

KUESIONER
PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN ROXY SWALAYAN ENDE

Kepada :

Yth. Saudara /i

Di Tempat

Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk penulisan skripsi dalam rangka penyelesaian studi pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Flores. Penelitian ini mengenai Pengaruh Marketing Mix terhadap loyalitas konsumen Roxy Swalayan Ende

Sehubungan dengan hal tersebut di atas, saya memohon kesediaan bapak/ibu/saudara/i agar meluangkan waktu sejenak untuk mengisi kuesioner ini. Data kuesioner ini akan digabungkan dengan data lain untuk memperoleh hasil yang diinginkan dalam penelitian. Atas segala bantuan dan kesediaannya saya ucapkan terima kasih.

Ende, Oktober 2020

Sri Rahayu

1. PROFIL RESPONDEN

Jawablah pernyataan dibawah ini dengan menyilang salah satu opsi yang telah disediakan:

1. Identitas Responden

Nama :

Umur : 18-30 Tahun 31-40 Tahun

>51Tahun 41-50 Tahun

Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan

Pekerjaan : Pelajar/mahasiswa Pegawai negeri

Pegawai swasta Ibu rumah tangga

Tidak bekerja Lainnya

Frekuensi berkunjung : 1) Dua kali 2) Lebih dari dua kali

2. Pendapatan/perbulan : <Rp 500.000 Rp 500.000-Rp 1.000.000

.....(sebutkan)

2. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Kuesioner di bawah ini memuat sejumlah pernyataan. Silahkan bapak/ibu/saudara/i tunjukkan seberapa besar tingkat persetujuan atau ketidaksetujuannya terhadap setiap pernyataan dengan memberi tanda (√) pada kotak jawaban yang dipilih. Selamat mengisi kuesioner berikut dan terima kasih atas waktunya.

Keterangan :

5 = Sangat Setuju (SS)

4 = Setuju (S)

3 = Kurang Setuju (KS)

2 = Tidak Setuju (TS)

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

Marketing Mix

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
Produk (X1)						
1	Produk yang dipasarkan Roxy Swalayan memiliki kualitas baik.					
2	Roxy Swalayan banyak menawarkan varian produk.					
3	Produk yang dipasarkan oleh Roxy Swalayan bisa dikonsumsi dalam waktu jangka panjang.					

Harga (X2)

1	Harga produk yang dijual di Roxy Swalayan sesuai dengan kualitasnya.					
2	Produk yang dijual di Roxy Swalayan memiliki selisih harga yang tidak jauh berbeda dengan produk yang ada di swalayan lainnya.					
3	Harga produk yang dijual di Roxy Swalayan dapat dijangkau oleh semua kalangan masyarakat.					

Tempat (X3)

1	Jarak lokasi Roxy Swalayan dekat dengan tempat tinggal saya, sehingga memudahkan saya berbelanja.					
2	Roxy Swalayan memiliki tempat yang sangat strategis dan mudah dijangkau.					
3	Cara penataan barang Roxy Swalayan mempermudah konsumen untuk mencari kebutuhan.					

Promosi (X4)

1	Promosi yang dilakukan oleh Roxy Swalayan sangat menarik.					
2	Promosi dilakukan melalui internet media.					
3	Terdapat seller promotion didalam Roxy					

	Swalayan.					
4	Promosi dilakukan Roxy Swalayan melalui interaksi langsung.					

Loyalitas Pelanggan (Y)

1	Saya berniat untuk melakukan pembelian ulang produk di Roxy Swalayan.					
2	Saya akan merekomendasikan kepada orang lain mengenai Roxy Swalayan.					
3	Saya akan tetap loyal berbelanja di Roxy Swalayan meskipun terdapat swalayan lainnya.					
4	Saya tidak perlu mengeluarkan biaya tamba saat berbelanja di Roxy Swalayan.					
5	Saya akan mempromosikan produk Roxy Swalayan di media social.					

