4. Tujuan Pemasaran	15
2.1.2. Kualitas Produk	16
2.1.2.1. Pengertian Kualitas Produk.....	16
2.1.2.2. Tingkat Kualitas Produk	16
2.1.2.3. Indikator Kualitas Produk	17
2.1.3. Harga	20
2.1.3.1. Pengertian Harga.....	20
2.1.3.2. Penetapan Harga.....	21
2.1.3.3. Indikator Harga	23
2.1.3.4. Tujuan Penetapan Harga	23
2.1.4. Loyalitas Pelanggan	26
2.1.4.1. Pengertian Loyalitas Pelanggan	26
2.1.4.2. Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan	27
2.1.4.3. Indikator Loyalitas Pelanggan.....	28
2.1.5. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan ..	29
2.1.6. Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan	29
2.2. Penelitian Terdahulu	30
2.3. Kerangka Konseptual	33
2.4. Hipotesis.....	34
BAB III METODE PENELITIAN.....	35
3.1. Lokasi Objek dan Waktu Penelitian	35
3.1.1. Lokasi Penelitian	35
3.1.2. Objek Penelitian	35

3.1.3. Waktu Penelitian	35
3.2. Populasi dan Sampel Penelitian	36
3.2.1. Populasi Penelitian	36
3.2.2. Sampel Penelitian	37
3.3. Teknik Pengumpulan Data	37
3.4. Defenisi Operasional Variabel	38
3.5. Uji Validitasi dan Uji Realibilitas	39
3.5.1. Uji Validitas	39
3.5.2. Uji Realibilitas.....	40
3.6. Uji Asumsi Klasik	41
3.6.1. Uji Normalitas	41
3.6.2. Uji Multikolineritas	42
3.6.3. Uji Heteroskedastisitas.....	42
3.7. Teknik Analisis Data.....	43
3.7.1. Teknik Analisis Deskriptif	43
3.7.2. Analisis Regresi Linear Berganda.....	43
3.8. Uji Hipotesis.....	44
3.8.1. Uji t (Uji Parsial).....	44
3.8.2. Uji F (Uji Simultan)	44
3.8.3. Koefisien Determinasi(R^2).....	45
BAB IV GAMBARAN UMUM TEMPAT PENELITIAN.....	46
4.1. Sejarah Singkat Tempat Penelitian	46
4.1.1. Visi dan Misi Perusahaan	47

4.1.2. Struktur Organisasi.....	48
4.1.3. Uraian Tugas dan Fungsi.....	49
4.2. Sejarah VIVO	50
4.2.1. Visi dan Misi VIVO	51
BAB V ANALISIS DAN EVALUASI	53
5.1. Analisis Data	53
5.1.1. Karakteristik Responden Penelitian	53
5.1.2. Deskripsi Variabel Penelitian.....	54
5.1.3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	67
5.1.4. Uji Asumsi Klasik	70
5.1.5. Hasil Analisis Data.....	75
5.1.6. Uji Hipotesis.....	77
5.2. Evaluasi Data.....	80
5.2.1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Handphone VIVO di Kota Pinang	80
5.2.2. Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Handphone VIVO di Kota Pinang	81
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	82
6.1. Kesimpulan.....	82
6.2. Saran	82
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel Keterangan	Halaman
2.1. Penelitian Terdahulu	30
3.1. Jadwal Dan Waktu Penelitian	36
3.2. Definisi Operasional Variabel	38
5.1. Responden Jenis Kelamin	53
5.2. Responden Usia	54
5.3. Kuesioner 1 Kualitas Produk	55
5.4. Kuesioner 2 Kualitas Produk	56
5.5. Kuesioner 3 Kualitas Produk	56
5.6. Kuesioner 4 Kualitas Produk	57
5.7. Kuesioner 5 Kualitas Produk	58
5.8. Kuesioner 6 Kualitas Produk	59
5.9. Kuesioner 1 Harga	60
5.10. Kuesioner 2 Harga	61
5.11. Kuesioner 3 Harga	62
5.12. Kuesioner 4 Harga	63
5.13. Kuesioner 1 Loyalitas Pelanggan	64
5.14. Kuesioner 2 Loyalitas Pelanggan	64
5.15. Kuesioner 3 Loyalitas Pelanggan	65
5.16. Kuesioner 4 Loyalitas Pelanggan	66
5.17. Uji Validitas Kualitas Produk	67
5.18. Uji Validitas Harga	68

