

## LAMPIRAN PENELITIAN

### Lampiran 1. lembaran kuisisioner

Kepada Yth.

Bapak/IbuSdr/i

#### **Konsumen *Eiger Adventure Flagship Store Merr Surabaya***

Saya mohon kesediaan untuk menjawab pertanyaan pada lembar kuesioner mengenai **“Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pada *Eiger Adventure Flagship Store Merr Surabaya*”** sebagai bahan penelitian. Atas waktu dan kesediaan anda dalam mengisi kuesioner, saya mengucapkan banyak terima kasih.

#### **Data Responden**

Nama Perusahaan :

#### **Petunjuk Pengisian**

Beri tanda check (  $\surd$  ) pada kolom yang tersedia sesuai pernyataan yang anda pilih. Keterangan :

STS	: Sangat Tidak Setuju	bobot (1)
TS	: Tidak Setuju	bobot (2)
N	: Netral	bobot (3)
S	: Setuju	bobot (4)
SS	: Sangat Setuju	bobot (5)

## Lampiran 2. Kualitas Produk

NO	Pernyataan Kualitas Produk (X <sub>1</sub> )	STS	TS	N	S	SS
1	Produk <i>Eiger Adventure</i> dapat memberikan kenyamanan secara maksimal bagi penggunanya.					
2	Produk <i>Eiger Adventure</i> merupakan produk yang bermanfaat dalam melakukan petualangan alam terbuka.					
3	Produk <i>Eiger Adventure</i> memiliki bahan yang berkualitas					
4	Tidak ada kecatatan pada produk yang ditawarkan <i>Eiger Adventure</i>					
5	Produk <i>Eiger Adventure</i> dapat digunakan dalam cuaca ekstrem					
6	<i>Eiger Adventure</i> memiliki variasi produk sejenis dengan harga yang beragam sesuai dengan kebutuhan konsumen					
7	Produk <i>Eiger Adventure</i> memiliki daya tahan yang lama					
8	Semua produk <i>Eiger Adventure</i> sudah terjamin tidak adanya kerusakan					
9	Produk <i>Eiger Adventure</i> selalu memenuhi spesifikasi standar yang ditentukan					
10	Produk yang ditawarkan <i>Eiger Adventure</i> semuanya sudah berlogo SNI					
11	Produk <i>Eiger Adventure</i> selalu mengikuti perkembangan jaman dan tidak monoton					
12	Produk <i>Eiger Adventure</i> mempunyai desain yang menarik					

### Lampiran 3. Persepsi Harga

NO	Pernyataan Persepsi Harga (X <sub>2</sub> )	STS	TS	N	S	SS
1	Harga produk <i>Eiger Adventure</i> sesuai dengan kualitas produk					
2	Harga produk <i>Eiger Adventure</i> sesuai dengan hasil yang diinginkan					
3	Harga produk <i>Eiger Adventure</i> sesuai dengan manfaat yang saya rasakan					
4	Harga produk <i>Eiger Adventure</i> memiliki manfaat yang bagus dibanding produk lain					
5	Harga produk <i>Eiger Adventure</i> yang dapat bersaing dengan produk lain					
6	Harga produk <i>Eiger Adventure</i> sesuai dengan daya beli saya					

#### Lampiran 4.Citra Merek

NO	Pernyataan Citra Merek (X <sub>3</sub> )	STS	TS	N	S	SS
1	Produk <i>Eiger Adventure</i> memiliki banyak tipe dan model sesuai yang diinginkan					
2	Produk <i>Eiger Adventure</i> tersebar dan mudah dicari dikota-kota besar					
3	Produk <i>Eiger Adventure</i> memiliki penampilan yang menarik					
4	Inovasi-inovasi yang ditawarkan <i>Eiger Adventure</i> selalu menarik perhatian pelanggan					
5	Produk <i>Eiger Adventure</i> memiliki ciri khas tersendiri					
6	<i>Eiger Adventure</i> memiliki keunggulan tersendiri yang tidak dimiliki merek lain					

