



**LAMPIRAN 1**  
**KUESIONER AWAL**

**KUISIONER AWAL**

No. kuisisioner

Responden yang terhormat,

Kuisisioner ini merupakan kuisisioner awal dari penelitian yang bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kesetiaan konsumen terhadap satu merek produk rokok yang dikonsumsi oleh warga Dusun Serangan Blulukon Colomadu Karanganyar.

Penelitian ini dilakukan sebagai dasar penyusunan Tugas akhir Sarjana Teknik Industri, Universitas Sahid Surakarta.

Kami mohon responden yang terhormat berkenan mengisi kuisisioner ini dengan benar sesuai dengan pengalaman responden yang terhormat selama menjadi konsumen rokok.

Kami menyadari waktu Anda sangat terbatas dan berharga, oleh karena itu kesediaan Anda mengisi kuisisioner ini secara benar merupakan sebuah penghargaan bagi kami dan sangat membantu kelancaran jalannya penelitian ini.

**IDENTITAS RESPONDEN**

1. Nama : ..... (Boleh tidak diisi)
2. Jenis Kelamin : L / P (Coret yang tidak perlu)
3. Usia :  17 – 26  
 27 – 36  
 37 – 46  
 ≥ 47
4. Status : Kawin / Belum Kawin (Coret yang tidak perlu)
5. Pekerjaan : .....
6. Uang saku / penghasilan Anda per bulan  : ≤ Rp 300.000  
 Rp 300.001 – Rp  
400.000  Rp  
401.000 – Rp 500.000   
Rp 500.001 – Rp 600.000   
≥ Rp 600.001

**BAGIAN I PERTANYAAN PENDAHULUAN**

7. Sudah berapa lama Anda mengkonsumsi rokok ?.....
8. Berapa rata – rata tingkat konsumsi rokok Anda ?.....(Batang/hari)
9. Rokok merek apakah yang sedang Anda konsumsi saat ini ?.....

10. Apakah Anda akan berencana meneruskan mengkonsumsi rokok merek tersebut ? Ya/ Tidak (Coret salah satu. Jika jawaban Ya, teruskan ke pertanyaan di bagian II)

1-B

## **BAGIAN II**

Menurut Anda, apakah faktor – faktor yang tercantum dalam pernyataan – pernyataan di bawah ini mempengaruhi Anda untuk tetap setia mengkonsumsi rokok merek tersebut ? Berikan tanda silang (X) pada salah satu alternatif jawaban yang Anda anggap paling sesuai dengan pendapat Anda.

No.	Faktor/Atribut Penyebab Kesetiaan Mengkonsumsi Rokok Merek Tertentu	Pengaruh	
		Penting	Tidak Penting
1	Citra / image produk yang baik (berkualitas tinggi)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	Bahan baku rokok yang berkualitas tinggi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	Cita rasa rokok yang enak	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	Aroma rokok yang harum	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	Kadar nikotin dan tar yang rendah	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6	Dapat meredakan stress	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7	Dapat membantu menciptakan inspirasi dan daya cipta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8	Kemasan / bungkus yang menarik	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9	Bentuk fisik rokok yang baik dan menarik	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10	Harga yang terjangkau	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11	Ketersediaan produk dalam kemasan besar dan kecil dengan harga yang berbeda	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12	Kesesuaian antara harga dengan kualitas produk	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13	Banyaknya promosi dan iklan produk di lingkungan sekitar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14	Bentuk promosi dan iklan yang menarik	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15	Seringnya produk menjadi sponsor kegiatan kesenian dan kegiatan olah raga	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16	Produk mudah didapat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17	Produk selalu tersedia saat dibutuhkan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18	Ajakan dan pengaruh teman / lingkungan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19	Kecocokan konsumsi produk dengan lingkungan sekitar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Apakah terdapat faktor / atribut lain yang mempengaruhi kesetiaan Anda mengkonsumsi rokok merek tersebut, tetapi belum disebutkan pada tabel di atas ? Jika ada, mohon dituliskan pada tempat di bawah ini :

Faktor / atribut yang menurut saya juga mempengaruhi saya untuk tetap mengkonsumsi rokok tersebut :

1. ....
2. ....
3. ....

4. ....





**LAMPIRAN 2**  
**KUESIONER UTAMA**

**KUISIONER PENELITIAN UTAMA**No. kuisisioner 

Responden yang terhormat,

Kuisisioner ini merupakan kuisisioner utama dari penelitian yang saya lakukan sebagai dasar penyusunan tugas akhir pendidikan Sarjana Teknik Industri, Universitas Sahid Surakarta. Kuisisioner penelitian yang saya buat ini disusun sebagai bagian dari penelitian pasar yang dilaksanakan dalam upaya pengumpulan data tugas akhir berjudul “ **ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS KONSUMEN TERHADAP MEREK PRODUK X (Studi Kasus pada Warga Dusun Serangan Blulukon Colomadu Karanganyar)**”

Kami menyadari waktu Anda sangat terbatas dan berharga, oleh karena itu kesediaan Anda mengisi kuisisioner ini secara benar merupakan sebuah penghargaan bagi kami dan sangat membantu kelancaran jalannya penelitian ini. Sebelum dan sesudahnya, saya mengucapkan terima kasih.