5.19. Uji Validitas Loyalitas Pelanggan	69
5.20. Uji Reliabilitas	70
5.21. Uji Kolmogorov-Smirnov	73
5.22. Uji Multikolinearitas	73
5.23. Uji Regresi Linier Beganda	76
5.24. Uji t	77
5.25. Uji F	78
5.26. Uji Koefisien Determinasi	79

DAFTAR GAMBAR

Tabel Keterangan	Halaman
2.1. Empat Komponen Pemasaran	14
2.2. Kerangka Konseptual Penelitian	33
4.1. Struktur Organisasi Era Ponsel	48
5.1. Histogram Uji Normalitas	71
5.2. Plot Uji Normalitas	72
5.3. Hasil Grafik	75

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, Sanusi. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Assauri Sofjan, 2010. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT.Raja Wali Indeks.
- Assauri, S. (2014). *Manajemen Pemasaran*, Jakarta : Rajawali.
- Buchari Alma. 2016. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*.Bandung. Alfabeta.
- Danang Sunyoto. 2014. *Konsep Dasar Riset dan Perilaku Konsumen*. Penerbit Buku Seru, Jakarta.
- Daryanto. (2011). *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Bandung : PT Sarana Totorial Nurani Sejahtera.
- Ghozali, Imam. 2012, *Analisis Multivariante Dengan Program spss Edisi ke 3*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, Jill. 2010. *Customer Loyalty, Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Alih Bahasa Dwi Kartini Yahya. Jakarta : Erlangga.
- Gunawan, Imam. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Bumi Aksara
- Irafan, Maulana (2018). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Prabayar AXIS*.Skripsi. Program Study Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sumatera Utara : Medan.
- Jon Carlos Wora, 2017. *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Internet Indosat Ooredoo*. Skripsi. Fakultas Ekonomi. Universitas Sa
- Kotler, Philip, 2010, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13, Jilid 2, Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P. & Amstrong, G. (2012), *Prinsip-Prinsip Pemasaran* Edisi 12 penerbit Erlangga.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012), *Manajemen Pemasaran* Jilid I Edisi ke 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Amstrong. 2012. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Gramedia : Jakarta.

- Kratika, Ariawira Yudha.(2017). *Pengaruh Atribut Produk dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ponsel Apple*.Skripsi. Program Study Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
- Purnomo, Eko. 2016. Pengaruh Harga, Kualitas produk dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Dalam Membeli Beras Lokal (Studi Kasus Desa Rampah Utama). Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian.
- Rahman, Arif. 2010. *Strategi Dahsyat Marketing Mix For Small Business*. Jakarta: Trans Media Pustaka.
- Ramengan, Jemmy. 2013. *Metodologi Penelitian Dengan SPSS*. Batam: UNIBA PRESS.
- Subagyo, Ahmad. 2010, *Marketing In Business*, edisi Pertama, Cetakan Pertama. Jakarta : Mitra Wacana Media.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Penerbit Alfabeta.
- _____,2011. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta.
- Stanton, William J. 2014. *Prinsip Pemasaran*, alih bahasa : Yohanes Lamorto Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Swastha, dan Irawan, 2010. *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberti, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Strategi Pemasaran edisi 2, cetakan kelima*. Yogyakarta : Andi.
- Zoar, Ade Bied. (2008). *Pengaruh iklan, Kualitas dan harga produk oli top one terhadap minat Beli Konsumen*. Skripsi. Program Study Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.

Lampiran 1

KUESIONER

Kuesioner penelitian ini disusun dengan maksud untuk mencari data penelitian guna melengkapi skripsi yang berjudul "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Handphone VIVO Di Kota Pinang (Studi Kasus Pelanggan - Pelanggan Era Ponsel Yang Memakai Handphone VIVO)" disusun oleh Noviana Windy Lubis Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Islam Sumatera Utara.

