

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner

Kepada
Yth. Pelanggan
Kopi Kapal Api di Kecamatan Sukolilo

Dengan hormat,

Sehubungan dengan penelitian yang akan dilakukan sebagai penunjang proposal dalam manajemen yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk Kemasan dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk “Kapal Api”** dan disusun sebagai tugas akhir (skripsi) pada Program Studi Manajemen Pada Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Saya mohon kesediaan Saudara/i untuk mengisi kuisisioner yang terlampir berikut ini. Kesediaan Saudara/i untuk mengisi pendapat pendapat atas pernyataan-pernyataan yang diajukan dalam kuisisioner ini sangat berharga bagi keberhasilan penelitian ini dan bukan untuk maksud evaluasi atau penilaian. Seluruh jawaban yang Saudara/i berikan akan dirahasiakan.

Atas bantuan dan partisipasi Bapak/Ibu , saya sampaikan terima kasih.

Peneliti

A. IDENTITAS RESPONDEN:

Nama :
 Umur :
 Jenis Kelamin :

B. TATA CARA PENGISIAN KUISIONER:

1. Isilah jawaban dengan memberikan tanda centang (V) pada jawabanyang anda pilih.
2. Ada empat alternatif dari jawaban yang anda pilih. Masing-masing alternatif mempunyai poin/nilai yang berbeda
 - Sangat Setuju (SS) -> 5
 - Setuju (S) -> 4
 - Kurang Setuju (KS) -> 3
 - Tidak Setuju (TS) -> 2
 - Sangat Tidak Setuju (STS) -> 1

Jawaban dari Bapak/Ibu akan sangat mempengaruhi hasil dan objektivitas dari penelitian ini. Atas segala partisipasi dan kerjasama dari Bapak/Ibu, saya atas nama peneliti menyampaikan terima kasih

C. DAFTAR PERNYATAAN:


Variabel	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
Kualitas Produk (X ₁)	Kinerja (Performance)					
	Saya merasa kenikmatan Kopi saset Kapal Api sangat luar biasa					
	Saya merasa tekstur Kopi saset Kapal Api sangat berbeda					
	Daya Tahan (Durability)					
	Kopi saset Kapal Api memiliki daya tahan kemasan yang baik					
	Memiliki rasa pahit yang tahan lama					
	Kesesuaian Dengan Spesifikasi (Confermence to Specification)					
	Kopi saset Kapal Api sesuai dengan kualitas yang ditawarkan					
Kuantitas Kopi saset Kapal Api sesuai dengan yang ditawarkan						

Variabel	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
	Keistimewaan Tambahan (<i>Features</i>)					
	Kopi saset Kapal Api lebih terasa di bandingkan merek lainnya					
	Kopi saset Kapal Api memiliki ampas yang lebih banyak					
	Reabilitas (<i>Reability</i>)					
	Komposisi kopi saset Kapal Api merupakan bahan-bahan pilihan dengan kualitas terbaik					
	Campuran dari setiap bahannya diperhatikan secara detail					
	Estetika (<i>Aesthetic</i>)					
	Kopi saset Kapal Api memberikan reputasi yang luar biasa					
	Estetika dari Kopi saset Kapal Api cukup berbeda dari produk lain baik dari segi rasa, aroma maupun tekstur kopinya					
Kemasan (X ₂)	Desain Kemasan					
	Kopi saset Kapal Api memiliki desain yang menarik					
	Kopi saset Kapal Api memiliki desain yang mempunyai ciri khas tersendiri					
	Warna Kemasan					
	Kemasan Kopi saset Kapal Api memiliki warna yang menarik					
	Warna kemasan Kopi saset Kapal memiliki keunikan tersendiri					
	Ilustrasi Kemasan					
	Kopi saset Kapal Api memiliki ilustrasi kemasan yang menarik					
Kopi saset Kapal Api memiliki ilustrasi kemasan yang mudah diingat						
Persepsi Harga (X ₃)	Keterjangkauan Harga					
	Harga yang ditawarkan Kopi saset Kapal Api cukup terjangkau					
	Kopi saset Kapal Api dapat dibeli oleh kalangan manapun					
	Kesamaan Harga Dengan Kualitas Produk					
Harga kopi saset Kapal Api setara dengan kualitas yang diberikan						