### Lampiran 5. Kepuasan Konsumen

NO	Pernyataan Kepuasan Konsumen (Y)	STS	TS	N	S	SS
1	Saya lebih memilih produk <i>Eiger Adventure</i> dibandingkan produk dari perusahaan lain yang sejenis					
2	Saya tidak akan beralih ke produk lain selain produk <i>Eiger Adventure</i>					
3	Saya akan membeli kembali produk <i>Eiger Adventure</i>					
4	Saya membeli semua produk yang bermerek <i>Eiger</i> di <i>Eiger Adventure</i>					
5	Saya akan merekomendasikan produk ke teman dan saudara saya untuk menggunakan produk <i>Eiger Adventure</i>					
6	Saya akan mengajak orang lain/keluarga saya untuk membeli produk <i>Eiger Adventure</i>					
7	Saya bersedia membayar lebih mahal produk <i>Eiger Adventure</i> karena mempunyai kualitas produk yang sangat bagus					
8	Saya bersedia membayar lebih mahal produk <i>Eiger Adventure</i> karena mempunyai kualitas produk yang tahan lama					



32	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
33	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
35	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	54
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
40	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	30
41	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	54
42	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	54
43	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	30
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
47	2	2	5	5	2	2	5	5	2	2	5	5	42
48	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	54
49	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
52	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
53	2	2	5	5	2	2	5	5	2	2	5	5	42
54	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	54
55	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	54
56	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
57	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	54
58	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
59	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
62	2	2	5	5	2	2	5	5	2	2	5	5	42
63	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
64	5	5	4	3	5	5	4	3	5	5	4	3	51
65	5	5	4	3	5	5	4	3	5	5	4	3	51
66	5	4	4	3	5	4	4	3	5	4	4	3	48
67	4	4	3	5	4	4	3	5	4	4	3	5	48
68	4	4	3	5	4	4	3	5	4	4	3	5	48

69	4	5	3	4	4	5	3	4	4	5	3	4	48
70	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	54
71	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	54
72	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
73	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
74	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
75	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
76	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
77	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
78	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	54
79	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
80	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
81	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
82	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
83	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	30
84	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	54
85	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	54
86	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	30
87	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	54
88	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
89	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
90	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
91	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
92	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	30
93	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	54
94	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	54
95	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	30
96	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	30



**Lampiran 7. Jawaban Responden Variabel Persepsi Harga (X2)**

**Rekapitulasi Jawaban Responden  
Variabel Persepsi Harga (X2)**

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

31	4	4	3	4	4	3	22
32	4	4	4	4	4	5	25
33	4	4	4	4	4	5	25
34	5	5	4	5	3	5	27
35	4	4	5	4	3	5	25
36	4	4	5	4	4	4	25
37	4	3	5	4	3	4	23
38	4	4	4	4	4	4	24
39	4	4	4	4	4	4	24
40	3	4	3	3	3	3	19
41	4	4	4	4	4	4	24
42	4	4	5	4	4	5	26
43	4	4	5	4	4	5	26
44	4	4	4	4	3	4	23
45	4	4	4	4	4	4	24
46	4	4	4	4	4	4	24
47	3	3	3	3	3	3	18
48	4	4	5	4	4	5	26
49	4	4	4	4	4	4	24
50	4	3	4	4	3	4	22
51	4	4	4	4	4	4	24
52	4	4	4	4	4	4	24
53	3	3	3	3	3	3	18
54	4	4	4	4	4	4	24
55	4	4	5	4	4	5	26
56	4	4	5	4	4	5	26
57	4	4	4	4	4	4	24
58	4	5	5	4	5	5	28
59	4	3	4	4	3	4	22
60	4	4	4	4	4	4	24
61	4	4	4	4	4	4	24
62	3	3	3	3	3	3	18
63	5	4	4	5	4	4	26
64	4	4	4	4	4	4	24
65	4	5	5	4	5	5	28
66	3	3	4	3	3	4	20

67	4	5	5	4	5	5	28
68	3	4	4	3	4	4	22
69	4	4	4	4	4	4	24
70	5	4	5	5	4	5	28
71	4	4	4	4	4	4	24
72	3	3	3	3	3	3	18
73	5	5	5	5	5	5	30
74	4	4	3	4	4	3	22
75	4	4	4	4	4	4	24
76	4	4	4	4	4	4	24
77	5	5	4	5	5	4	28
78	4	4	5	4	4	5	26
79	4	4	4	4	4	4	24
80	4	3	4	4	3	4	22
81	4	4	4	4	4	4	24
82	4	4	4	4	4	4	24
83	3	3	3	3	3	3	18
84	4	4	4	4	4	4	24
85	4	4	5	4	4	5	26
86	4	4	5	4	4	5	26
87	4	4	5	4	4	5	26
88	4	4	4	4	4	4	24
89	4	3	4	4	3	4	22
90	4	4	4	4	4	4	24
91	4	4	4	4	4	4	24
92	3	3	3	3	3	3	18
93	4	4	4	4	4	4	24
94	4	4	5	4	4	5	26
95	4	4	5	4	4	5	26
96	3	3	3	3	3	3	18

