

LAMPIRAN

Mapping Penelitian Terdahulu

Judul Penelitian	Nama Peneliti	Variable Penelitian	Hasil Penelitian
Pengaruh persepsi harga, lokasi, kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan berdampak pada loyalitas pelanggan minimarket “Jago” di Wage Sidoarjo	Lina Apriani Widyawati (2021)	Persepsi Harga (X1), Lokasi (X2), Kualitas Pelayanan (X3), Kepuasan Pelanggan (Y1), Loyalitas Pelanggan (Y2)	1. Persepsi Harga, Lokasi, Kualitas Pelayanan berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. 2. Persepsi Harga, Lokasi, Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan
Pengaruh persepsi harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variable intervening pada Kopi Janji Jiwa Flamboyan Semarang	Muhammad Alauddin Ashohi (2023)	Persepsi Harga (X1), Kualitas Produk (X2), Kualitas pelayanan (X3), Loyalitas Pelanggan (Y), Kepuasan Pelanggan (Z)	1. Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. 2. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan

			<p>pelanggan.</p> <p>3. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.</p> <p>4. Kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.</p>
<p>Analisis Faktor yang mempengaruhi Persepsi Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Warung Bebek Jaya Antika)</p>	Rohani R (2022)	<p>Persepsi Harga (X1), Promosi (X2), Kualitas Pelayanan (X3), Loyalitas pelanggan (Y), Kepuasan Konsumen (Z)</p>	<p>1.harga, promosi, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.</p> <p>2.harga, promosi, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen.</p> <p>3.harga,</p>

			promosi, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara tidak signifikan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen sebagai variable intervening
Pengaruh persepsi harga dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada Telkom Indonesia Wifi Corner Kotabaru Yogyakarta	Septian Dwi Ryan P (2019)	Persepsi harga (X1), Kualitas Produk (X2), Loyalitas Pelanggan (Y), Kepuasan Pelanggan (Z)	1. Persepsi Harga, Kualitas Produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. 2. Pengaruh persepsi harga berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan. 3. Pengaruh kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

			<p>4. Persepsi harga berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening.</p> <p>5. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening.</p>
<p>Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Di Mini Market Wirda Kota Padang</p>	<p>Maharesta Lutfhiana Nofindri (2021)</p>	<p>Harga (X1), Lokasi (X2), Loyalitas Konsumen (Y), Kepuasan Konsumen (Z)</p>	<p>1. Harga berpengaruh signifikan secara langsung terhadap loyalitas konsumen.</p> <p>2. Lokasi berpengaruh tapi tidak secara langsung terhadap loyalitas</p>

			<p>konsumen.</p> <p>3.Harga berpengaruh terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening.</p> <p>4.Lokasi berpengaruh terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen.</p> <p>5.Kepuasan konsumen berpengaruh signifikan secara langsung terhadap loyalitas konsumen.</p>
<p>Pengaruh persepsi harga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variable intervening pada Restoran Sambal Layah Cabang</p>	<p>Dimas Wahyudi (2021)</p>	<p>Persepsi Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Loyalitas Konsumen (Y), Kepuasan Konsumen (Z)</p>	<p>1.persepsi harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. 2. persepsi harga berpengaruh tidak signifikan</p>

Talang-Tegal			<p>terhadap loyalitas konsumen.</p> <p>3. kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen.</p> <p>4. kepuasan konsumen tidak memediasi antara pengaruh persepsi harga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen.</p>
<p>Pengaruh Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Lamuna Coffee di Kabupaten Bone</p>	<p>Andi Andika Wirawan (2019)</p>	<p>Kualitas Produk (X1), Lokasi (X2), Loyalitas Pelanggan (Y), Kepuasan Pelanggan (Z)</p>	<p>1. Kualitas produk, lokasi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.</p> <p>2. Kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.</p>

			3. Kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variable intervening.
Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris pada Pelanggan Transportasi Go-Jek di Surakarta)	Nur Azizah Solichah (2021)	Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2), Loyalitas Pelanggan (Y), Kepuasan Pelanggan (Z)	1. kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. 2. kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. 3. kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. 4. kualitas

			<p>pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.</p>
<p>Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variable intervening di Warung Kopi Tequila Tulungagung</p>	<p>Thaqilla Hakunta (2022)</p>	<p>Kualitas Pelayanan (X1), Kualitas Produk (X2), Harga (X3), Lokasi (X4), Loyalitas Pelanggan (Y), Kepuasan Pelanggan (Z)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas pelayanan islami berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. 2. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. 3. Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. 4. Lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

			<p>5. Kualitas pelayanan islami tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.</p> <p>6. Kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.</p> <p>7. Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.</p> <p>8. Lokasi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan</p>
--	--	--	--

			melalui kepuasan pelanggan
Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada J&T Cabang Sumenep	Asmaul Husna (2019)	Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2), Loyalitas Pelanggan (Y), Kepuasan Pelanggan (Z)	1. Kualitas pelayanan, Harga berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas pelanggan 2. Kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan 3. Kualitas pelayanan, Harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas dan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening

KUESIONER PENELITIAN

“PENGARUH PERSEPSI HARGA, LOKASI, KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELAGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA TOKO ANNISA TAMBAK CEMANDI SEDATI SIDOARJO”

Responden yang terhormat,

Dalam rangka pengumpulan data untuk sebuah penelitian sebagai syarat menyelesaikan studi S1 Ekomomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Saya Yudha Permana Mahasiswa Ekonomi Manajemen memohon kesediaannya untuk berkenan menjawab serta mengisi beberapa pertanyaan yang disediakan dalam kuesioner di bawah ini. Atas waktu dan perhatiannya, Saya ucapkan terima kasih.

Identitas Responden

Berikan tanda centang (✓) pada salah satu jawaban yang anda pilih.

Nama :.....

Jenis kelamin

Pria

Wanita

Domisili

Sidoarjo

Luar Sidoarjo

Usia

17-21

22-27

28-32

>33

Jawablah pertanyaan-pertanyaan berikut dengan memberi tanda centang (✓) pada kolom yang disediakan sesuai dengan pendapat anda!

Keterangan :

SS (Sangat Setuju) = 5

S (Setuju) = 4

KS (Kurang Setuju) = 3

TS (Tidak Setuju) = 2

STS (Sangat Tidak Setuju) = 1

Persepsi Harga (X1)

NO	PERTANYAAN	SS	S	KS	TS	STS
Kesesuaian harga dengan kualitas produk						
1	Harga produk Toko Annisa sesuai dengan kelasnya.					
2	Harga produk Toko Annisa dengan kualitas produk yang ditawarkan.					

Kesesuaian harga dengan manfaat					
3	Harga produk Toko Annisa sesuai manfaat yang dirasakan.				
4	Harga produk Toko Annisa sesuai dengan manfaat yang diberikan.				
Harga bersaing					
5	Harga produk Toko Annisa dapat bersaing dengan minimarket lainnya.				
6	Harga produk Toko Annisa lebih murah dibanding di pasaran.				

Lokasi (X2)

NO	PERTANYAAN	SS	S	KS	TS	STS
Akses						
7	Lokasi menuju Toko Annisa sangat mudah dijangkau					
8	Tersedianya angkutan umum ke Toko Annisa					
Vasibilitas						
9	Toko Annisa dapat dilihat dengan jelas dari kejauhan					
10	Toko Annisa dapat ditemukan dengan mudah					
Fasilitas Parkir						
11	Tempat parkir pada Toko Annisa sangat aman					
12	Toko Annisa menyediakan lahan parkir yang cukup luas					
Ekspansi						
13	Toko Annisa mempunyai ukuran bangunan yang cukup luas					
14	Keleluasaan bergerak didalam Toko Annisa					
Lingkungan						
15	Toko Annisa berada didekat pusat					

	keramaian					
16	Lingkungan disekitar toko sangat aman					

Kualitas Pelayanan (X3)

NO	PERTANYAAN	SS	S	KS	TS	STS
<i>Tangibles</i> (bentuk fisik)						
17	Pegawai Toko Annisa sigap dalam melayani konsumen					
18	Pegawai Toko Annisa dapat memberikan layanan sesuai dengan kebutuhan konsumen					
Reliability (Keandalan)						
19	Pelayanan saat di kasir Toko Annisa cepat					
20	Pegawai menginformasikan atau menawarkan promo-promo yang ada di Toko Annisa					
Assurance (Jaminan)						
21	Merasa aman dan nyaman dalam bertransaksi di Toko Annisa					
22	Semua kebutuhan yang dicari konsumen pasti selalu ada di Toko Annisa					
Empaty (Perhatian)						
23	Pegawai Toko Annisa melayani dengan ramah/senyum					
24	Pegawai Toko Annisa memberikan Sapaan kepada konsumen					
Tangibility (Bukti fisik)						
25	Kondisi ruangan Toko Annisa di tertata rapi, dan bersih					
26	Penampilan dari pegawai Toko Annisa rapi					

Kepuasan Pelanggan (Z)

NO	PERTANYAAN	SS	S	KS	TS	STS
Harapan yang sesuai dengan keinginan						
27	Saya merasa puas dengan keseluruhan pengalaman yang saya rasakan Ketika berbelanja di Toko Annisa					
28	Pengalaman yang diberikan memenuhi harapan saya					
Berminat untuk berkunjung kembali						
29	Saya akan Kembali berbelanja di Toko Annisa					
30	Toko Annisa memenuhi apa yang saya harapkan dibanding minimarket lain					
Bersedia merekomendasikan kepada orang lain.						
31	Saya akan merekomendasikan Toko Annisa pada orang-orang terdekat					
32	Saya akan mereview produk Toko Annisa melalui media sosial					