Oleh karena itu mohon kesediaannya untuk dapat mengisi dan menjawab pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner ini.

PERTANYAAN VERIFIKASI

Berilah tanda chrccklist (√) pada jawaban yang sesuai dengan keadaan anda.

1. Anda mengetahui tentang Handphone VIVO.

Ya Tidak

2. Anda memiliki Handphone VIVO.

Ya Tidak

PERTANYAAN BAGIAN I

Berilah keterangan tentang Nama, usia dan tanda chrccklist (√) pada jawaban yang sesuai dengan keadaan anda.

Identitas Responden

1. Nama :

2. Jenis Kelamin : Laki-Laki Perempuan

3. Usia :

PERTANYAAN BAGIAN II

Berilah tanda checklist (√) pada skor jawaban yang menurut anda paling sesuai dengan keadaan anda untuk masing-masing item pertanyaan.

Keterangan : SS : Sangat Setuju Sekor : 5

S : Setuju : 4

KS : Kurang Setuju : 3

TS : Tidak Setuju : 2

STS : Sangat Tidak Setuju : 1

A. Variabel Kualitas Produk (X1)

NO	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Handphone VIVO memiliki kinerja atau sistem yang berkualitas tinggi					
2	Handphone merek VIVO memiliki fitur-fitur yang canggih dan inovatif					
3	Handphone VIVO memiliki kualitas camera yang sangat baik					
4	Handphone VIVO memiliki kesesuaian dengan standart kualitas yang di tawarkan					
5	Handphone VIVO memiliki ketahanan yang baik sehingga tidak mudah rusak					
6	Handphone VIVO memiliki design yang menarik disetiap tipenya					

B. Variabel Harga (X2)

NO	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Harga Handphone VIVO relatif terjangkau oleh kalangan masyarakat.					
2	Harga yang ditawarkan Handphone VIVO bervariasi sesuai dengan kualitas handphone.					
3	Harga yang ditawarkan oleh Handphone VIVO lebih murah dibanding dengan Handphone lain yang memiliki spesifikasi sama					
4	Harga Handphone VIVO sesuai dengan manfaat yang saya harapkan pada saat menggunakannya					

C. Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)

NO	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Saya merasa puas menggunakan produk Handphone VIVO dan tertarik untuk membeli lagi jika ada penawaran produk Handphone VIVO yang baru dari produk tersebut					
2	Saya membeli Handphone VIVO lebih dari satu kali					
3	Saya berusaha merekomendasikan Handphone VIVO kepada orang lain					
4	Saya tidak akan berpindah dari produk merek VIVO ke produk lainnya meskipun produk lain menawarkan harga yang lebih murah dan kualitas yang handal					

Lampiran 2

Data Frekuensi Responden

1. Jenis Kelamin

RESPONDEN	JENIS KELAMIN	
	LAKI-LAKI	PEREMPUAN
1		1
2		1
3		1
4		1
5		1
6	1	
7	1	
8	1	
9		1
10		1
11	1	
12		1
13		1
14		1
15		1
16	1	
17		1
18	1	
19		1
20		1
21		1
22		1
23		1
24		1
25	1	
26		1
27		1
28		1
29	1	
30	1	
31	1	
32		1
33		1
34		1
35	1	
36	1	
37		1

38	1	
39		1
40		1
41		1
42	1	
43		1
44		1
45		1
46	1	
47		1
48	1	
49		1
50		1
51		1
52	1	
53		1
54	1	
55		1
56	1	
57		1
58		1
59		1
60	1	
61		1
62		1
63	1	
64		1
65		1
66	1	
67		1
68		1
69		1
70		1
71	1	
72		1
73	1	
74	1	
75		1
76	1	
77	1	
78		1
79		1
80	1	
81	1	

82		1
83		1
84	1	
85		1
86		1
87		1
88	1	
89	1	
90	1	
91		1
92	1	
93	1	
94	1	
95		1
96		1
97	1	
98	1	
99	1	
100	1	