### Lampiran 8. Jawaban Responden Variabel Citra Merek (X3)

#### Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Citra Merek (X3)

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

31	4	4	4	4	4	4	24
32	4	4	3	4	4	3	22
33	4	4	4	4	4	4	24
34	4	4	4	4	4	4	24
35	4	5	4	4	5	4	26
36	4	4	4	4	4	4	24
37	3	3	3	3	3	3	18
38	3	5	3	3	5	3	22
39	3	5	3	3	5	3	22
40	3	3	3	3	3	4	19
41	4	4	4	4	4	4	24
42	5	5	4	5	5	4	28
43	4	5	5	4	5	5	28
44	4	5	4	4	4	4	25
45	4	4	4	4	4	4	24
46	3	2	3	2	3	2	15
47	3	3	3	3	3	3	18
48	4	5	4	4	5	4	26
49	4	4	4	4	4	4	24
50	3	3	3	3	3	3	18
51	3	5	3	3	5	3	22
52	3	5	3	3	5	3	22
53	3	3	3	3	3	3	18
54	4	4	4	4	4	4	24
55	5	5	4	5	5	4	28
56	4	5	5	4	5	5	28
57	4	4	3	4	4	3	22
58	4	5	4	4	5	4	26
59	4	4	4	4	4	4	24
60	3	2	3	2	3	2	15
61	3	5	3	3	5	3	22
62	3	3	3	3	3	3	18
63	5	4	4	5	4	4	26
64	4	3	3	3	4	3	20
65	5	5	4	4	4	5	27
66	4	4	4	5	3	5	25

67	4	4	4	5	3	5	25
68	4	5	4	5	4	5	27
69	4	4	4	3	5	5	25
70	4	4	4	3	5	5	25
71	4	4	4	3	5	5	25
72	3	3	3	3	5	3	20
73	5	5	4	5	4	4	27
74	4	4	4	4	4	4	24
75	4	4	3	4	4	3	22
76	4	4	4	4	4	4	24
77	4	4	4	4	4	4	24
78	4	5	4	4	5	4	26
79	4	4	4	4	4	4	24
80	3	3	3	3	3	3	18
81	3	5	3	3	5	3	22
82	3	5	3	3	5	3	22
83	3	3	3	3	3	3	18
84	4	4	4	4	4	4	24
85	5	5	4	5	5	4	28
86	4	5	5	4	5	5	28
87	4	5	4	4	5	4	26
88	4	4	4	4	4	4	24
89	4	5	4	4	5	4	26
90	4	4	4	4	4	4	24
91	3	2	3	2	3	2	15
92	3	3	3	3	3	3	18
93	4	4	4	4	4	4	24
94	5	5	4	5	5	4	28
95	4	5	5	4	5	5	28
96	3	3	3	3	3	3	18

### Lampiran 9. Jawaban Responden Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Kepuasan Konsumen (Y)									
No	Pertanyaan								Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	
1	3	4	3	3	4	4	3	4	28
2	4	4	4	4	4	5	4	4	33
3	4	4	4	4	4	5	4	4	33
4	3	4	3	3	4	4	3	4	28
5	4	5	4	4	5	4	4	5	35
6	4	4	4	4	4	4	4	4	32
7	3	4	3	3	4	4	3	4	28
8	4	4	4	4	4	5	4	4	33
9	4	4	4	4	4	5	4	4	33
10	3	4	3	3	4	4	3	4	28
11	4	4	4	4	5	4	4	4	33
12	5	5	5	4	4	5	5	5	38
13	4	5	4	4	4	4	4	5	34
14	4	3	4	4	5	4	4	3	31
15	4	3	4	4	3	5	4	3	30
16	3	3	3	3	3	4	3	3	25
17	4	4	4	4	3	5	4	4	32
18	4	4	4	4	3	5	4	4	32
19	3	4	3	3	4	4	3	4	28
20	4	4	4	5	5	5	4	4	35
21	4	4	4	4	4	4	4	4	32
22	5	5	5	5	5	4	5	5	39
23	4	4	4	4	4	5	4	4	33
24	4	5	4	4	5	4	4	5	35
25	4	4	5	4	5	4	4	4	34
26	4	4	5	4	4	5	4	4	34
27	4	5	4	4	5	4	4	5	35
28	4	4	4	4	4	4	4	4	32
29	3	4	3	3	4	4	3	4	28