Loyalitas Pelanggan (Y)

NO	PERTANYAAN	SS	S	KS	TS	STS
Setia untuk tetap melakukan pembelian barang (<i>repeat purchase</i>).						
33	Saya akan pembelian secara berulang pada Toko Annisa					
34	Saya akan menjadikan Toko Annisa sebagai pilihan utama					
Ketahanan terhadap dampak negative tentang perusahaan(<i>retention</i>).						
35	Tidak terpengaruh minimarket lain					
36	Saya akan tetap setia pada Toko Annisa					
Mereferensikan secara keseluruhan keberadaan perusahaan (<i>referalls</i>).						
37	Saya bersedia merekomendasikan Toko Annisa kepada orang lain					
38	Menceritakan hal-hal positif kepada					

	orang lain					
--	------------	--	--	--	--	--

Lampiran Hasil Kuisisioner

Data Responden

NO	Nama	Jenis Kelamin	Usia
1	Aril	Laki-Laki	17-21
2	Putri	Perempuan	22-27
3	Agus	Laki-Laki	28-32
4	Abil	Laki-Laki	17-21
5	Andre	Laki-Laki	17-21
6	Rizal abror	Laki-Laki	17-21
7	Annas	Laki-Laki	22-27
8	Kevin	Laki-Laki	22-27
9	Wulandari	Perempuan	22-27
10	Haidir	Laki-Laki	17-21
11	Nanik	Perempuan	>33
12	Wibowo	Laki-Laki	>33
13	Agung	Laki-Laki	22-27
14	Ananda Kartika	Perempuan	22-27
15	Salsa	Perempuan	17-21
16	Putri	Perempuan	28-32
17	Gilang	Laki-Laki	22-27
18	Putra	Laki-Laki	17-21
19	Affandi	Laki-Laki	22-27
20	Tutut	Perempuan	22-27
21	Abdul	Laki-Laki	22-27
22	Elma	Perempuan	22-27
23	Tiara	Perempuan	22-27
24	Angga	Laki-Laki	17-21
25	Adit	Laki-Laki	22-27
26	Rifki	Laki-Laki	17-21
27	Puput	Perempuan	22-27
28	Lisa	Perempuan	22-27
29	Abdul	Laki-Laki	28-32
30	Ekick	Laki-Laki	17-21

31	Yeni	Perempuan	22-27
32	Burhan	Laki-Laki	22-27
33	Irfin	Laki-Laki	22-27
34	Firman	Laki-Laki	22-27
35	Habib	Laki-Laki	17-21
36	Fariz	Laki-Laki	17-21
37	Andi	Laki-Laki	22-27
38	Ahmad	Laki-Laki	22-27
39	Mega	Perempuan	22-27
40	Ambar	Perempuan	22-27
41	Anin	Perempuan	22-27
42	Yusril	Laki-Laki	22-27
43	Rofi	Laki-Laki	22-27
44	Ricky	Laki-Laki	22-27
45	Gofur	Laki-Laki	22-27
46	Gufron	Laki-Laki	22-27
47	Pipit	Perempuan	22-27
48	Dwi	Perempuan	22-27
49	Mamad	Laki-Laki	22-27
50	Adam	Laki-Laki	17-21
51	Lovina	Perempuan	22-27
52	Antin	Perempuan	22-27
53	Johar	Laki-Laki	17-21
54	Fatkur	Laki-Laki	22-27
55	Teguh	Laki-Laki	22-27
56	Rahmat	Laki-Laki	22-27
57	Ijat	Laki-Laki	22-27
58	Hartatik	Perempuan	28-32
59	Mail	Laki-Laki	22-27
60	Haris	Laki-Laki	22-27
61	Roy	Laki-Laki	22-27
62	Ragna	Laki-Laki	22-27
63	Lilis	Perempuan	28-32
64	Mega	Perempuan	22-27
65	Vano	Laki-Laki	17-21

66	Hendra	Laki-Laki	28-32
67	Aqil	Laki-Laki	17-21
68	Silvi	Perempuan	17-21
69	Ika	Perempuan	22-27
70	Rahel	Laki-Laki	22-27
71	Hera	Perempuan	28-32
72	Nida	Perempuan	22-27
73	Ida	Perempuan	28-32
74	Ijah	Perempuan	>33
75	Sholeh	Laki-Laki	28-32
76	Alvin	Laki-Laki	22-27
77	Haris	Laki-Laki	17-21
78	Wiwit	Laki-Laki	22-27
79	Damar	Laki-Laki	22-27
80	Reni	Perempuan	28-32
81	Wawa	Perempuan	22-27
82	Novita	Perempuan	22-27
83	Iwan	Laki-Laki	22-27
84	Hamdan	Laki-Laki	17-21
85	Roip	Laki-Laki	22-27
86	Mela	Perempuan	22-27
87	Tika	Perempuan	22-27
88	Puspa	Perempuan	22-27
89	Sukma	Perempuan	22-27
90	Mei	Perempuan	22-27
91	Rika	Perempuan	22-27
92	Lovina	Perempuan	22-27
93	Andin	Perempuan	22-27
94	Rahma	Perempuan	17-21