1. PROFIL RESPONDEN

Jawablah pernyataan dibawah ini dengan menyalang salah satu opsi yang telah disediakan:

1. Identitas Responden

- Nama : NISA
- Umur : 18-30 Tahun 31-40 Tahun
 >51Tahun 41-50 Tahun
- Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan
- Pekerjaan : Pelajar/mahasiswa Pegawai negeri
 Pegawai swasta Ibu rumah tangga
 Tidak bekerja Lainnya
- Frekuensi berkunjung : 1) Dua kali 2) Lebih dari dua kali
2. Pendapatan/perbulan : <Rp 500.000 Rp 500.000-Rp 1.000.000
(sebutkan)

2. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Kuesioner di bawah ini memuat sejumlah pernyataan. Silahkan bapak/ibu/saudara/i tunjukkan seberapa besar tingkat persetujuan atau ketidaksetujuannya terhadap setiap pernyataan dengan memberi tanda (√) pada kotak jawaban yang dipilih. Selamat mengisi kuesioner berikut dan terima kasih atas waktunya.

Keterangan :

- 5 = Sangat Setuju (SS)
4 = Setuju (S)
3 = Kurang Setuju (KS)
2 = Tidak Setuju (TS)
1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

Marketing Mix

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
Produk (X1)						
1	Produk yang dipasarkan Roxy Swalayan memiliki kualitas baik.			✓		
2	Roxy Swalayan banyak menawarkan varian produk.			✓		
3	Produk yang dipasarkan oleh Roxy Swalayan bisa dikonsumsi dalam waktu jangka panjang.					✓

Harga (X2)

1	Harga produk yang dijual di Roxy Swalayan sesuai dengan kualitasnya.			✓		
2	Produk yang dijual di Roxy Swalayan memiliki selisih harga yang tidak jauh berbeda dengan produk yang ada di swalayan lainnya.			✓		
3	Harga produk yang dijual di Roxy Swalayan dapat dijangkau oleh semua kalangan masyarakat.			✓		

Tempat (X3)

1	Jarak lokasi Roxy Swalayan dekat dengan tempat tinggal saya, sehingga memudahkan saya berbelanja.					✓
2	Roxy Swalayan memiliki tempat yang sangat strategis dan mudah dijangkau.					✓
3	Cara penataan barang Roxy Swalayan mempermudah konsumen untuk mencari kebutuhan.		✓			

Promosi (X4)

1	Promosi yang dilakukan oleh Roxy Swalayan sangat menarik.		✓			
2	Promosi dilakukan melalui internet media.		✓	✓		
3	Terdapat seller promotion didalam Roxy			✓		

	Swalayan.					
4	Promosi dilakukan Roxy Swalayan melalui interaksi langsung.			✓		

Loyalitas Pelanggan (Y)

1	Saya berniat untuk melakukan pembelian ulang produk di Roxy Swalayan.			✓		
2	Saya akan merekomendasikan kepada orang lain mengenai Roxy Swalayan.					✓
3	Saya akan tetap loyal berbelanja di Roxy Swalayan meskipun terdapat swalayan lainnya.					✓
4	Saya tidak perlu mengeluarkan biaya tamba saat berbelanja di Roxy Swalayan.		✓			
5	Saya akan mempromosikan produk Roxy Swalayan di media social.		✓			