30	5	5	5	5	5	4	5	5	39
31	4	4	4	4	4	5	4	4	33
32	4	4	4	4	4	4	4	4	32
33	4	4	4	4	4	4	4	4	32
34	4	4	4	4	4	4	4	4	32
35	4	5	4	4	5	4	4	5	35
36	4	4	4	4	4	4	4	4	32
37	3	4	3	3	4	4	3	4	28
38	4	4	4	4	4	5	4	4	33
39	4	4	4	4	4	5	4	4	33
40	2	4	2	3	4	3	3	4	25
41	4	4	4	4	5	4	4	4	33
42	5	5	5	4	4	5	5	5	38
43	4	5	4	4	4	3	4	5	33
44	2	4	3	3	4	4	3	4	27
45	4	4	4	4	4	5	4	4	33
46	4	4	4	4	4	5	4	4	33
47	2	4	2	3	4	4	3	4	26
48	4	5	4	4	5	4	4	5	35
49	4	4	4	4	4	4	4	4	32
50	3	4	3	3	4	4	3	4	28
51	4	4	4	4	4	5	4	4	33
52	4	4	4	4	4	5	4	4	33
53	3	4	3	3	4	4	3	4	28
54	4	4	4	4	5	4	4	4	33
55	5	5	5	4	4	5	5	5	38
56	4	5	4	4	4	4	4	5	34
57	4	4	4	4	5	4	4	4	33
58	4	4	4	4	4	5	4	4	33
59	3	4	3	3	4	4	3	4	28
60	4	4	4	4	4	5	4	4	33
61	4	4	4	4	4	5	4	4	33
62	3	4	3	3	4	4	3	4	28
63	4	4	4	5	5	5	4	4	35
64	4	4	4	4	4	4	4	4	32
65	5	5	5	5	5	4	5	5	39



66	4	4	4	4	4	5	4	4	33
67	4	5	4	4	5	4	4	5	35
68	4	4	5	4	5	4	4	4	34
69	4	4	5	4	4	5	4	4	34
70	4	5	4	4	5	4	4	5	35
71	4	4	4	4	4	4	4	4	32
72	3	4	3	3	4	4	3	4	28
73	5	5	5	5	5	4	5	5	39
74	4	4	4	4	4	5	4	4	33
75	4	4	4	4	4	4	4	4	32
76	4	4	4	4	4	4	4	4	32
77	4	4	4	4	4	4	4	4	32
78	4	5	4	4	5	4	4	5	35
79	4	4	4	4	4	4	4	4	32
80	3	4	3	3	4	4	3	4	28
81	4	4	4	4	4	5	4	4	33
82	4	4	4	4	4	5	4	4	33
83	3	4	3	3	4	3	3	4	27
84	4	4	4	4	5	4	4	4	33
85	5	5	5	4	4	5	5	5	38
86	4	5	4	4	4	3	4	5	33
87	4	5	4	4	5	4	4	5	35
88	4	4	4	4	4	4	4	4	32
89	3	4	3	3	4	4	3	4	28
90	4	4	4	4	4	5	4	4	33
91	4	4	4	4	4	5	4	4	33
92	3	4	3	3	4	3	3	4	27
93	4	4	4	4	5	4	4	4	33
94	5	5	5	4	4	5	5	5	38
95	4	5	4	4	4	3	4	5	33
96	3	4	3	3	4	3	3	4	27

**Lampiran 10. Jawaban Responden Mengenai Variabel Kualitas Produk (X<sub>1</sub>)**

No	Pernyataan	Jawaban					Mean
		1	2	3	4	5	
1	Produk <i>Eiger Adventure</i> dapat memberikan kenyamanan secara maksimal bagi penggunaanya.	0	10	5	53	28	4,03
2	Produk <i>Eiger Adventure</i> merupakan produk yang bermanfaat dalam melakukan petualangan alam terbuka.	0	13	2	58	23	3,94
3	Produk <i>Eiger Adventure</i> memiliki bahan yang berkualitas	0	4	14	53	25	4,03
4	Tidak ada kecatatan pada produk yang ditawarkan <i>Eiger Adventure</i>	0	3	12	55	26	4,08
5	Produk <i>Eiger Adventure</i> dapat digunakan dalam cuaca ekstrem	0	10	5	52	29	4,04
6	<i>Eiger Adventure</i> memiliki variasi produk sejenis dengan harga yang beragam sesuai dengan kebutuhan konsumen	0	13	2	57	24	3,95
7	Produk <i>Eiger Adventure</i> memiliki daya tahan yang lama	0	3	13	54	26	4,07
8	Semua produk <i>Eiger Adventure</i> sudah terjamin tidak adanya kerusakan	0	3	16	52	25	4,03