2. Usia

RESPONDEN	UMUR		
	15 – 20	21 - 30	31 – 40
1		1	
2		1	
3	1		
4		1	
5		1	
6	1		
7		1	
8			1
9		1	
10	1		
11			1
12	1		
13			1
14	1		
15		1	
16		1	
17		1	
18		1	
19	1		
20		1	
21		1	
22	1		
23		1	
24		1	
25	1		
26			1
27			1
28		1	
29		1	
30		1	
31		1	
32		1	
33			1
34	1		
35		1	
36		1	
37		1	
38		1	
39		1	
40			1

41	1		
42		1	
43		1	
44		1	
45		1	
46		1	
47			1
48		1	
49			1
50		1	
51			1
52			1
53			1
54	1		
55			1
56		1	
57	1		
58			1
59		1	
60		1	
61			1
62			1
63		1	
64	1		
65			1
66		1	
67	1		
68	1		
69	1		
70		1	
71			1
72		1	
73		1	
74		1	
75		1	
76		1	
77			1
78		1	
79	1		
80			1
81	1		
82		1	
83		1	
84			1

85		1	
86		1	
87	1		
88		1	
89			1
90	1		
91		1	
92		1	
93			1
94		1	
95		1	
96		1	
97		1	
98			1
99		1	
100			1

Lampiran 3

DATA VARIABEL KUALITAS PRODUK (X1)

RESPONDEN	KUALITAS PRODUK						TOTAL
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	
1.	4	4	3	5	4	4	24
2.	4	5	4	5	3	3	24
3.	4	4	5	5	3	4	25
4.	4	4	4	5	3	4	24
5.	4	5	5	5	4	5	28
6.	4	4	5	5	5	4	27
7.	3	4	4	4	5	5	25
8.	4	3	4	4	4	3	22
9.	5	4	3	2	3	5	22
10.	4	4	4	3	3	3	21
11.	4	3	4	4	4	3	22
12.	5	4	3	2	5	5	24
13.	4	4	3	4	4	3	22
14.	4	4	4	5	4	4	25
15.	4	4	5	5	4	5	27
16.	5	5	5	5	4	5	29
17.	5	4	5	5	4	5	28
18.	5	4	5	5	4	4	27
19.	5	5	4	4	4	4	26
20.	5	4	5	5	4	5	28
21.	5	5	4	5	5	4	28
22.	5	5	5	5	4	5	29
23.	4	5	5	5	4	5	28
24.	4	5	4	5	3	2	23
25.	4	4	5	5	5	4	27
26.	4	5	5	4	3	5	26
27.	4	4	4	4	4	2	22
28.	3	2	3	4	3	4	19
29.	4	4	5	5	4	4	26
30.	5	4	4	5	5	5	28
31.	4	4	3	4	3	4	22
32.	4	4	4	5	4	5	26
33.	4	4	4	3	4	3	22
34.	3	3	4	4	5	4	23
35.	4	4	4	4	4	5	25
36.	3	4	4	5	4	4	24
37.	4	4	5	4	3	3	23
38.	3	4	5	4	4	4	24
39.	5	5	5	5	5	5	30

40.	5	5	5	5	5	5	30
41.	4	4	4	4	4	4	24
42.	4	4	4	5	5	4	26
43.	4	4	4	4	4	4	24
44.	2	2	3	5	5	5	22
45.	5	4	3	4	4	4	24
46.	5	4	4	5	2	3	23
47.	4	4	4	4	4	2	22
48.	5	5	5	5	5	5	30
49.	3	3	3	3	3	3	18
50.	5	5	4	5	4	5	28
51.	3	3	3	4	4	3	20
52.	4	4	4	4	4	5	25
53.	3	3	4	4	4	4	22
54.	4	4	4	5	5	5	27
55.	4	3	2	4	3	2	18
56.	4	4	5	5	4	4	26
57.	4	4	3	4	4	3	22
58.	4	4	4	4	4	4	24
59.	5	4	4	4	3	3	23
60.	4	4	5	5	4	2	24
61.	4	4	4	4	4	4	24
62.	4	4	3	4	3	2	20
63.	4	4	5	5	5	4	27
64.	3	4	4	4	4	2	21
65.	3	3	3	4	4	4	21
66.	4	4	5	5	5	3	26
67.	4	4	4	3	3	3	21
68.	4	3	3	4	2	3	19
69.	5	5	5	5	4	4	28
70.	4	4	3	4	3	4	22
71.	3	4	5	4	4	5	25
72.	5	5	4	4	3	3	24
73.	4	4	5	5	5	5	28
74.	4	4	5	4	5	5	27
75.	4	4	5	5	4	4	26
76.	4	3	5	5	4	5	26
77.	3	3	4	4	4	4	22
78.	3	3	3	4	3	4	20
79.	4	5	5	5	4	4	27
80.	3	4	4	5	5	4	25
81.	4	4	4	4	4	3	23
82.	4	4	4	5	3	4	24
83.	4	4	4	5	3	4	24