Jawaban Responden per item

PERSEPSI HARGA (X1)						
NO	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6
1	4	5	4	4	4	3
2	5	5	5	5	4	3

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

38	5	5	5	5	5	5
39	5	4	5	4	5	4
40	5	5	5	5	5	5
41	5	5	5	5	5	5
42	4	4	4	4	4	3
43	4	4	4	4	5	4
44	3	4	4	4	4	2
45	5	4	4	4	4	3
46	4	4	4	4	4	3
47	4	4	4	4	4	2
48	4	4	4	4	4	4
49	5	5	5	5	5	5
50	4	4	4	4	4	4
51	5	4	4	4	4	4
52	4	4	5	4	4	5
53	4	4	4	4	4	4
54	5	5	5	5	5	4
55	4	4	4	4	4	4
56	5	5	5	5	4	3
57	3	4	4	4	5	4
58	5	5	5	5	5	5
59	4	5	4	4	4	3
60	5	5	5	5	4	3
61	4	4	4	4	4	3
62	4	4	4	4	4	4
63	4	4	4	4	5	4
64	4	5	5	5	4	4
65	4	4	4	4	4	4
66	4	4	4	4	4	3
67	5	5	5	5	5	5
68	5	4	5	4	5	4
69	5	5	5	5	5	5
70	5	5	5	5	5	5
71	4	4	4	4	4	3
72	4	4	4	4	5	4

73	3	4	4	4	4	2
74	5	4	4	4	4	3
75	4	4	4	4	4	3
76	4	4	4	4	4	2
77	4	4	4	4	4	4
78	5	5	5	5	5	5
79	4	4	4	4	4	4
80	5	4	4	4	4	4
81	4	4	5	4	4	5
82	4	4	4	4	4	4
83	5	5	5	5	5	4
84	4	4	4	4	4	4
85	5	5	5	5	4	3
86	3	4	4	4	5	4
87	5	5	5	5	5	5
88	4	4	4	4	4	4
89	5	5	5	5	4	3
90	3	4	4	4	5	4
91	5	5	5	5	5	5
92	3	4	4	4	5	4
93	5	5	5	5	5	5
94	5	5	5	5	5	5

LOKASI (X2)										
NO	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10
1	5	1	2	4	5	5	5	4	5	4
2	5	2	4	4	5	4	4	4	4	5
3	5	1	3	4	5	4	4	5	5	5
4	5	3	3	4	4	4	4	4	4	5
5	5	2	3	4	5	3	5	4	4	4
6	5	1	4	5	5	4	5	4	4	5
7	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4
8	5	1	4	4	4	4	4	4	5	4
9	4	1	4	4	5	4	4	4	4	4
10	4	2	4	5	5	5	4	4	5	5

11	5	2	3	5	5	5	5	5	5	5
12	5	1	3	5	5	5	5	5	5	5
13	4	1	3	4	5	5	5	5	5	5
14	4	3	2	4	5	4	5	4	4	4
15	5	3	3	4	5	4	5	5	5	5
16	4	1	3	5	5	5	5	5	5	5
17	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4
18	5	1	2	5	5	5	5	5	5	5
19	5	3	3	4	4	4	4	5	5	5
20	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5
21	4	3	3	4	4	4	5	4	4	4
22	4	3	3	5	5	5	5	5	5	5
23	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5
24	4	3	2	4	4	5	4	4	4	4
25	4	2	3	4	5	4	4	4	4	4
26	4	2	1	4	5	5	5	5	5	5
27	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5
28	5	2	4	4	4	4	4	4	4	4
29	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5
30	5	1	2	4	5	5	5	4	5	4
31	5	2	4	4	5	4	4	4	4	5
32	5	1	3	4	5	4	4	5	5	5
33	5	3	3	4	4	4	4	4	4	5
34	5	3	3	4	5	3	5	4	4	4
35	5	1	4	5	5	4	5	4	4	5
36	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4
37	5	1	4	4	4	4	4	4	5	4
38	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4
39	4	3	4	5	5	5	4	4	5	5
40	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5
41	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5
42	4	1	3	4	5	5	5	5	5	5
43	4	1	2	4	5	4	5	4	4	4
44	5	3	3	4	5	4	5	5	5	5
45	4	1	3	5	5	5	5	5	5	5