Rekapan Data Responden

No Responden	Produk			Harga			Tempat			Promosi				Loyalitas Konsumen				
	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	4	1	2	3	4	5
1	3	3	5	3	3	3	5	5	2	2	2	3	3	3	5	5	2	2
2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
7	4	3	4	2	4	5	5	5	5	3	3	3	5	4	4	4	5	4
8	3	3	4	4	3	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5	3	5	2
9	5	5	4	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4
10	4	5	4	5	3	4	5	2	4	5	3	3	5	4	4	4	5	4
11	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	3	5	4
12	4	4	4	4	3	3	4	5	4	4	3	3	4	4	4	4	5	3
13	4	3	5	3	3	2	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5
14	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4
15	3	3	3	2	1	3	5	5	4	4	3	2	4	5	5	5	5	3
16	4	5	5	3	2	4	4	5	3	4	4	3	4	5	5	4	4	4
17	5	2	2	3	2	5	5	5	4	4	2	1	4	5	5	5	5	5
18	5	2	2	3	2	5	5	5	4	4	2	1	4	5	5	5	5	5
19	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
20	4	4	4	5	4	5	5	5	3	3	4	5	5	4	4	4	5	5
21	5	5	5	3	3	4	5	5	5	5	3	4	3	5	5	4	5	5
22	5	4	5	5	3	1	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5
23	5	3	5	2	3	5	5	3	5	4	4	5	4	4	5	5	5	2
24	3	3	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4
25	4	3	5	5	4	5	5	5	2	1	3	4	4	5	5	5	5	5
26	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5
27	5	4	4	1	3	4	5	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	2
28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
29	5	1	1	4	1	5	5	5	5	5	1	3	5	4	4	4	5	5
30	5	5	5	3	3	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4
31	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	3	5	4	4	4	4	3
32	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
33	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
34	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
35	4	4	5	3	5	5	4	5	4	4	3	3	5	5	5	5	5	5
36	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
37	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
38	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4

39	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4
40	5	2	3	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	3
41	5	3	5	3	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
42	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	1
43	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	3	5	4	5	5	5	5	4
44	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
45	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1
46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3
47	5	3	2	1	1	3	4	5	5	5	3	5	5	5	4	5	5	4
48	4	5	4	5	3	5	3	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	3
49	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	3	5	4
50	5	1	5	1	5	5	5	2	5	5	3	5	5	2	2	5	3	1
51	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
52	5	4	3	5	5	4	5	5	4	4	4	3	3	4	4	5	5	5
53	4	4	4	4	1	5	5	5	4	3	2	1	4	5	4	4	4	1
54	1	3	5	3	3	3	1	3	3	3	3	3	1	3	5	5	4	1
55	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	1
56	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5
57	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4
58	3	2	4	2	1	4	5	5	5	3	3	4	3	5	5	5	5	5
59	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4
60	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
61	3	4	2	5	4	3	3	3	3	4	3	2	5	4	3	4	4	3
62	3	4	2	5	4	3	3	3	3	4	3	2	5	4	3	4	4	3
63	5	5	4	3	4	3	5	5	3	2	4	3	1	2	3	3	2	5
64	3	1	3	1	1	2	1	3	3	1	1	3	1	3	1	2	2	1
65	4	3	4	4	3	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
66	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	5	5	5	5	4
67	5	5	5	5	2	3	5	5	3	5	4	4	4	5	4	5	5	2
68	4	4	1	2	2	3	3	2	2	3	1	1	2	5	4	4	5	2
69	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
70	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3
71	5	5	5	5	5	3	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5
72	1	4	4	3	5	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1
73	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
74	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
75	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	4	5	4
76	5	5	4	5	1	1	5	5	1	4	3	1	2	2	2	2	3	3
77	5	5	4	5	1	1	5	5	1	4	3	1	2	2	2	2	3	3
78	3	3	4	4	4	2	4	4	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4
79	2	4	4	3	2	4	5	5	4	3	2	3	3	5	4	4	5	3

80	5	5	3	3	3	3	4	5	5	1	5	1	2	2	3	2	2	3
81	5	5	5	5	5	3	4	3	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3
82	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
83	5	5	3	4	1	4	5	5	5	5	4	4	3	3	4	5	5	5
84	3	3	3	3	2	3	2	4	3	4	4	3	5	4	4	3	5	3
85	3	3	3	3	2	3	2	4	3	4	4	3	5	4	4	3	5	3
86	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3
87	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
88	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
89	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	1	5	5	5	5	4	4
90	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
91	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5
92	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	1	5	5	5	4	4	4
93	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5
94	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	1	5	5	5	4	4	4
95	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5
96	5	5	5	5	3	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5
97	1	4	4	3	5	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	3	1
98	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
99	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
100	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	5	5	5