84.	5	5	4	4	3	3	24
85.	3	3	4	5	3	4	22
86.	5	4	3	3	4	5	24
87.	3	3	3	4	3	4	20
88.	4	4	5	5	5	5	28
89.	5	4	3	4	4	4	24
90.	4	4	4	4	4	4	24
91.	3	3	3	3	3	3	18
92.	4	4	4	4	5	4	25
93.	4	4	4	4	4	3	23
94.	4	4	4	3	4	4	23
95.	5	5	5	5	4	4	28
96.	4	4	5	4	4	4	25
97.	4	3	4	5	4	4	24
98.	5	5	4	5	4	4	27
99.	2	4	3	4	2	4	19
100.	4	4	3	3	4	4	22

Lampiran 4

DATA VARIABEL HARGA (X2)

RESPONDEN	HARGA				TOTAL
	P1	P2	P3	P4	
1.	5	4	4	4	17
2.	5	4	5	2	16
3.	5	4	5	2	16
4.	5	4	5	4	18
5.	4	4	4	5	17
6.	5	4	4	4	17
7.	5	5	4	4	18
8.	4	4	3	4	15
9.	4	4	3	3	14
10.	4	4	2	3	13
11.	4	4	3	4	15
12.	3	5	3	5	16
13.	4	4	3	3	14
14.	4	4	3	4	15
15.	4	4	4	4	16
16.	5	4	4	5	18
17.	4	5	4	4	17
18.	5	4	4	4	17
19.	4	4	4	4	16
20.	4	5	4	4	17
21.	5	4	5	5	19
22.	4	4	4	5	17
23.	4	4	4	5	17
24.	5	4	4	4	17
25.	5	4	4	4	17
26.	4	4	4	4	16
27.	5	4	4	4	17
28.	4	5	4	4	17
29.	4	4	5	3	16
30.	5	4	4	4	17
31.	2	5	3	4	14
32.	4	4	4	4	16
33.	2	4	3	4	13
34.	4	4	4	4	16
35.	4	4	5	5	18
36.	4	5	4	5	18
37.	4	4	3	4	15
38.	4	4	5	5	18
39.	4	4	4	4	16

40.	4	4	4	4	16
41.	4	4	4	4	16
42.	4	5	4	4	17
43.	3	4	3	4	14
44.	5	5	4	4	18
45.	4	4	3	5	16
46.	4	5	4	5	18
47.	4	4	3	4	15
48.	5	4	4	4	17
49.	4	4	4	4	16
50.	4	4	4	4	16
51.	5	4	3	4	16
52.	3	4	3	4	14
53.	3	4	3	3	13
54.	5	4	3	2	14
55.	4	5	3	4	16
56.	5	4	4	4	17
57.	3	4	4	4	15
58.	4	4	4	4	16
59.	4	4	2	3	13
60.	5	4	4	4	17
61.	3	3	3	3	12
62.	2	4	2	4	12
63.	4	5	4	4	17
64.	4	4	3	4	15
65.	4	4	3	4	15
66.	5	4	4	4	17
67.	4	4	3	4	15
68.	4	4	3	3	14
69.	4	4	4	5	17
70.	2	4	3	4	13
71.	3	4	4	4	15
72.	4	4	4	4	16
73.	4	4	5	3	16
74.	4	4	5	4	17
75.	4	4	4	5	17
76.	4	4	5	4	17
77.	3	5	4	4	16
78.	4	5	4	4	17
79.	4	5	4	5	18
80.	4	4	3	4	15
81.	4	4	4	4	16
82.	5	4	5	4	18
83.	5	4	5	5	19