46	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4
47	5	1	2	5	5	5	5	5	5	5
48	5	3	3	4	4	4	4	5	5	5
49	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5
50	4	3	3	4	4	4	5	4	4	4
51	4	3	3	5	5	5	5	5	5	5
52	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5
53	4	3	2	4	4	5	4	4	4	4
54	4	2	3	4	5	4	4	4	4	4
55	4	2	1	4	5	5	5	5	5	5
56	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5
57	5	2	4	4	4	4	4	4	4	4
58	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5
59	5	1	2	4	5	5	5	4	5	4
60	5	2	4	4	5	4	4	4	4	5
61	5	1	3	4	5	4	4	5	5	5
62	5	3	3	4	4	4	4	4	4	5
63	5	2	3	4	5	3	5	4	4	4
64	5	3	4	5	5	4	5	4	4	5
65	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4
66	5	1	4	4	4	4	4	4	5	4
67	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4
68	4	3	4	5	5	5	4	4	5	5
69	5	2	3	5	5	5	5	5	5	5
70	5	1	3	5	5	5	5	5	5	5
71	4	1	3	4	5	5	5	5	5	5
72	4	3	2	4	5	4	5	4	4	4
73	5	3	3	4	5	4	5	5	5	5
74	4	1	3	5	5	5	5	5	5	5
75	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4
76	5	1	2	5	5	5	5	5	5	5
77	5	3	3	4	4	4	4	5	5	5
78	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5
79	4	3	3	4	4	4	5	4	4	4
80	4	3	3	5	5	5	5	5	5	5

81	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5
82	4	3	2	4	4	5	4	4	4	4
83	4	2	3	4	5	4	4	4	4	4
84	4	2	1	4	5	5	5	5	5	5
85	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5
86	5	2	4	4	4	4	4	4	4	4
87	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5
88	4	2	1	4	5	5	5	5	5	5
89	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5
90	5	2	4	4	4	4	4	4	4	4
91	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5
92	5	2	4	4	4	4	4	4	4	4
93	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5
94	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5

KUALITAS PELAYANAN (X3)										
NO	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	X3.10
1	4	4	3	3	5	4	4	4	4	5
2	4	5	4	3	4	3	5	4	4	4
3	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4
4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	5
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
6	5	5	5	4	5	3	5	5	5	5
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
8	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
9	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
10	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
14	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4
15	4	5	4	3	4	4	5	4	4	4
16	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
17	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4
18	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5

19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
20	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
24	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
25	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
27	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5
28	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
30	4	4	3	3	5	4	4	4	4	5
31	4	5	4	3	4	3	5	4	4	4
32	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4
33	4	4	4	3	4	4	4	3	4	5
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
35	5	5	5	4	5	3	5	5	5	5
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
37	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
38	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
39	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4
40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
41	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
43	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4
44	4	5	4	3	4	4	5	4	4	4
45	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
46	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4
47	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5
48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
49	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
52	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
53	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4

89	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5
90	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
91	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
92	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
93	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
94	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

KEPUASAN PELANGGAN (Z)						
NO	Z.1	Z.2	Z.3	Z.4	Z.5	Z.6
1	3	4	4	3	3	1
2	4	5	3	3	3	2
3	4	4	5	4	4	1
4	4	4	4	3	3	2
5	4	4	5	4	4	2
6	5	5	5	4	5	4
7	4	4	4	3	4	3
8	4	4	4	3	3	2
9	5	5	4	4	5	5
10	5	5	5	5	5	5
11	5	5	5	5	5	5
12	5	5	5	5	5	5
13	4	4	4	4	4	2
14	4	4	4	4	5	4
15	4	4	5	3	3	2
16	4	4	5	4	4	1
17	4	4	4	3	3	1
18	4	3	4	3	2	1
19	4	4	5	4	4	3
20	4	4	5	4	3	3
21	4	4	4	4	3	3
22	4	4	4	5	2	2
23	3	4	4	4	4	2
24	4	4	4	4	4	3
25	4	4	4	4	4	3
26	4	4	4	4	4	3

27	4	4	4	4	4	4
28	5	5	5	4	4	3
29	5	5	5	5	4	1
30	3	4	4	3	3	1
31	4	5	3	3	3	2
32	4	4	5	4	4	1
33	4	4	4	3	3	2
34	4	4	5	4	4	2
35	5	5	5	4	5	4
36	4	4	4	3	4	3
37	4	4	4	3	3	2
38	5	5	4	4	5	5
39	5	5	5	5	5	5
40	5	5	5	5	5	5
41	5	5	5	5	5	5
42	4	4	4	4	4	2
43	4	4	4	4	5	4
44	4	4	5	3	3	2
45	4	4	5	4	4	1
46	4	4	4	3	3	1
47	4	3	4	3	2	1
48	4	4	5	4	4	3
49	4	4	5	4	3	3
50	4	4	4	4	3	3
51	4	4	4	5	2	2
52	3	4	4	4	4	2
53	4	4	4	4	4	3
54	4	4	4	4	4	3
55	4	4	4	4	4	3
56	4	4	4	4	4	4
57	5	5	5	4	4	3
58	5	5	5	5	4	1
59	3	4	4	3	3	1
60	4	5	3	3	3	2
61	4	4	5	4	4	1