9	Produk <i>Eiger Adventure</i> selalu memenuhi spesifikasi standar yang ditentukan	0	10	6	52	28	4,02
10	Produk yang ditawarkan <i>Eiger Adventure</i> semuanya sudah berlogo SNI	0	14	2	57	23	3,92
11	Produk <i>Eiger Adventure</i> selalu mengikuti perkembangan jaman dan tidak monoton	0	4	12	54	26	4,06
12	Produk <i>Eiger Adventure</i> mempunyai desain yang menarik	0	1	15	55	25	4,08

**Lampiran 11. Jawaban Responden Mengenai Variabel Persepsi Harga (X<sub>2</sub>)**

No	Pernyataan	Jawaban					Mean
		1	2	3	4	5	
1	Harga produk <i>Eiger Adventure</i> sesuai dengan kualitas produk	0	2	14	72	8	3,89
2	Harga produk <i>Eiger Adventure</i> sesuai dengan hasil yang diinginkan	0	2	19	65	10	3,86
3	Harga produk <i>Eiger Adventure</i> sesuai dengan manfaat yang saya rasakan	0	2	12	55	27	4,11
4	Harga produk <i>Eiger Adventure</i> memiliki manfaat yang bagus dibanding produk lain	0	4	12	70	10	3,89
5	Harga produk <i>Eiger Adventure</i> yang dapat bersaing dengan produk lain	0	6	21	58	11	3,77
6	Harga produk <i>Eiger Adventure</i> sesuai dengan daya beli saya	0	4	12	50	30	4,10

**Lampiran 12. Jawaban Responden Mengenai Variabel Citra Merek (X<sub>3</sub>)**

No	Pernyataan	Jawaban					Mean
		1	2	3	4	5	
1	Produk <i>Eiger Adventure</i> memiliki banyak tipe dan model sesuai yang diinginkan	0	0	31	54	11	3,79
2	Produk <i>Eiger Adventure</i> tersebar dan mudah dicari dikota-kota besar	0	6	17	38	35	4,06
3	Produk <i>Eiger Adventure</i> memiliki penampilan yang menarik	0	0	37	54	5	3,66
4	Inovasi-inovasi yang ditawarkan <i>Eiger Adventure</i> selalu menarik perhatian pelanggan	0	6	33	42	15	3,68
5	Produk <i>Eiger Adventure</i> memiliki ciri khas tersendiri	0	0	23	37	36	4,13
6	<i>Eiger Adventure</i> memiliki keunggulan tersendiri yang tidak dimiliki merek lain	0	6	29	42	19	3,77

**Lampiran 13. Jawaban Responden Variabel Kepuasan Konsumen (Y)**

No	Pernyataan	Jawaban					Mean
		1	2	3	4	5	
1	Saya lebih memilih produk <i>Eiger Adventure</i> dibandingkan produk dari perusahaan lain yang sejenis	0	3	18	66	9	3,84
2	Saya tidak akan beralih ke produk lain selain produk <i>Eiger Adventure</i>	0	0	3	70	23	4,20
3	Saya akan membeli kembali produk <i>Eiger Adventure</i>	0	2	19	62	13	3,89
4	Saya membeli semua produk yang bermerek <i>Eiger</i> di <i>Eiger Adventure</i>	0	0	21	69	6	3,84
5	Saya akan merekomendasikan produk ke teman dan saudara saya untuk menggunakan produk <i>Eiger Adventure</i>	0	0	4	68	24	4,20
6	Saya akan mengajak orang lain/keluarga saya untuk membeli produk <i>Eiger Adventure</i>	0	0	7	56	33	4,27
7	Saya bersedia membayar lebih mahal produk <i>Eiger Adventure</i> karena mempunyai kualitas produk yang sangat bagus	0	0	21	66	9	3,87
8	Saya bersedia membayar lebih mahal produk <i>Eiger</i>	0	0	3	70	23	4,20