Variabel	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
	Harga kopi saset Kapal Api sesuai dengan kenikmatan yang didapat					
	Daya Saing Harga					
	Harga kopi saset Kapal Api dapat bersaing dengan harga kopi saset yang lainnya					
	Kopis saset Kapal Api memiliki harga yang lebih murah dibanding produk yang lainnya					
	Kesesuaian Harga Dengan Manfaat					
	Harga yang ditawarkan sesuai dengan manfaat yang diterima					
	Harga yang ditawarkan sesuai dengan kenikmatan rasa kopi					
	Pembelian Ulang					
	Saya selalu membeli ulang produk Kopi saset Kapal Api					
	Saya selalu menyetok produk Kopi saset Kapal Api					
	Kebiasaan Mengonsumsi					
	Saya selalu menikmati kopi saset Kapal Api setiap hari					
	Saya selalu menikmati Kopi saset Kapal Api dimanapun saya berada					
	Saya menyukai merek Kopi saset Kapal Api					
	Kopi saset Kapal Api merupakan merek yang bagus					
	Tidak Ingin Mencoba Produk Pesaing					
	Saya tidak tertarik untuk mencoba produk kopi lain selain Kapal Api					
	Kenikmatan rsa kopi merek lain yang di sajikan tidak sesuai dengan selera saya					
	Yakin Bahwa Merek Tersebut Terbaik					
	Saya meyakini bahwa Kopi saset Kapal Api merupakan produk kopi terbaik					
	Saya meyakini tidak ada Kopi saset yang lebih baik dari Kapal Api					
	Merekomendasikan Merek Tersebut Kepada Orang Lain					
	Saya akan merekomendasikan kepada					
Loyalitas Pelanggan (Y)						

Variabel	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
	orang lain untuk mencoba kopi saset Kapal Api					
	Saya selalu menawarkan Kopi saset Kapal Api kepada orang lain.					


Lampiran 2. Kartu Bimbingan Skripsi



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Kampus II, Semolowari 45 Surabaya 60118, Telp (031) 5925289, E-mail: fdb@untag-sby.ac.id

SEMESTER
Gasal / Genap
2021, 2022

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI



Nama Mahasiswa / NBI : Valentinus Vansi 121800117
 Nama Pembimbing : Dr. Estik Hari Prastiwi, SE, M.M, M.Pd
 Judul Skripsi : Pengaruh kualitas produk kemasan dari persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan terhadap produk kopi api kade - Supolilo

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

No.	HARI / TANGGAL	KONSENTRASI		PARAF
		BAB / HAL	KETERANGAN REVISI	
1	1-4-2022	proposal	Revisi	JK
2	12-4-2022	proposal	Revisi	JK
3	15-4-2022	proposal	ACC	JK
4	14-6-2022	Bab I, II, III	Revisi	JK
5	25-6-2022	Bab I, II, III	ACC	JK
6	3-10-2022	Bab IV, V	Revisi	JK
7	14-11-2022	Bab IV, V	Revisi	JK
8	6-12-2022	Bab IV, V	Revisi	JK
9	13-12-2022	Bab IV, V	Revisi	JK
10	16-12-2022	Bab IV, V	ACC	JK

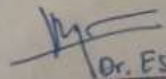
Perpanjangan I _____

Semester _____

Th. Ak. _____

Paraf Kajur _____

Surabaya, 16 Desember 2022


Dr. Estik H. P.
 (Nama dan tanda tangan Pembimbing)

Lampiran 3. Tabulasi Data Kuisiner

Kualitas Produk (X₁)

Responden	Kualitas Produk (X ₁)												Total
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	
Res_1	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	48
Res_2	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	59
Res_3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	47
Res_4	5	3	4	3	3	3	2	3	3	3	1	1	34
Res_5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	57
Res_6	5	5	5	5	4	4	5	5	3	5	3	4	53
Res_7	4	5	4	5	3	4	5	4	4	5	5	5	53
Res_8	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	51
Res_9	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	59
Res_10	5	4	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	56
Res_11	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	48
Res_12	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	49
Res_13	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	54
Res_14	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	54
Res_15	5	5	2	5	1	3	4	2	3	3	2	4	39
Res_16	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	48
Res_17	2	4	4	5	4	5	5	5	4	4	3	2	47
Res_18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
Res_19	4	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	50
Res_20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	45
Res_21	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	52
Res_22	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	52
Res_23	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	54
Res_24	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	59
Res_25	4	3	4	4	3	4	4	4	2	3	3	3	41
Res_26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
Res_27	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	54
Res_28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
Res_29	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	59
Res_30	4	5	5	5	5	4	4	5	3	4	4	4	52
Res_31	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	45
Res_32	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	54
Res_33	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
Res_34	5	5	5	5	3	5	5	4	4	5	3	3	52
Res_35	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	52
Res_36	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	44

Responden	Kualitas Produk (X1)												Total
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	
Res_76	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
Res_77	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	54
Res_78	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	58
Res_79	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	56
Res_80	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	53
Res_81	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	51
Res_82	4	5	3	5	5	4	5	4	3	3	3	3	47
Res_83	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	44
Res_84	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
Res_85	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	53
Res_86	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	52
Res_87	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	59
Res_88	4	4	5	5	4	4	5	4	4	3	4	4	50
Res_89	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	55
Res_90	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
Res_91	4	5	4	5	4	3	3	4	4	4	4	4	48
Res_92	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	53
Res_93	4	4	3	3	2	5	4	5	3	4	3	3	43
Res_94	4	5	4	4	4	5	4	5	3	5	3	3	49
Res_95	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	58

Kemasan (X₂)