84.	5	5	4	4	18
85.	5	4	5	3	17
86.	4	3	3	4	14
87.	4	5	4	4	17
88.	4	4	5	4	17
89.	2	3	2	3	10
90.	3	5	4	4	16
91.	3	3	3	3	12
92.	4	5	4	4	17
93.	2	4	3	4	13
94.	4	5	4	4	17
95.	5	4	5	5	19
96.	4	4	4	4	16
97.	4	4	5	5	18
98.	4	4	3	4	15
99.	5	4	4	3	16
100.	4	4	3	4	15

Lampiran 5

DATA VARIABEL LOYALITAS PELANGGAN (Y)

RESPONDEN	LOYALITAS PELANGGAN				TOTAL
	P1	P2	P3	P4	
1.	4	4	4	4	16
2.	4	4	3	2	13
3.	4	4	3	3	14
4.	5	4	4	3	16
5.	5	5	4	4	18
6.	4	3	4	5	16
7.	5	4	3	5	17
8.	4	3	2	5	14
9.	4	3	4	4	15
10.	3	3	3	5	14
11.	4	2	2	4	12
12.	5	4	3	4	16
13.	4	3	3	5	15
14.	3	3	3	4	13
15.	5	5	4	4	18
16.	5	4	4	4	17
17.	5	5	4	4	18
18.	3	4	4	5	16
19.	4	4	3	4	15
20.	5	4	4	4	17
21.	5	5	4	4	18
22.	5	4	4	4	17
23.	5	4	4	4	17
24.	4	4	3	3	14
25.	5	4	4	5	18
26.	4	4	4	4	16
27.	4	3	3	5	15
28.	4	4	3	3	14
29.	5	5	4	5	19
30.	3	4	3	2	12
31.	4	3	2	4	13
32.	5	4	4	3	16
33.	4	3	3	5	15
34.	3	3	4	4	14
35.	4	4	4	4	16
36.	5	4	3	5	17
37.	5	3	4	4	16
38.	5	5	3	4	17
39.	5	4	3	2	14

40.	3	3	2	3	11
41.	4	4	4	4	16
42.	4	4	4	4	16
43.	3	4	3	4	14
44.	4	3	4	4	15
45.	5	4	4	5	18
46.	5	4	3	5	17
47.	4	4	3	2	13
48.	3	4	4	4	15
49.	5	2	4	3	14
50.	5	4	4	4	17
51.	3	3	2	4	12
52.	4	3	3	5	15
53.	4	4	2	2	12
54.	5	4	3	2	14
55.	4	4	2	3	13
56.	3	4	2	5	14
57.	4	3	3	4	14
58.	4	4	2	4	14
59.	4	3	2	3	12
60.	4	3	4	5	16
61.	5	4	2	3	14
62.	3	4	2	4	13
63.	4	4	3	5	16
64.	3	3	2	4	12
65.	4	4	2	4	14
66.	5	5	3	4	17
67.	4	3	2	4	13
68.	3	3	3	4	13
69.	5	4	4	4	17
70.	3	4	3	4	14
71.	5	3	3	5	16
72.	5	4	3	2	14
73.	5	4	4	4	17
74.	4	4	4	5	17
75.	5	4	5	4	18
76.	4	3	3	4	14
77.	4	4	3	4	15
78.	3	4	3	3	13
79.	4	4	4	4	16
80.	4	3	3	4	14
81.	4	4	4	4	16
82.	5	4	4	3	16
83.	4	4	3	3	14