	<i>Adventure</i> karena mempunyai kualitas produk yang tahan lama						
--	---	--	--	--	--	--	--

**Lampiran 14. Hasil Pengujian Validitas Variabel Kualitas Produk (X<sub>1</sub>)**

<b>Pernyataan</b>	<b>r hitung</b>	<b>r tabel</b>	<b>Keterangan</b>
1	0,779	0,200	Valid
2	0,810	0,200	Valid
3	0,628	0,200	Valid
4	0,385	0,200	Valid
5	0,759	0,200	Valid
6	0,789	0,200	Valid
7	0,622	0,200	Valid
8	0,400	0,200	Valid
9	0,785	0,200	Valid
10	0,809	0,200	Valid
11	0,611	0,200	Valid
12	0,475	0,200	Valid



**Lampiran 15. Hasil Pengujian Validitas Variabel Persepsi Harga (X<sub>2</sub>)**

<b>Pernyataan</b>	<b>r hitung</b>	<b>r tabel</b>	<b>Keterangan</b>
1	0,800	0,200	Valid
2	0,768	0,200	Valid
3	0,768	0,200	Valid
4	0,767	0,200	Valid
5	0,652	0,200	Valid
6	0,793	0,200	Valid

**Lampiran 16. Hasil Pengujian Validitas Variabel Citra Merek (X<sub>3</sub>)**

<b>Pernyataan</b>	<b>r hitung</b>	<b>r tabel</b>	<b>Keterangan</b>
1	0,738	0,200	Valid
2	0,751	0,200	Valid
3	0,780	0,200	Valid
4	0,713	0,200	Valid
5	0,497	0,200	Valid
6	0,746	0,200	Valid

**Lampiran 17. Hasil Pengujian Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)**

<b>Pernyataan</b>	<b>r hitung</b>	<b>r tabel</b>	<b>Keterangan</b>
1	0,903	0,200	Valid
2	0,549	0,200	Valid
3	0,869	0,200	Valid
4	0,823	0,200	Valid
5	0,336	0,200	Valid
6	0,211	0,200	Valid
7	0,924	0,200	Valid
8	0,549	0,200	Valid

**Lampiran 18. Hasil Pengujian Reliabilitas**

<b>Variabel</b>	<b><i>Cronbach Alpha</i></b>	<b><i>Minimum Alpha</i></b>	<b>Keterangan</b>
Kualitas produk (X <sub>1</sub> )	0,917	0,6	Reliabel
Persepsi harga (X <sub>2</sub> )	0,910	0,6	Reliabel
Citra merek (X <sub>3</sub> )	0,881	0,6	Reliabel
Kepuasan konsumen (Y)	0,876	0,6	Reliabel

## Lampiran 19. Uji Normalitas

### Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.00736861
Most Extreme Differences	Absolute	.123
	Positive	.089
	Negative	-.123
Kolmogorov-Smirnov Z		1.205
Asymp. Sig. (2-tailed)		.110

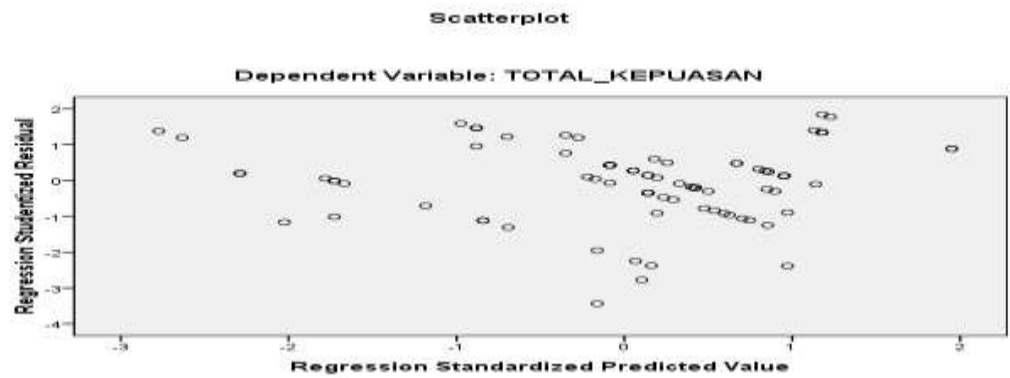
a. Test distribution is Normal.