Responden	Kemasan (X2)						Total
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	
Res_1	4	4	4	4	4	4	24
Res_2	4	5	5	5	5	5	29
Res_3	4	4	4	4	4	4	24
Res_4	3	5	5	5	3	5	26
Res_5	3	5	5	5	5	5	28
Res_6	4	5	5	4	4	5	27
Res_7	3	5	4	5	5	5	27
Res_8	3	4	5	5	4	5	26
Res_9	5	5	5	5	5	5	30
Res_10	5	5	5	5	5	3	28
Res_11	5	3	5	5	5	4	27
Res_12	4	4	4	4	3	4	23
Res_13	3	4	5	4	5	5	26
Res_14	2	5	4	5	5	4	25

Responden	Kemasan (X2)						Total
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	
Res_15	4	5	5	5	5	4	28
Res_16	3	5	4	4	3	4	23
Res_17	4	5	5	4	5	4	27
Res_18	5	5	5	5	5	5	30
Res_19	4	4	4	4	3	4	23
Res_20	4	4	4	4	3	4	23
Res_21	5	5	4	4	4	5	27
Res_22	3	4	4	4	4	5	24
Res_23	3	5	4	5	4	5	26
Res_24	3	5	5	4	5	5	27
Res_25	4	4	4	4	3	4	23
Res_26	5	5	5	5	5	5	30
Res_27	5	5	4	4	5	5	28
Res_28	3	4	4	3	4	4	22
Res_29	5	4	5	4	5	5	28
Res_30	5	4	5	3	2	5	24
Res_31	3	3	4	4	3	4	21
Res_32	5	5	5	5	4	4	28
Res_33	5	5	5	5	5	5	30
Res_34	3	5	5	5	5	5	28
Res_35	4	2	4	2	2	5	19
Res_36	3	4	4	4	4	4	23
Res_37	4	4	4	4	4	4	24
Res_38	2	4	4	3	3	4	20
Res_39	5	5	5	5	5	5	30
Res_40	4	4	4	4	5	5	26
Res_41	5	5	4	4	5	5	28
Res_42	5	5	5	5	4	4	28
Res_43	3	4	4	4	4	4	23
Res_44	3	5	5	5	5	5	28
Res_45	4	3	2	4	2	4	19
Res_46	5	5	5	5	5	5	30
Res_47	3	4	4	4	4	4	23
Res_48	4	5	5	4	5	4	27
Res_49	5	4	5	5	5	5	29
Res_50	3	3	4	5	4	4	23
Res_51	4	4	4	4	4	4	24
Res_52	4	4	4	4	4	4	24
Res_53	5	2	5	2	2	4	20
Res_54	5	5	5	5	5	5	30

Responden	Kemasan (X2)						Total
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	
Res_55	5	5	5	5	5	5	30
Res_56	3	4	5	5	4	4	25
Res_57	4	5	5	5	5	4	28
Res_58	4	4	4	3	4	5	24
Res_59	4	4	5	5	5	4	27
Res_60	3	3	4	3	4	5	22
Res_61	3	4	5	3	3	5	23
Res_62	5	5	5	5	5	5	30
Res_63	5	4	4	4	4	4	25
Res_64	4	4	3	4	4	3	22
Res_65	4	4	4	4	5	4	25
Res_66	3	4	3	3	3	4	20
Res_67	2	5	4	5	3	3	22
Res_68	5	5	5	4	5	5	29
Res_69	4	4	4	4	5	5	26
Res_70	4	4	4	4	4	4	24
Res_71	5	5	5	5	5	5	30
Res_72	4	4	4	4	4	4	24
Res_73	4	4	4	4	4	4	24
Res_74	5	4	5	5	5	5	29
Res_75	4	4	5	4	4	4	25
Res_76	5	5	5	5	5	5	30
Res_77	4	4	4	4	5	5	26
Res_78	5	5	5	5	5	5	30
Res_79	4	5	5	5	5	5	29
Res_80	4	5	4	4	4	4	25
Res_81	5	5	5	5	4	4	28
Res_82	3	4	4	3	4	4	22
Res_83	3	3	4	4	3	3	20
Res_84	5	5	5	5	5	5	30
Res_85	5	4	5	4	4	4	26
Res_86	4	4	3	4	4	5	24
Res_87	4	4	5	5	5	5	28
Res_88	4	5	5	4	4	5	27
Res_89	5	5	5	5	5	5	30
Res_90	5	5	5	5	5	5	30
Res_91	3	4	4	4	4	4	23
Res_92	5	4	5	5	5	4	28
Res_93	4	4	3	4	4	4	23
Res_94	4	5	4	4	3	5	25

Responden	Kemasan (X2)						Total
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	
Res_95	5	4	4	5	5	5	28

Persepsi Harga (X₃)