62	4	4	4	3	3	2
63	4	4	5	4	4	2
64	5	5	5	4	5	4
65	4	4	4	3	4	3
66	4	4	4	3	3	2
67	5	5	4	4	5	5
68	5	5	5	5	5	5
69	5	5	5	5	5	5
70	5	5	5	5	5	5
71	4	4	4	4	4	2
72	4	4	4	4	5	4
73	4	4	5	3	3	2
74	4	4	5	4	4	1
75	4	4	4	3	3	1
76	4	3	4	3	2	1
77	4	4	5	4	4	3
78	4	4	5	4	3	3
79	4	4	4	4	3	3
80	4	4	4	5	2	2
81	3	4	4	4	4	2
82	4	4	4	4	4	3
83	4	4	4	4	4	3
84	4	4	4	4	4	3
85	4	4	4	4	4	4
86	5	5	5	4	4	3
87	5	5	5	5	4	1
88	4	4	4	4	4	3
89	4	4	4	4	4	4
90	5	5	5	4	4	3
91	5	5	5	5	4	1
92	5	5	5	4	4	3
93	5	5	5	5	4	1
94	5	5	5	5	4	1

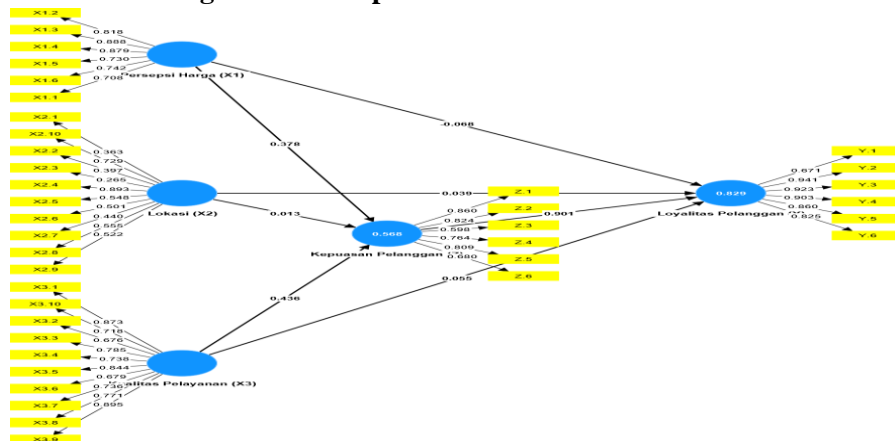
LOYALITAS PELANGGAN (Y)						
NO	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6
1	4	3	2	2	3	3
2	4	2	2	2	3	4
3	5	4	3	3	4	4
4	4	3	3	3	3	5
5	4	3	3	3	4	4
6	5	5	4	5	5	5
7	4	3	3	3	4	4
8	4	3	3	3	4	4
9	4	4	5	4	5	4
10	5	5	5	5	5	5
11	5	5	5	5	5	5
12	5	5	5	5	5	5
13	4	2	2	2	3	3
14	4	4	4	4	4	5
15	4	2	2	4	4	3
16	5	3	3	3	2	3
17	4	2	2	2	2	2
18	4	2	2	2	3	3
19	4	4	3	3	4	3
20	4	3	3	3	3	3
21	4	3	3	3	3	3
22	4	3	3	3	3	3
23	4	3	2	2	3	3
24	4	4	3	4	4	4
25	4	3	3	3	4	4
26	4	3	3	3	4	3
27	4	4	4	4	4	4
28	4	4	3	5	4	4
29	5	4	4	4	4	4
30	4	3	2	2	3	3
31	4	2	2	2	3	4
32	5	4	3	3	4	4
33	4	3	3	3	3	5

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

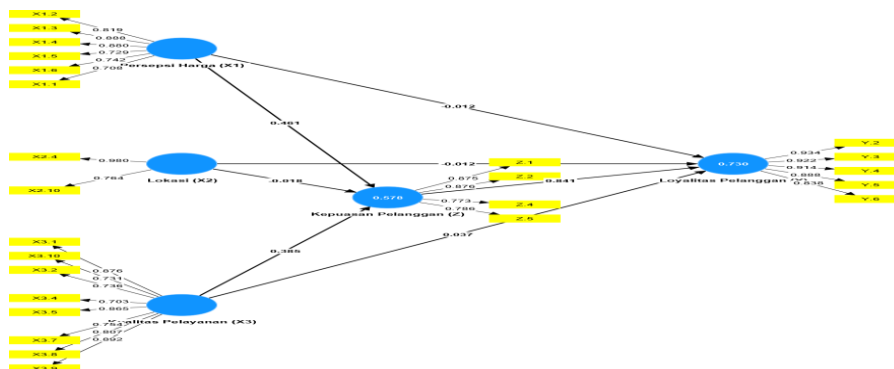
69	5	5	5	5	5	5
70	5	5	5	5	5	5
71	4	2	2	2	3	3
72	4	4	4	4	4	5
73	4	2	2	4	4	3
74	5	3	3	3	2	3
75	4	2	2	2	2	2
76	4	2	2	2	3	3
77	4	4	3	3	4	3
78	4	3	3	3	3	3
79	4	3	3	3	3	3
80	4	3	3	3	3	3
81	4	3	2	2	3	3
82	4	4	3	4	4	4
83	4	3	3	3	4	4
84	4	3	3	3	4	3
85	4	4	4	4	4	4
86	4	4	3	5	4	4
87	5	4	4	4	4	4
88	4	3	3	3	4	3
89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