## Lampiran 20. Uji Multikolinearitas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	11.150	1.805		6.178	.000		
TOTAL_KP	.117	.034	.259	3.505	.001	.778	1.285
TOTAL_PH	.379	.081	.393	4.657	.000	.597	1.674
TOTAL_CM	.285	.069	.321	4.095	.000	.692	1.446

a. Dependent Variable: TOTAL\_KEPUASAN

**Lampiran 21. Hasil Uji Heterokedasitas**

## Lampiran 22. Hasil Pengujian Regresi Linear Berganda

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.150	1.805		6.178	.000
	TOTAL_KP	.117	.034	.259	3.505	.001
	TOTAL_PH	.379	.081	.393	4.657	.000
	TOTAL_CM	.285	.069	.321	4.095	.000

a. Dependent Variable: TOTAL\_KEPUASAN



**Lampiran 23. Hasil Uji Koefisien Determinasi****Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.781 <sup>a</sup>	.609	.597	2.03983

a. Predictors: (Constant), TOTAL\_CM, TOTAL\_KP, TOTAL\_PH

b. Dependent Variable: TOTAL\_KEPUASAN

## Lampiran 24. Hasil Uji t

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.150	1.805		6.178	.000
	TOTAL_KP	.117	.034	.259	3.505	.001
	TOTAL_PH	.379	.081	.393	4.657	.000
	TOTAL_CM	.285	.069	.321	4.095	.000

a. Dependent Variable: TOTAL\_KEPUASAN

**Lampiran 25. Hasil Uji F**

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	597.153	3	199.051	47.838	.000 <sup>a</sup>
	Residual	382.805	92	4.161		
	Total	979.958	95			

a. Predictors: (Constant), TOTAL\_CM, TOTAL\_KP, TOTAL\_PH

b. Dependent Variable: TOTAL\_KEPUASAN

## Lampiran 26. Surat Izin Penelitian



YAYASAN PERGURUAN 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

PROGRAM STUDI MANAJEMEN (S1)  
PROGRAM STUDI AKUNTANSI (S1)  
PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN (S1)  
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN (S2)  
PROGRAM STUDI DOKTOR ILMU EKONOMI (S3)

TERAKREDITASI  
TERAKREDITASI  
TERAKREDITASI  
TERAKREDITASI  
TERAKREDITASI

Kampus: Jl. Semolowaru 45 Surabaya 60118, Telp (031) 5931800 Ext 140, 141, E-mail: [feb@untag-sby.ac.id](mailto:feb@untag-sby.ac.id)

Nomor : 3376/K/FEB/XI/2022  
Lampiran : -  
Perihal : **Permohonan Ijin Untuk  
Mengadakan Penelitian**

Kepada : Yth. Bapak/Ibu Pimpinan Eiger Adventure Flagship Store Merr Surabaya  
Jl. Dr. Ir. H. Soekarno No. 297-299, Rungkut Surabaya

**Dengan hormat,**

Sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan studi pada Program Strata 1, maka mahasiswa diwajibkan untuk menyusun dan mempertahankan skripsi sebagai hasil penerapan pelajaran teori serta praktek yang diperoleh berdasarkan penelitian. Sehubungan dengan hal tersebut, maka dengan ini kami mohon perkenan Bapak / Ibu untuk memberikan ijin kepada mahasiswa :

Nama : FANSIANUS NCAONG  
N. P. M : 1211900347  
Fakultas / Program Studi : Ekonomi dan Bisnis / Manajemen  
Alamat : Nginden 6A No. 39 Surabaya  
Telp. /HP. 081232339113

Guna melakukan penelitian pada :

**EIGER ADVENTURE FLAGSHIP STORE MERR SURABAYA**  
untuk memperoleh data sesuai dengan Skripsi yang sedang disusunnya dengan judul  
**"PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN CITRA MEREK  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA EIGER ADVENTURE FLAGSHIP  
STORE MERR SURABAYA."**

Demikian permohonan kami, atas perhatiannya kami sampaikan terima kasih.

Surabaya, 26 Oktober 2022



**Dr. Slamet Rivadi, MSi., Ak. CA**  
NPP. 20220.93.0319

## Lampiran 27. Kartu Bimbingan Skripsi



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Kampus: Jl. Semolowaru 45 Surabaya 60118, Telp (031) 5925289, E-mail: feb@untag-sb.ac.id

SEMESTER  
 Gasal / Genap

2022, 2023

**KARTU BIMBINGAN SKRIPSI**



Nama Mahasiswa / NBI : FANSIANUS NCAONU 1211900347

Nama Pembimbing : Drs. EC. ISTIONO, M.B.A.

Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI

HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN

PADA EIGER ADVENTURE FLAGSHIP STORE MERR SURABAYA

Mulai Program Skripsi : Semester 7. Thn. Ak. 2019 ...Selesai Bimbingan Tanggal.....

No.	HARI / TANGGAL	KONSENTRASI		PARAF
		BAB / HAL	KETERANGAN REVISI	
1.	21-09-2022	Judul	Ace	
2.	18-10-2022	Proposal	Revisi	
3.	26-10-2022	Proposal	Ace	
4.	3-11-2022	Bab I, II, III	Revisi	
5.	9-11-2022	→	Ace	
6.	1-12-2022	Bab IV & V	Revisi	
7.	8-12-2022	Bab IV & V	Ace	
8.	13-12-2022	Abstrak	Ace	
9.	16-12-2022	Lingkaran	Ace	
10.	20-12-2022	Kelengkapan	Ace	

Perpanjangan I

Semester : \_\_\_\_\_

Th. Ak. : \_\_\_\_\_

Paraf Kajar : \_\_\_\_\_

Surabaya, 22 Des. 2022

Istiono  
 (Nama dan tanda tangan Pembimbing)

## Lampiran 28. Surat Persetujuan Penelitian



EIGER ADVENTURE FLAGSHIP STORE MERR SURABAYA

Jl. Dr.Ir.H.Soekarno No.297-299, Surabaya

Jawa Timur 60298

Telp. 0811-2184-323

Nomor :  
 Lampiran : -  
 Perihal : **Persetujuan Permohonan Ijin Untuk Mengadakan Penelitian**  
 Kepada : Dr.Slamet Riyadi,Msi.,Ak.,Ca  
 Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
 Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
 Di-  
**Surabaya**

Dengan Hormat,

Menindaklanjuti surat dari Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Nomor : 3378/K/FEB/XI/2022 tanggal 26 Oktober 2022 tentang permohonan ijin untuk mengadakan penelitian pada Eiger Adventure Flagship Store, Bersama ini diberitahukan bahwa kami memberikan ijin mahasiswa sebagaimana tersebut dibawah ini untuk mengadakan penelitian guna memperoleh data sesuai dengan skripsi yang disusunnya.

Nama : Fansianus Ncaong  
 N.P.M : 1211900347  
 Fakultas / Program Studi : Ekonomi dan Bisnis / Manajemen  
 Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen pada Eiger Adventure Flagship Store Merr Surabaya

Demikian surat persetujuan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 27 Oktober 2022

**EIGER MERR SURABAYA**  
 Jl. Dr. Ir. H. Soekarno No. 297-299 Surabaya  
 ☎ 0811-2184-323  
 🌐 eiger.merr.surabaya

*Arief Setiawan*

Tembusan :

1. Fansianus Ncaong ( 1211900347 )
2. Arsip

## Lampiran 29. Hasil Turnitin

PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA EIGER ADVENTURE FLAGSHIP STORE MERR SURABAYA

### ORIGINALITY REPORT

<b>19%</b>	<b>20%</b>	<b>5%</b>	<b>13%</b>
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

### PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	Submitted to Houston Community College Student Paper	<b>3%</b>
<b>2</b>	repository.stei.ac.id Internet Source	<b>3%</b>
<b>3</b>	Marlina Christiani Rangian, Rudy Steven Wenas, Debry Ch. A Lintong. "ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN BRAND AMBASSADOR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK MS GLOW SKINCARE DI KOTA TOMOHON", Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 2022 Publication	<b>2%</b>
<b>4</b>	Submitted to Universitas Sang Bumi Ruwa Jurai Student Paper	<b>2%</b>
<b>5</b>	digilib.uinsgd.ac.id Internet Source	<b>2%</b>
<b>6</b>	Rizky Effendy. "Analisis Kompetensi Komunikasi, Kecerdasan Emosional, Dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai (Studi Pada Dinas Pendidikan Kabupaten Nganjuk)", Otonomi, 2021 Publication	<b>2%</b>
<b>7</b>	repository.unhas.ac.id Internet Source	<b>2%</b>
<b>8</b>	Submitted to St. Ursula Academy High School Student Paper	<b>2%</b>