Responden	Persepsi Harga (X3)								Total
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	
Res_1	3	4	4	4	3	4	5	5	32
Res_2	5	5	5	5	5	5	4	4	38
Res_3	4	4	4	4	4	4	5	4	33
Res_4	3	3	1	1	5	5	5	5	28
Res_5	4	4	5	5	5	5	4	4	36
Res_6	3	5	3	4	4	4	5	5	33
Res_7	4	5	5	5	3	4	4	5	35
Res_8	4	4	4	4	4	4	4	5	33
Res_9	5	5	5	5	5	5	5	4	39
Res_10	3	4	5	5	3	4	5	5	34
Res_11	4	4	3	4	4	5	5	4	33
Res_12	4	4	4	4	4	4	5	4	33
Res_13	4	5	5	4	5	5	4	4	36
Res_14	4	5	4	2	5	5	5	5	35
Res_15	3	3	2	1	4	2	5	4	24
Res_16	4	3	4	4	4	4	4	4	31
Res_17	4	4	3	2	4	4	5	5	31
Res_18	5	5	5	5	5	5	5	4	39
Res_19	3	4	4	4	5	5	5	5	35
Res_20	4	4	2	3	4	4	5	5	31
Res_21	4	4	4	4	4	5	3	4	32
Res_22	4	5	4	4	4	4	4	5	34
Res_23	4	4	4	4	4	4	4	5	33
Res_24	5	5	5	5	5	5	4	5	39
Res_25	2	3	3	3	4	4	5	5	29
Res_26	5	5	5	5	4	5	2	3	34
Res_27	5	4	5	4	5	5	5	5	38
Res_28	4	4	4	4	4	4	5	5	34
Res_29	5	5	5	5	5	5	5	4	39
Res_30	3	4	4	4	3	3	4	5	30
Res_31	4	3	4	3	4	3	5	5	31
Res_32	4	5	4	4	4	4	5	5	35
Res_33	5	5	5	5	5	5	3	4	37

Responden	Persepsi Harga (X3)								Total
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	
Res_34	4	5	3	3	5	5	3	4	32
Res_35	5	5	4	4	5	5	5	5	38
Res_36	3	4	3	3	4	4	4	4	29
Res_37	4	4	4	4	4	4	4	2	30
Res_38	4	4	4	4	4	4	5	4	33
Res_39	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Res_40	4	4	4	4	4	4	5	5	34
Res_41	5	5	5	5	4	5	4	4	37
Res_42	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Res_43	5	5	5	5	4	5	5	4	38
Res_44	4	4	3	5	5	5	4	4	34
Res_45	2	4	3	4	3	2	5	4	27
Res_46	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Res_47	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Res_48	4	4	4	4	5	4	5	5	35
Res_49	5	5	3	3	3	3	5	4	31
Res_50	4	5	5	4	3	4	4	4	33
Res_51	4	4	4	4	4	4	5	5	34
Res_52	4	4	4	4	4	4	4	5	33
Res_53	4	4	4	4	5	5	4	4	34
Res_54	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Res_55	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Res_56	4	5	4	5	4	4	5	4	35
Res_57	5	5	4	5	4	4	5	5	37
Res_58	5	5	5	5	5	5	4	4	38
Res_59	4	5	4	4	4	4	5	5	35
Res_60	4	4	4	4	5	4	5	5	35
Res_61	4	4	5	5	5	4	3	4	34
Res_62	5	5	5	5	5	5	4	5	39
Res_63	4	4	4	4	4	4	4	5	33
Res_64	3	4	3	2	3	4	4	5	28
Res_65	4	4	4	4	5	4	5	5	35
Res_66	4	4	2	3	3	3	2	3	24
Res_67	3	3	4	4	5	5	5	5	34
Res_68	5	5	5	5	4	4	5	5	38
Res_69	5	4	4	4	5	5	5	4	36
Res_70	4	4	3	4	4	4	4	5	32
Res_71	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Res_72	4	4	4	4	4	4	5	5	34
Res_73	5	5	5	5	5	5	3	4	37

Responden	Persepsi Harga (X3)								Total
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	
Res_74	4	5	2	4	5	5	3	4	32
Res_75	4	4	2	2	4	4	5	5	30
Res_76	5	5	5	5	5	5	4	4	38
Res_77	5	4	4	5	5	5	5	5	38
Res_78	5	5	5	5	5	5	4	4	38
Res_79	4	5	4	4	5	5	4	4	35
Res_80	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Res_81	4	4	4	4	4	4	3	3	30
Res_82	3	3	3	3	4	4	3	4	27
Res_83	3	4	3	4	4	4	5	5	32
Res_84	5	5	5	5	5	5	4	5	39
Res_85	5	5	4	5	5	5	4	5	38
Res_86	5	4	4	5	4	4	5	5	36
Res_87	5	5	5	5	4	5	4	4	37
Res_88	4	3	4	4	4	4	4	4	31
Res_89	4	5	4	4	4	5	4	5	35
Res_90	5	5	5	5	5	5	4	4	38
Res_91	4	4	4	4	4	4	5	4	33
Res_92	5	4	4	4	5	4	5	3	34
Res_93	3	4	3	3	4	5	3	3	28
Res_94	3	5	3	3	5	4	5	5	33
Res_95	5	5	5	5	5	5	4	4	38