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Produk

Correlations

		ProdukX1.1	ProdukX1.2	ProdukX1.3
ProdukX1.1	Pearson Correlation	1	,523**	,435**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000
	N	100	100	100
ProdukX1.2	Pearson Correlation	,523**	1	,638**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000
	N	100	100	100
ProdukX1.3	Pearson Correlation	,435**	,638**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	100	100	100

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

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
ProdukX1.1	8,28	4,284	,531	,778
ProdukX1.2	8,44	3,542	,686	,607
ProdukX1.3	8,30	3,909	,618	,686

Harga

Correlations

		HargaX2.1	HargaX2.2	HargaX2.3
HargaX2.1	Pearson Correlation	1	,515**	,389**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000
	N	100	100	100
HargaX2.2	Pearson Correlation	,515**	1	,396**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000
	N	100	100	100
HargaX2.3	Pearson Correlation	,389**	,396**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	100	100	100

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

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
HargaX2.1	7,62	4,864	,546	,663
HargaX2.2	8,13	4,235	,547	,660
HargaX2.3	7,55	5,341	,451	,677

Tempat

Correlations

		TempatX3.1	TempatX3.2	TempatX3.3
TempatX3.1	Pearson Correlation	1	,798**	,675**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000
	N	100	100	100
TempatX3.2	Pearson Correlation	,798**	1	,631**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000
	N	100	100	100
TempatX3.3	Pearson Correlation	,675**	,631**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	100	100	100

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

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
TempatX3.1	8,69	4,357	,811	,771
TempatX3.2	8,64	4,677	,778	,805
TempatX3.3	8,93	4,530	,689	,887

Promosi

Correlations

		PromosiX4.1	PromosiX4.2	PromosiX4.3	PromosiX4.4
PromosiX4.1	Pearson Correlation	1	,682**	,585**	,788**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100
PromosiX4.2	Pearson Correlation	,682**	1	,665**	,652**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100
PromosiX4.3	Pearson Correlation	,585**	,665**	1	,538**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100
PromosiX4.4	Pearson Correlation	,788**	,652**	,538**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100

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

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PromosiX4.1	11,65	11,321	,787	,826
PromosiX4.2	11,98	11,232	,768	,832
PromosiX4.3	12,17	10,829	,665	,878
PromosiX4.4	11,63	11,448	,747	,840

Loyalitas Konsumen

Correlations

		Loyalitas Konsumen Y1.1	Loyalitas Konsumen Y1.2	Loyalitas Konsumen Y1.3	Loyalitas Konsumen Y1.4	Loyalitas Konsumen Y1.5
Loyalitas Konsumen Y1.1	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	1 100	,842** ,000 100	,728** ,000 100	,825** ,000 100	,559** ,000 100
Loyalitas Konsumen Y1.2	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,842** ,000 100	1 100	,841** ,000 100	,801** ,000 100	,616** ,000 100
Loyalitas Konsumen Y1.3	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,728** ,000 100	,841** ,000 100	1 100	,768** ,000 100	,549** ,000 100
Loyalitas Konsumen Y1.4	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,825** ,000 100	,801** ,000 100	,768** ,000 100	1 100	,603** ,000 100
Loyalitas Konsumen Y1.5	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,559** ,000 100	,616** ,000 100	,549** ,000 100	,603** ,000 100	1 100

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

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Loyalitas Konsumen Y1.1	16,81	16,216	,833	,893
Loyalitas Konsumen Y1.2	16,87	15,225	,885	,880
Loyalitas Konsumen Y1.3	16,96	15,756	,810	,896
Loyalitas Konsumen Y1.4	16,73	15,775	,849	,888
Loyalitas Konsumen Y1.5	17,39	15,513	,631	,941

Asumsi Klasik
Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		ProdukX1	HargaX2	TempatX3	PromosiX4	Loyalitas KonsumenY
N		100	100	100	100	100
Normal	Mean	3,52	4,10	4,44	4,49	4,20
Parameters ^{a,b}	Std. Deviation	1,410	1,227	1,149	1,096	1,214
Most Extreme	Absolute	,193	,328	,427	,459	,355
Differences	Positive	,147	,232	,313	,321	,255
	Negative	-,193	-,328	-,427	-,459	-,355
Kolmogorov-Smirnov Z		1,932	3,284	4,270	4,591	3,550
Asymp. Sig. (2-tailed)		,139	,328	,427	,459	,355

- a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.