84.	4	4	3	4	15
85.	4	4	3	3	14
86.	3	2	2	3	10
87.	4	4	3	3	14
88.	3	4	4	4	15
89.	4	3	3	4	14
90.	4	4	4	4	16
91.	3	3	2	3	11
92.	4	4	3	5	16
93.	4	3	2	5	14
94.	5	4	5	4	18
95.	5	4	5	4	18
96.	4	3	4	4	15
97.	4	4	4	4	16
98.	4	4	4	5	17
99.	2	4	3	3	12
100.	5	4	3	4	16

Lampiran 6

HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL KUALITAS PRODUK (X₁)

		Correlations						
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	TOTAL
X1.1	Pearson Correlation	1	,633**	,260**	,120	,102	,153	,566**
	Sig. (2-tailed)		,000	,009	,233	,312	,130	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	,633**	1	,465**	,265**	,121	,158	,658**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,008	,229	,117	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	,260**	,465**	1	,544**	,370**	,314**	,768**
	Sig. (2-tailed)	,009	,000		,000	,000	,001	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	,120	,265**	,544**	1	,254*	,218*	,620**
	Sig. (2-tailed)	,233	,008	,000		,011	,029	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	,102	,121	,370**	,254*	1	,411**	,603**
	Sig. (2-tailed)	,312	,229	,000	,011		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.6	Pearson Correlation	,153	,158	,314**	,218*	,411**	1	,625**
	Sig. (2-tailed)	,130	,117	,001	,029	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	,566**	,658**	,768**	,620**	,603**	,625**	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).

HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL HARGA (X₂)

		Correlations				
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	1	,038	,496**	,002	,688**
	Sig. (2-tailed)		,708	,000	,987	,000
	N	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	,038	1	,154	,244*	,452**
	Sig. (2-tailed)	,708		,126	,014	,000
	N	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	,496**	,154	1	,217*	,796**
	Sig. (2-tailed)	,000	,126		,030	,000
	N	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	,002	,244*	,217*	1	,546**
	Sig. (2-tailed)	,987	,014	,030		,000
	N	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	,688**	,452**	,796**	,546**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	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).

HASIL UJI VALIDITAS LOYALITAS PRODUK (Y)

		Correlations				
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	TOTAL
Y.1	Pearson Correlation	1	,362**	,402**	,040	,697**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,694	,000
	N	100	100	100	100	100
Y.2	Pearson Correlation	,362**	1	,329**	-,091	,574**
	Sig. (2-tailed)	,000		,001	,367	,000
	N	100	100	100	100	100
Y.3	Pearson Correlation	,402**	,329**	1	,182	,764**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001		,070	,000
	N	100	100	100	100	100
Y.4	Pearson Correlation	,040	-,091	,182	1	,496**
	Sig. (2-tailed)	,694	,367	,070		,000
	N	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	,697**	,574**	,764**	,496**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

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

HASIL UJI REALIBILITAS VARIABEL KUALITAS PRODUK (X₁)

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,708	6

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	20,2400	6,346	,361	,692
X1.2	20,2800	6,082	,493	,656
X1.3	20,1900	5,368	,616	,611
X1.4	19,9300	6,106	,426	,674
X1.5	20,3700	6,114	,393	,684
X1.6	20,3400	5,782	,380	,694

HASIL UJI REALIBILITAS VARIABEL HARGA(X₂)

Reliability

Case Processing Summary

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

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

Scale: ALL VARIABLES

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,498	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	11,9300	1,682	,303	,419
X2.2	11,8100	2,398	,197	,499
X2.3	12,1800	1,422	,502	,187
X2.4	11,9900	2,111	,192	,510

HASIL UJI REALIBILITAS VARIABEL LOYALITAS PRODUK (Y)

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,495	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1.1	10,9000	2,172	,393	,325
Y1.2	11,3100	2,600	,281	,435
Y1.3	11,7700	1,916	,473	,229
Y1.4	11,1400	2,707	,070	,630

Lampiran 7

HASIL UJI NORMALITAS DATA

NPar Tests

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1,49064219
	Absolute	,083
Most Extreme Differences	Positive	,054
	Negative	-,083
Kolmogorov-Smirnov Z		,828
Asymp. Sig. (2-tailed)		,500