Loyalitas Pelanggan (Y)

Responden	Loyalitas Pelanggan (Y)												Total
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	
Res_1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
Res_2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
Res_3	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	55
Res_4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	2	4	55
Res_5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	50
Res_6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
Res_7	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	54
Res_8	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	58
Res_9	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	56
Res_10	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	53
Res_11	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	51
Res_12	4	5	3	5	5	4	5	4	3	3	3	3	47
Res_13	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	44
Res_14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
Res_15	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	53
Res_16	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	52
Res_17	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	59
Res_18	4	4	5	5	4	4	5	4	4	3	4	4	50
Res_19	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	55
Res_20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
Res_21	4	5	4	5	4	3	3	4	4	4	4	4	48
Res_22	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	53
Res_23	4	4	3	3	2	5	4	5	3	4	3	3	43
Res_24	4	5	4	4	4	5	4	5	3	5	3	3	49
Res_25	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	58
Res_26	5	3	4	3	3	3	2	3	3	3	1	1	34
Res_27	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	57
Res_28	5	5	5	5	4	4	5	5	3	5	3	4	53
Res_29	4	5	4	5	3	4	5	4	4	5	5	5	53
Res_30	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	51
Res_31	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	59
Res_32	5	4	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	56
Res_33	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	48
Res_34	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	49
Res_35	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	54
Res_36	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	54
Res_37	5	5	2	5	1	3	4	2	3	3	2	4	39

Responden	Loyalitas Pelanggan (Y)												Total
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	
Res_38	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	48
Res_39	2	4	4	5	4	5	5	5	4	4	3	2	47
Res_40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
Res_41	4	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	50
Res_42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	45
Res_43	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	52
Res_44	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	52
Res_45	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	54
Res_46	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	59
Res_47	4	3	4	4	3	4	4	4	2	3	3	3	41
Res_48	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
Res_49	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	54
Res_50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
Res_51	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	59
Res_52	4	5	5	5	5	4	4	5	3	4	4	4	52
Res_53	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	45
Res_54	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	54
Res_55	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
Res_56	5	5	5	5	3	5	5	4	4	5	3	3	52
Res_57	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	52
Res_58	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	44
Res_59	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	55
Res_60	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
Res_61	4	5	4	5	4	3	3	4	4	4	4	4	48
Res_62	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	53
Res_63	4	4	3	3	2	5	4	5	3	4	3	3	43
Res_64	4	5	4	4	4	5	4	5	3	5	3	3	49
Res_65	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	58
Res_66	5	3	4	3	3	3	2	3	3	3	1	1	34
Res_67	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	57
Res_68	5	5	5	5	4	4	5	5	3	5	3	4	53
Res_69	4	5	4	5	3	4	5	4	4	5	5	5	53
Res_70	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	51
Res_71	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	59
Res_72	5	4	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	56
Res_73	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	48
Res_74	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	49
Res_75	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	54
Res_76	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	54

Responden	Loyalitas Pelanggan (Y)												Total
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	
Res_77	3	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	54
Res_78	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	55
Res_79	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	51
Res_80	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	49
Res_81	5	5	5	5	5	5	3	3	4	4	5	4	53
Res_82	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	49
Res_83	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	59
Res_84	4	5	2	4	5	5	4	5	5	5	4	4	52
Res_85	4	4	2	2	4	4	4	5	4	4	4	4	45
Res_86	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	3	55
Res_87	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	49
Res_88	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	50
Res_89	5	5	5	5	3	3	4	5	5	5	5	5	55
Res_90	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	48
Res_91	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	58
Res_92	4	4	5	5	4	4	5	3	4	5	4	3	50
Res_93	3	4	4	4	4	4	3	3	5	4	4	5	47
Res_94	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	56
Res_95	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	48

Lampiran 4. Uji Validitas

Kualitas Produk (X₁)

Correlations														
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	Total
X1.1	Pearson Correlation	1	,333*	,352*	,283*	,211*	,233*	0,193	0,146	,332*	,392*	,356*	,447*	,530**
	Sig. (2-tailed)		0,001	0,000	0,005	0,040	0,023	0,061	0,159	0,001	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
X1.2	Pearson Correlation	,333*	1	0,198	,394*	,291*	,246*	,236*	,212*	,361*	,403*	,272*	,356*	,529**
	Sig. (2-tailed)	0,001		0,054	0,000	0,004	0,016	0,021	0,039	0,000	0,000	0,008	0,000	0,000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
X1.3	Pearson Correlation	,352*	0,198	1	,462*	,543*	,469*	,378*	,468*	,345*	,408*	,394*	,343*	,665**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,054		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,001	0,000	0,000	0,001	0,000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
X1.4	Pearson	,283*	,394*	,462*	1	,409*	,396*	,514*	,381*	,360*	,391*	,389*	,422*	,660