Heterokedesitas

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,788 ^a	,620	,604	,764

- a. Predictors: (Constant), PromosiX4, ProdukX1, HargaX2, TempatX3

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,060	,359		,167	,868
ProdukX1	,122	,060	,142	2,045	,004
HargaX2	,388	,084	,392	4,609	,000
TempatX3	,257	,118	,243	2,179	,002
PromosiX4	,217	,119	,196	2,833	,001

- a. Dependent Variable: LoyalitasKonsumenY

Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,788 ^a	,620	,604	,764	1,950

- a. Predictors: (Constant), PromosiX4, ProdukX1, HargaX2, TempatX3
b. Dependent Variable: LoyalitasKonsumenY

Regresi Linear
Produk terhadap Loyalitas Konsumen

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,593 ^a	,354	,346	1,122

a. Predictors: (Constant), ProdukX1

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3,010	,303		9,930	,000
ProdukX1	,338	,080	,393	4,228	,000

a. Dependent Variable: LoyalitasKonsumenY

Harga terhadap Loyalitas Konsumen

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,705 ^a	,497	,492	,865

a. Predictors: (Constant), HargaX2

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,338	,303		4,412	,000
HargaX2	,698	,071	,705	9,844	,000

a. Dependent Variable: LoyalitasKonsumenY

Tempat terhadap Loyalitas Konsumen

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,675 ^a	,455	,450	,901

a. Predictors: (Constant), TempatX3

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,032	,361		2,858	,005
TempatX3	,713	,079	,675	9,053	,000

a. Dependent Variable: LoyalitasKonsumenY

Promosi terhadap Loyalitas Konsumen

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,631 ^a	,398	,392	,947

a. Predictors: (Constant), PromosiX4

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,061	,401		2,645	,010
	PromosiX4	,699	,087	,631	8,057	,000

a. Dependent Variable: LoyalitasKonsumenY



UNIVERSITAS FLORES
FAKULTAS EKONOMI

TERAKREDITASI BAN-PT

No. 1710/SK/BAN-PT/Akred /S/VIII/2016, 26 Agustus 2016 (Prodi S1 Manajemen)

No. 1562/SK/BAN-PT/Akred/S/VIII /2016, 11 Agustus 2016 (Ekon. Pembangunan)

No. 1844/SK/BAN-PT/Akred/ S/IX/2016, 02 September 2016 (Prodi S1- Akuntansi)

Kampus I Jl. Sam Ratulangi, No.XX, Kelurahan Paupire, Kecamatan Ende Tengah

Kabupaten Ende- Flores NTT kode Pos 86318 Telp.(0381) 21536

Nomor : 525/115/F6/31/N/XII /2020
Lampiran : 1 (satu) Proposal
Perihal : **Izin Untuk Mengadakan Penelitian**

16 Desember 2020

Kepada Yang Terhormat :

**Pimpinan Roxy Swalayan Ende
di- Ende**

Dengan hormat,

Dalam rangka menyelesaikan studi di Fakultas Ekonomi Universitas Flores Ende, para mahasiswa diwajibkan menyusun Skripsi dari bidangnya masing-masing. Untuk itu kami mohon dengan hormat bantuan dan kesedian Bapak agar dapat mengijinkan mahasiswa kami tersebut di bawah ini :

Nama : **Sri Rahayu**

Nim : **2016410339**

Program Studi : **Manajemen**

Untuk mengadakan penelitian guna mendapatkan data-data yang diperlukan dalam rangka penulisan tugas akhir dengan judul penelitian "**Pengaruh Marketing Mix Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Roxy Swalayan Ende**"

Kerahasiaan data akan dipegang teguh dan hanya kusus digunakan untuk kepentingan ilmiah.