Lampiran Hasil Olah Data PLS

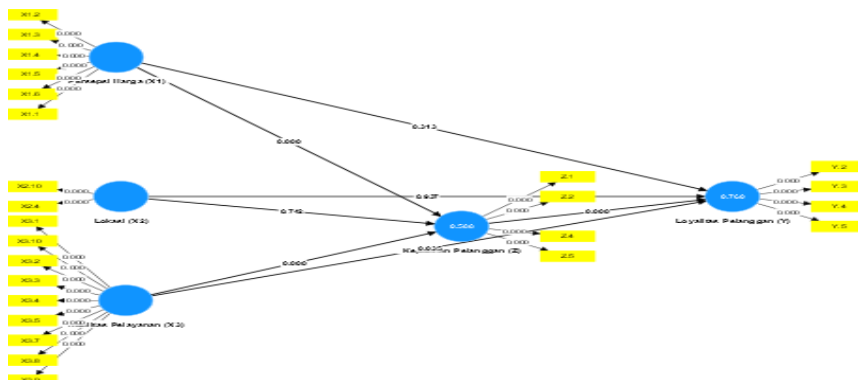
1. Gambar Pengolahan Tahap 1



2. Gambar Pengolahan Tahap 2



3. Gambar Path Coefficient



4. Hasil Convergent Validity (Tahap 1)

	Loyalitas Pelanggan	Kepuasan Pelanggan	Kualitas Pelayanan	Lokasi	Persepsi Harga
X1.1					0.708
X1.2					0.818
X1.3					0.888
X1.4					0.879
X1.5					0.730
X1.6					0.742
X2.1				0.363	
X2.2				0.397	
X2.3				0.265	
X2.4				0.893	
X2.5				0.548	
X2.6				0.501	
X2.7				0.440	
X2.8				0.555	
X2.9				0.522	
X2.10				0.729	
X3.1			0.873		
X3.2			0.676		
X3.3			0.785		
X3.4			0.738		

X3.5			0.844		
X3.6			0.679		
X3.7			0.736		
X3.8			0.771		
X3.9			0.895		
X3.10			0.718		
Z1		0.860			
Z2		0.824			
Z3		0.598			
Z4		0.764			
Z5		0.809			
Z6		0.680			
Y1	0.671				
Y2	0.941				
Y3	0.923				
Y4	0.903				
Y5	0.860				
Y6	0.825				

5. Hasil Convergent Validity (Tahap 2)

	Loyalitas Pelanggan	Kepuasan Pelanggan	Kualitas Pelayanan	Lokasi	Persepsi Harga
X1.1					0.708
X1.2					0.819
X1.3					0.888
X1.4					0.880
X1.5					0.729
X1.6					0.742
X2.4				0.980	
X2.10				0.764	
X3.1			0.876		
X3.3			0.736		

X3.4			0.806		
X3.5			0.703		
X3.7			0.865		
X3.8			0.734		
X3.9			0.807		
X3.10			0.892		
Z1		0.875			
Z2		0.876			
Z4		0.773			
Z5		0.786			
Y2	0.934				
Y3	0.922				
Y4	0.914				
Y5	0.888				
Y6	0.838				

6. Hasil Discriminant Validity

	Loyalitas Pelanggan	Kepuasan Pelanggan	Kualitas Pelayanan	Lokasi	Persepsi Harga
Kepuasan Pelanggan	0.829				
Kualitas Pelayanan	0.676	0.798			
Lokasi	0.320	0.341	0.879		
Loyalitas Pelanggan	0.854	0.594	0.264	0.900	
Persepsi Harga	0.701	0.644	0.449	0.596	0.798

7. Hasil Composite Reliability

Variabel	Composite Reliability	Rule of Thumb	Kesimpulan
Kepuasan	0.897	0.600	Reliabel

Pelanggan (Z)			
Kualitas Pelayanan (X3)	0.933	0.600	Reliabel
Lokasi (X2)	0.870	0.600	Reliabel
Loyalitas Pelanggan (Y)	0.955	0.600	Reliabel
Persepsi Harga (X1)	0.912	0.600	Reliabel