Correlations														
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	Total
4	Correlation	*	*	*		*	*	*	*	*	*	*	*	**
	Sig. (2-tailed)	0,005	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
X1.5	Pearson Correlation	,211*	,291*	,543*	,409*	1	,443*	,325*	,437*	,379*	,411*	,435*	,280*	,651**
	Sig. (2-tailed)	0,040	0,004	0,000	0,000		0,000	0,001	0,000	0,000	0,000	0,000	0,006	0,000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
X1.6	Pearson Correlation	,233*	,246*	,469*	,396*	,443*	1	,499*	,578*	,377*	,400*	,359*	,243*	,644**
	Sig. (2-tailed)	0,023	0,016	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,018	0,000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
X1.7	Pearson Correlation	0,193	,236*	,378*	,514*	,325*	,499*	1	,474*	,416*	,421*	,382*	,307*	,633**
	Sig. (2-tailed)	0,061	0,021	0,000	0,000	0,001	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,002	0,000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95

Correlations														
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	Total
X1.8	Pearson Correlation	0,146	,212*	,468*	,381*	,437*	,578*	,474*	1	,489*	,559*	,434*	,459*	,704**
	Sig. (2-tailed)	0,159	0,039	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
X1.9	Pearson Correlation	,332*	,361*	,345*	,360*	,379*	,377*	,416*	,489*	1	,608*	,601*	,635*	,750**
	Sig. (2-tailed)	0,001	0,000	0,001	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
X1.10	Pearson Correlation	,392*	,403*	,408*	,391*	,411*	,400*	,421*	,559*	,608*	1	,460*	,490*	,741**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
X1.11	Pearson Correlation	,356*	,272*	,394*	,389*	,435*	,359*	,382*	,434*	,601*	,460*	1	,745*	,750**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,008	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000

Correlations														
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	Total
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
X1.12	Pearson Correlation	,447*	,356*	,343*	,422*	,280*	,243*	,307*	,459*	,635*	,490*	,745*	1	,732**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,001	0,000	0,006	0,018	0,002	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
Total	Pearson Correlation	,530*	,529*	,665*	,660*	,651*	,644*	,633*	,704*	,750*	,741*	,750*	,732*	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).														
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).														

Kemasan (X₂)

Correlations								
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Total
X2.1	Pearson Correlation	1	0,196	,368**	,245*	,327**	,270**	,605**
	Sig. (2-tailed)		0,057	0,000	0,017	0,001	0,008	0,000
	N	95	95	95	95	95	95	95
X2.2	Pearson Correlation	0,196	1	,422**	,596**	,542**	,309**	,725**
	Sig. (2-tailed)	0,057		0,000	0,000	0,000	0,002	0,000
	N	95	95	95	95	95	95	95
X2.3	Pearson Correlation	,368**	,422**	1	,452**	,474**	,365**	,719**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000
	N	95	95	95	95	95	95	95
X2.4	Pearson Correlation	,245*	,596**	,452**	1	,631**	0,168	,746**
	Sig. (2-tailed)	0,017	0,000	0,000		0,000	0,103	0,000
	N	95	95	95	95	95	95	95
X2.5	Pearson Correlation	,327**	,542**	,474**	,631**	1	,376**	,817**
	Sig. (2-tailed)	0,001	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000
	N	95	95	95	95	95	95	95
X2.6	Pearson Correlation	,270**	,309**	,365**	0,168	,376**	1	,560**
	Sig. (2-tailed)	0,008	0,002	0,000	0,103	0,000		0,000
	N	95	95	95	95	95	95	95
Total	Pearson Correlation	,605**	,725**	,719**	,746**	,817**	,560**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	95	95	95	95	95	95	95
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).								
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).								

Persepsi Harga (X₃)

Correlations										
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	Total
X3.1	Pearson Correlation	1	,597**	,614**	,604**	,461**	,520**	,369**	,207*	,802**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,044	0,000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95
X3.2	Pearson Correlation	,597**	1	,506**	,527**	,274**	,463**	,345**	,319**	,727**
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,000	0,000	0,007	0,000	0,001	0,002	0,000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95
X3.3	Pearson Correlation	,614**	,506**	1	,799**	,295**	,443**	,239*	0,168	,779**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000		0,000	0,004	0,000	0,019	0,104	0,000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95
X3.4	Pearson Correlation	,604**	,527**	,799**	1	,285**	,445**	,234*	0,163	,778**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000		0,005	0,000	0,022	0,114	0,000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95
X3.5	Pearson Correlation	,461**	,274**	,295**	,285**	1	,694**	,388**	0,120	,613**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,007	0,004	0,005		0,000	0,000	0,245	0,000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95
X3.6	Pearson Correlation	,520**	,463**	,443**	,445**	,694**	1	,341**	,229*	,735**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,001	0,026	0,000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95
X3.7	Pearson Correlation	,369**	,345**	,239*	,234*	,388**	,341**	1	,452**	,581**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,001	0,019	0,022	0,000	0,001		0,000	0,000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95
X3.8	Pearson Correlation	,207*	,319**	0,168	0,163	0,120	,229*	,452**	1	,466**

	Sig. (2-tailed)	0,044	0,002	0,104	0,114	0,245	0,026	0,000		0,000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95
Total	Pearson Correlation	,802**	,727**	,779**	,778**	,613**	,735**	,581**	,466**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).										
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).										