Demekian permohonan kami, atas bantuan dan kesedian Bapak kami ucapkan terima kasih



An. Dekan
Wakil Dekan
Bidang Akademik dan Administrasi
Dr. Rafael Octavianus Byre, SE., M.Sc.
NIDN. 0826097401

Tembusan :

1. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Flores (sebagai laporan).
2. Ketua Program Studi Manajemen;
3. Mahasiswa



Jl. Ahmad Yani – Ende, Tlp. 082145215841

Email: roxyswalayanende@gmail.com

Kepada Yth

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Flores

Di Tempat

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Andrew Lay

Jabatan : Pimpinan

Menerangkan bahwa,

Nama : Sri Rahayu

Nim : 2016410339

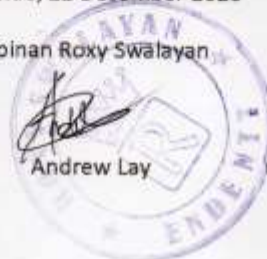
Prog. Studi : Manajemen

Telah selesai melakukan penelitian di perusahaan kami pada tanggal 19 desember 2020 untuk memperoleh data dalam rangka penulisan tugas akhir dengan judul penelitian " **Pengaruh Marketing Mix Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Roxy Swalayan Ende** ".

Demikian surat ini kami buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Ende, 22 Desember 2020

Pimpinan Roxy Swalayan









Andrew Lay



UNIVERSITAS FLORES
FAKULTAS EKONOMI
PRODI Manajemen
KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama mahasiswa : SRI RAHAYU
2. NIM : 2016410339
3. Bidang Kajian Skripsi :
4. Judul Skripsi : Pengaruh Marketing Mix Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Roxy Swalayan Ende
5. Tanggal Pengajuan Skripsi :
6. Nama Pembimbing : 1. Dr. Rafael Octavianus Byre, SE., M.Sc.
2. Maria Endang Jamu, SE., MM
7. Keterangan Konsultasi :

No.	Tanggal Konsultasi	Keterangan	Paraf	
			Pembimbing 1	Pembimbing 2
1	22/09/2020	Acc Judul		
2	27/09/2020	Revisi Bab 1.2 dan 3		
3	21/09/2020	Revisi		
4	25/09/2020	Revisi		
5	29/09/2020	Revisi		
6	05/10/2020	Revisi		
7	19/10/2020	Acc Proposal		
8	23/11/2020	Tambahan format Pengantar, Latar Belakang, dan Tujuan. Profil Restoranden. Maksud dan Tujuan. Revisi Bab 1.2.3		Eudha
2.		Ukuran Huruf		Eudha
3.		teknik pengambilan sampel		Eudha
4.		Profil Restoranden		Eudha
5.		Acc Proposal		Eudha

No.	Tanggal Konsultasi	Keterangan	Paraf	
			Pembimbing 1	Pembimbing 2
	05/01/2021	Revisi Bab IV		
	07/01/2021	Revisi Bab IV		
	11/01/2021	Acc Skripsi		
	12/01/2021	Revisi Bab IV		    
	13/01/2021	Revisi Bab IV		
	04/02/2021	Revisi Bab IV		
	01/02/2021	Revisi Bab IV		
	15/02/2021	Acc Skripsi		

8. Tanggal Selesai Penulisan Skripsi :

9. Telah dievaluasi dan Diuji dengan Nilai :

Pembimbing I



Dr. Rafael Octavianus Byre, SE., M.Sc.
NIPY. 1980 2000 166

Pembimbing II



Maria Endang Jambu, SE., MM
NIPY. 1980 2017 707

Mengetahui

Ketua Program Studi



LAMBERTUS LANGGA, SE., M.Sc

NIPY. 1980 2000 175