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

HASIL UJI MULTIKOLINERITAS

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	2,553	1,638		1,559	,122		
1 KUALITAS PRODUK	,249	,058	,375	4,316	,000	,850	1,176
HARGA	,404	,096	,364	4,190	,000	,850	1,176

a. Dependent Variable: LOYALITAS PELANGGAN

Lampiran 8

HASIL ANALISIS REGRESI BERGANDA

Regression

Variables Entered/Removed^a

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

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

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,615 ^a	,378	,365	1,50593

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

ANOVA^a

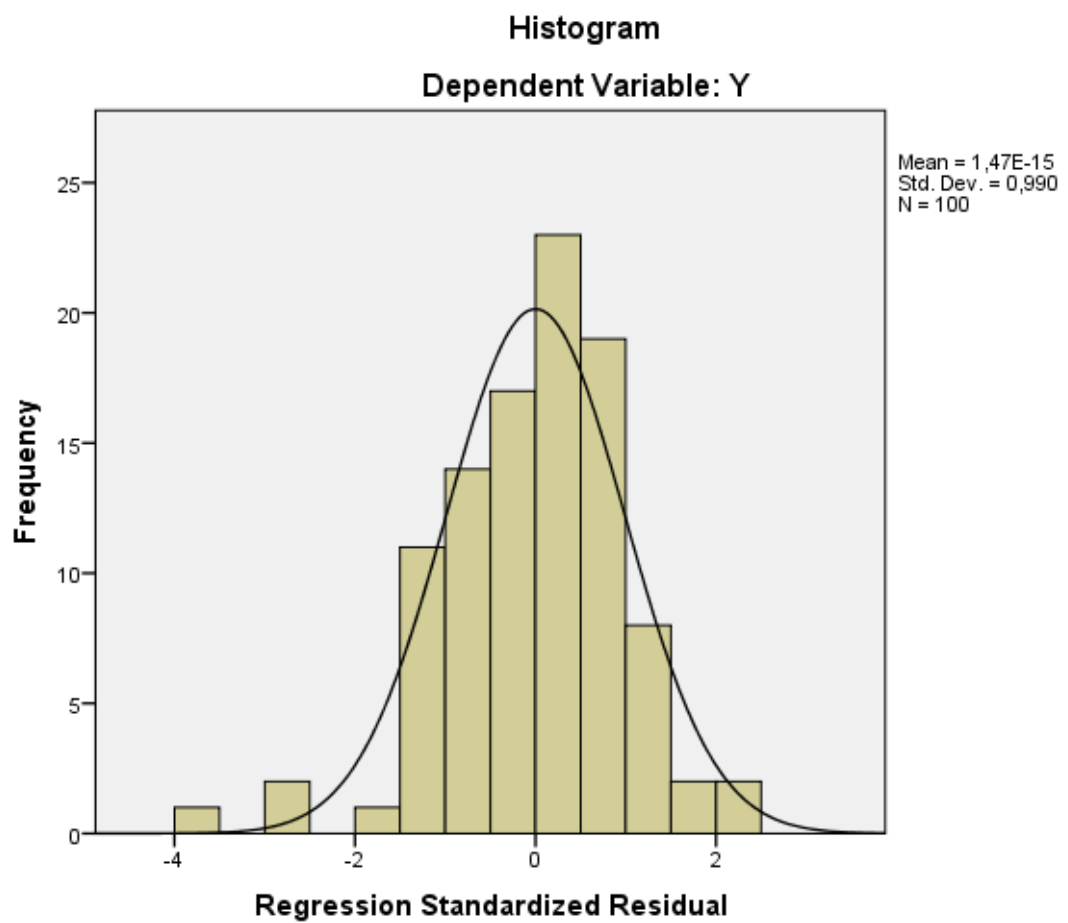
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	133,861	2	66,930	29,513	,000 ^b
	Residual	219,979	97	2,268		
	Total	353,840	99			

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

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,553	1,638		1,559	,122
	X1	,249	,058	,375	4,316	,000
	X2	,404	,096	,364	4,190	,000

a. Dependent Variable: Y



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual**Dependent Variable: Y**