8. Hasil R-Square

Variable	R square
Kepuasan Pelanggan (Z)	0.578
Loyalitas Pelanggan (Y)	0.73

9. Path Coefficient

Mean, STDEV, T-Values, P-Values

Variabel Kontruk	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Persepsi Harga (X1) -> Kepuasan Pelanggan (Z)	0.461	0.458	0.088	5.240	0.000
Persepsi Harga (X1) -> Loyalitas Pelanggan (Y)	-0.012	-0.014	0.069	0.172	0.863
Lokasi (X2) -> Kepuasan Pelanggan (Z)	-0.018	-0.016	0.087	0.210	0.834
Lokasi (X2) -> Loyalitas Pelanggan (Y)	-0.012	-0.010	0.058	0.210	0.834
Kualitas Pelayanan (X3) -> Kepuasan Pelanggan (Z)	0.385	0.393	0.065	5.933	0.000
Kualitas Pelayanan (X3) -> Loyalitas Pelanggan (Y)	0.037	0.038	0.063	0.582	0.561

Kepuasan Pelanggan (Z) -> Loyalitas Pelanggan (Y)	0.841	0.841	0.077	10.915	0.000
---	-------	-------	-------	--------	-------

10. Indirect Effect

Spesifik Indirect Effect – Mean, STDEV, T-Values, P-Values

Variabel Kontruk	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P values
Persepsi Harga (X1) -> Kepuasan Pelanggan (Z) -> Loyalitas Pelanggan (Y)	0.388	0.385	0.083	4.684	0.000
Lokasi (X2) -> Kepuasan Pelanggan (Z) -> Loyalitas Pelanggan (Y)	-0.015	-0.013	0.073	0.209	0.834
Kualitas Pelayanan (X3) -> Kepuasan Pelanggan (Z) -> Loyalitas Pelanggan (Y)	0.324	0.330	0.061	5.314	0.000

11. Kartu Bimbingan Skripsi

UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
 Kampus: Jl. Semolowaru 45 Surabaya 60118, Telp (031) 5925289, 081216781170 E-mail: fbs@untag-sby.ac.id

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

SEMESTER
 Gasal / Genap
 2022 / 2023

Nama Mahasiswa / NBI : Yudha Permana
 Nama Pembimbing : Pr. Nekry Rahmuyati, MN
 Judul Skripsi : Pengaruh persepsi harga, loyalitas, kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan pada Toko Annisa Tambak Cernandi sedati Sidoarjo
 Mulai Program Skripsi : Semester Thn. Ak. Selesai Bimbingan Tanggal

No.	HARI / TANGGAL	KONSENTRASI		PARAF
		BAB / HAL	KETERANGAN REVISI	
1.	1/03/2023	Judul	ACC	<i>[Signature]</i>
2.	8/03/2023	Bab I	Revisi	<i>[Signature]</i>
		Bab II	Revisi	<i>[Signature]</i>
3.	15/3/2023	Bab III	Revisi	<i>[Signature]</i>
4.	29/3/2023	Bab I	ACC	<i>[Signature]</i>
		Bab II	Revisi	<i>[Signature]</i>
5.	5/4/2023	Bab 2, III, IV	ACC	<i>[Signature]</i>
6.	5/5/2023	Bab IV	Revisi, Kuesioner di Lanjut	<i>[Signature]</i>
7.	14/6/2023	Bab IV	Revisi Indirect	<i>[Signature]</i>
8.	21/6/2023	Bab I, II, III, IV, V	ACC	<i>[Signature]</i>

Perpanjangan I _____
 Semester : _____
 Th. Ak. : _____
 Paraf Kajur : _____

Surabaya, 21-6-2023
[Signature]
 (Nama dan tanda tangan Pembimbing)

12. Hasil Turnitin

PENGARUH PERSEPSI HARGA, LOKASI, KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELAGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA TOKO ANNISA TAMBAK CEMANDI SEDATI

ORIGINALITY REPORT

11 %	10 %	6 %	7 %
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	eprints.ums.ac.id Internet Source	2 %
2	Submitted to Konsorsium PTS Indonesia - Small Campus Student Paper	2 %
3	Submitted to UM Surabaya Student Paper	1 %
4	repository.stei.ac.id Internet Source	1 %
5	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper	1 %
6	Submitted to Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Student Paper	1 %
7	Submitted to Trisakti University Student Paper	<1 %

8	Submitted to Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur Student Paper	<1 %
9	eprints.umm.ac.id Internet Source	<1 %
10	jurnal.stietotalwin.ac.id Internet Source	<1 %
11	repository.stiemahardhika.ac.id Internet Source	<1 %
12	www.researchgate.net Internet Source	<1 %
13	Submitted to Universitas PGRI Madiun Student Paper	<1 %
14	docplayer.info Internet Source	<1 %
15	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	<1 %
16	www.neliti.com Internet Source	<1 %

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On