Loyalitas Pelanggan (Y)

Correlations														
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Tota l
Y1	Pearson Correlati on	1	,389 [*]	,410 [*]	,244 [*]	0,14 7	0,08 5	0,08 7	0,01 9	0,17 7	,249 [*]	0,09 2	,205 [*]	,383 [*]
	Sig. (2- tailed)		0,00 0	0,00 0	0,01 7	0,15 6	0,41 3	0,40 1	0,85 3	0,08 6	0,01 5	0,37 3	0,04 6	0,00 0
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
Y2	Pearson Correlati on	,389 [*]	1	,241 [*]	,498 [*]	0,18 5	0,19 2	,281 [*]	,255 [*]	,325 [*]	,396 [*]	,297 [*]	,439 [*]	,566 [*]
	Sig. (2- tailed)	0,00 0		0,01 9	0,00 0	0,07 3	0,06 3	0,00 6	0,01 3	0,00 1	0,00 0	0,00 4	0,00 0	0,00 0
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
Y3	Pearson Correlati on	,410 [*]	,241 [*]	1	,616 [*]	,375 [*]	,270 [*]	,352 [*]	,254 [*]	,259 [*]	,379 [*]	,296 [*]	,306 [*]	,614 [*]
	Sig. (2- tailed)	0,00 0	0,01 9		0,00 0	0,00 0	0,00 8	0,00 0	0,01 3	0,01 1	0,00 0	0,00 4	0,00 3	0,00 0
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
Y4	Pearson Correlati on	,244 [*]	,498 [*]	,616 [*]	1	,367 [*]	,217 [*]	,525 [*]	,223 [*]	,316 [*]	,414 [*]	,385 [*]	,462 [*]	,679 [*]
	Sig. (2-	0,01	0,00	0,00		0,00	0,03	0,00	0,03	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Correlations														
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Total
	tailed)	7	0	0		0	5	0	0	2	0	0	0	0
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
Y5	Pearson Correlation	0,147	0,185	,375*	,367*	1	,545*	,332*	,424*	,323*	,362*	,422*	,324*	,638*
	Sig. (2-tailed)	0,156	0,073	0,000	0,000		0,000	0,001	0,000	0,001	0,000	0,000	0,001	0,000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
Y6	Pearson Correlation	0,085	0,192	,270*	,217*	,545*	1	,473*	,543*	,246*	,354*	,294*	,225*	,570*
	Sig. (2-tailed)	0,413	0,063	0,008	0,035	0,000		0,000	0,000	0,016	0,000	0,004	0,028	0,000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
Y7	Pearson Correlation	0,087	,281*	,352*	,525*	,332*	,473*	1	,517*	,297*	,489*	,452*	,420*	,683*
	Sig. (2-tailed)	0,401	0,006	0,000	0,000	0,001	0,000		0,000	0,003	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
Y8	Pearson Correlation	0,019	,255*	,254*	,223*	,424*	,543*	,517*	1	,281*	,514*	,373*	,332*	,611*

Correlations														
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Total
	Sig. (2-tailed)	0,853	0,013	0,013	0,030	0,000	0,000	0,000		0,006	0,000	0,000	0,001	0,000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
Y9	Pearson Correlation	0,177	,325*	,259*	,316*	,323*	,246*	,297*	,281*	1	,479*	,594*	,625*	,659*
	Sig. (2-tailed)	0,086	0,001	0,011	0,002	0,001	0,016	0,003	0,006		0,000	0,000	0,000	0,000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
Y10	Pearson Correlation	,249*	,396*	,379*	,414*	,362*	,354*	,489*	,514*	,479*	1	,436*	,466*	,714*
	Sig. (2-tailed)	0,015	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
Y11	Pearson Correlation	0,092	,297*	,296*	,385*	,422*	,294*	,452*	,373*	,594*	,436*	1	,813*	,749*
	Sig. (2-tailed)	0,373	0,004	0,004	0,000	0,000	0,004	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
Y12	Pearson Correlation	,205*	,439*	,306*	,462*	,324*	,225*	,420*	,332*	,625*	,466*	,813*	1	,761*

Correlations														
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Total
	on													
	Sig. (2-tailed)	0,046	0,000	0,003	0,000	0,001	0,028	0,000	0,001	0,000	0,000	0,000		0,000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
Total	Pearson Correlation	,383*	,566*	,614*	,679*	,638*	,570*	,683*	,611*	,659*	,714*	,749*	,761*	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).														
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).														

Lampiran 5. Uji Reliabilitas

Kualitas Produk (X_1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,763	12

Kemasan (X_2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,780	6

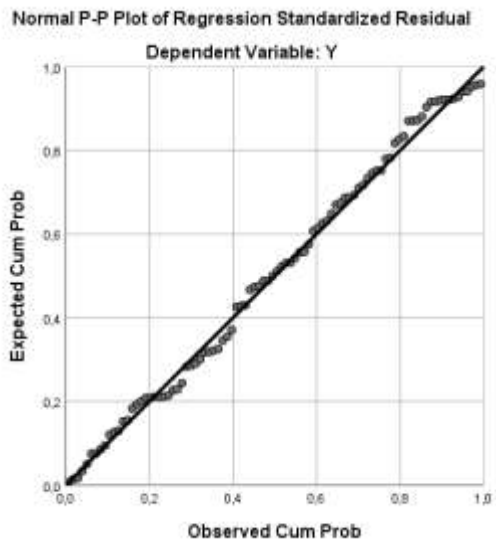
Persepsi Harga (X_3)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,769	8

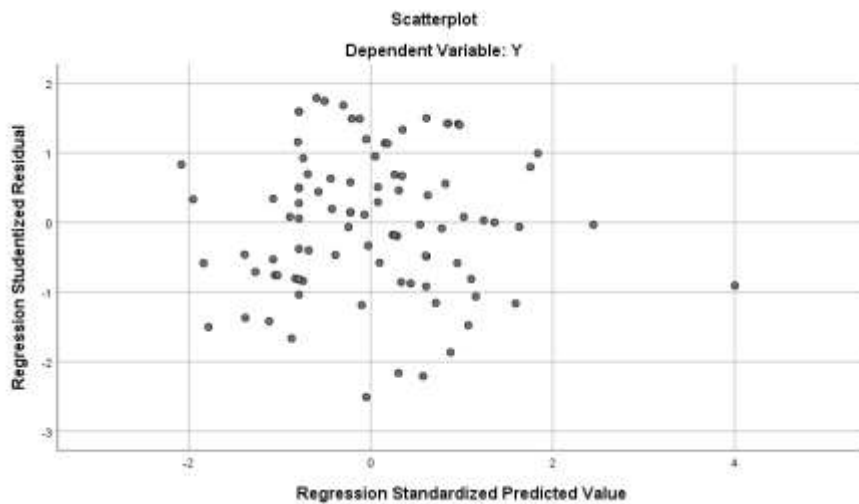
Loyalitas Pelanggan (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,757	12

Lampiran 6. Uji Normalitas



Lampiran 7. Uji Hetersokedastisitas



Lampiran 8. Hasil Analisis Regresi Berganda

Coefficients ^a								
Model				Standardized	t	Sig.	Collinearity	
				Coefficients			Statistics	
				Beta			Tolerance	
1	(Constant)	58,977	7,767		7,593	0,000		
	X1	0,281	0,251	0,219	2,121	0,003	0,282	3,542
	X2	0,282	0,350	0,123	2,806	0,004	0,459	2,180
	X3	0,216	0,264	0,012	2,060	0,025	0,286	3,493

Lampiran 9. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	65,275	3	121,758	78,710	,000 ^a
	Residual	2788	91	3,633		
	Total	2853	94			

Lampiran 10. Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,151 ^a	0,823	0,709	5,53474

Lampiran 11. Hasil Turnitin

PENGARUH KUALITAS PRODUK KEMASAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PRODUK KAPAL API DI KECAMATAN SUKOLILO KOTA SURABAYA

ORIGINALITY REPORT

16% SIMILARITY INDEX	13% INTERNET SOURCES	7% PUBLICATIONS	10% STUDENT PAPERS
--------------------------------	--------------------------------	---------------------------	------------------------------

PRIMARY SOURCES

1	id.123dok.com Internet Source	2%
2	simki.unpkediri.ac.id Internet Source	2%
3	jab.polinema.ac.id Internet Source	2%
4	Submitted to Sriwijaya University Student Paper	2%
5	scholar.ummetro.ac.id Internet Source	1%
6	repository.untag-sby.ac.id Internet Source	1%
7	repository.stei.ac.id Internet Source	1%
8	Submitted to Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Student Paper	1%

9	Submitted to UIN Raden Intan Lampung Student Paper	1 %
10	jkm.itbwigalumajang.ac.id Internet Source	1 %
11	eprints.mercubuana-yogya.ac.id Internet Source	1 %
12	Dwi Januarita, Wahyu Adi Prabowo. "Software Requirement Specification Sistem Informasi Manajemen Rumah Makan Berdasarkan ISO/IEC/IEEE 29148-2018", Jurnal Sisfokom (Sistem Informasi dan Komputer), 2020 Publication	<1 %
13	ecosystem.unibos.id Internet Source	<1 %
14	repo.undiksha.ac.id Internet Source	<1 %
15	Submitted to Universitas Muhammadiyah Ponorogo Student Paper	<1 %
16	media.neliti.com Internet Source	<1 %
17	eprints.ums.ac.id Internet Source	<1 %

Exclude quotes OnExclude matches OffExclude bibliography On