**BAGIAN I : IDENTITAS RESPONDEN**

**Petunjuk Pengisian :** Berilah tanda silang (X) pada salah satu alternatif jawaban atau isilah titik – titik dari pertanyaan di bawah ini sesuai dengan data pribadi Anda

1. Apakah jenis kelamin anda ?  
 laki – laki                       Perempuan
2. Berapa Usia Anda ?  
 7 – 26                                       27 - 46  
 27 – 36                                       > 47
3. Apakah pekerjaan anda ?.....
4. Berapa uang saku / penghasilan Anda per bulan ?  
 < Rp 300.000  
 Rp 300.000 – Rp 400.000  
 Rp 400.001 – Rp 500.000  
 Rp 500.001 – Rp 600.000  
 > Rp 600.000

## **BAGIAN II : IDENTIFIKASI LOYALITAS**

**Petunjuk Pengisian :** Berilah tanda silang (X) atau isilah titik – titik pada salah satu alternatif jawaban mengenai merek produk rokok yang anda beli pada pembelian terakhir sesuai dengan kondisi Anda

Sebutkan secara berturut – turut merek rokok yang Anda beli pada delapan pembelian terakhir ( harus diisi semua )

- 1) Merek rokok yang Anda beli pada pembelian terakhir :  
jarum Super                                   udang Garam Filter International  
jarum 76   lainnya, sebutkan .....
- 2) Merek rokok yang Anda beli sebelum pembelian (1) :  
jarum Super                                   udang Garam Filter International  
jarum 76   lainnya, sebutkan .....
- 3) Merek rokok yang Anda beli sebelum pembelian (2) :  
jarum Super                                   udang Garam Filter International  
jarum 76   lainnya, sebutkan .....
- 4) Merek rokok yang Anda beli sebelum pembelian (3) :  
jarum Super                                   udang Garam Filter International  
jarum 76   lainnya, sebutkan .....
- 5) Merek rokok yang Anda beli sebelum pembelian (4) :  
jarum Super                                   udang Garam Filter International  
jarum 76   lainnya, sebutkan .....
- 6) Merek rokok yang Anda beli sebelum pembelian (5) :  
jarum Super                                   udang Garam Filter International  
jarum 76   lainnya, sebutkan .....
- 7) Merek rokok yang Anda beli sebelum pembelian (6) :  
jarum Super                                   udang Garam Filter International  
jarum 76   lainnya, sebutkan .....
- 8) Merek rokok yang Anda beli sebelum pembelian (7) :  
jarum Super                                   udang Garam Filter International  
jarum 76   lainnya, sebutkan .....

**BAGIAN III : PENILAIAN TINGKAT PENGARUH FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS KONSUMEN TERHADAP MEREK PRODUK ROKOK X**

**Petunjuk Pengisian :** Pada bagian ini Anda diminta untuk memberikan penilaian (dengan memberikan tanda silang X) terhadap tingkat pengaruh atribut / faktor berikut yang menjadi dasar pertimbangan Anda untuk tetap setia mengkonsumsi rokok merek tertentu.

Pilihan jawaban tersedia dalam lima skala dengan arti kode sebagai berikut :

- STB** : Menurut saya atribut / faktor tersebut **Sangat tidak Berpengaruh** terhadap keputusan saya untuk tetap setia mengkonsumsi rokok merek X
- TB** : Menurut saya atribut / faktor tersebut **Tidak Berpengaruh** terhadap keputusan saya untuk tetap setia mengkonsumsi rokok merek X
- CB** : Menurut saya atribut / faktor tersebut **Cukup Berpengaruh** terhadap keputusan saya untuk tetap setia mengkonsumsi rokok merek X
- B** : Menurut saya atribut / faktor tersebut **Berpengaruh** terhadap keputusan saya untuk tetap setia mengkonsumsi rokok merek X
- SB** : Menurut saya atribut / faktor tersebut **Sangat Berpengaruh** terhadap keputusan saya untuk tetap setia mengkonsumsi rokok merek X

**KUALITAS PRODUK**

Pernyataan	Penilaian Tingkat Pengaruh terhadap Loyalitas Konsumen				
Kemasan / bungkus yang menarik	<b>STB</b>	<b>TB</b>	<b>CB</b>	<b>B</b>	<b>SB</b>
Bentuk fisik rokok yang baik dan menarik	<b>STB</b>	<b>TB</b>	<b>CB</b>	<b>B</b>	<b>SB</b>

**HARGA**

Pernyataan	Penilaian Tingkat Pengaruh terhadap Loyalitas Konsumen				
Kesesuaian antara harga dan kualitas produk	<b>STB</b>	<b>TB</b>	<b>CB</b>	<b>B</b>	<b>SB</b>

**SALURAN DISTRIBUSI**

Pernyataan	Penilaian Tingkat Pengaruh terhadap Loyalitas Konsumen				
Kecocokan konsumsi produk dengan lingkungan sekitar	<b>STB</b>	<b>TB</b>	<b>CB</b>	<b>B</b>	<b>SB</b>



## **PROMOSI**

Pernyataan	Penilaian Tingkat Pengaruh terhadap Loyalitas Konsumen				
Banyaknya promosi dan iklan produk di lingkungan sekitar	<b>STB</b>	<b>TB</b>	<b>CB</b>	<b>B</b>	<b>SB</b>
Bentuk promosi dan iklan yang menarik	<b>STB</b>	<b>TB</b>	<b>CB</b>	<b>B</b>	<b>SB</b>
Seringnya produk menjadi sponsor kegiatan kesenian dan kegiatan olah raga	<b>STB</b>	<b>TB</b>	<b>CB</b>	<b>B</b>	<b>SB</b>



3-A  
DATA TRYOUT

No	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	Jml
1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	0	0	0	1	1	0	1	12
2	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	17
3	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	0	0	0	0	1	1	1	1	13
4	1	1	1	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	15
5	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	17
6	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	0	0	1	0	1	1	0	0	12
7	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	16
8	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	0	0	0	1	1	0	1	13
9	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	14
10	1	1	1	1	0	0	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1	0	0	0	11
11	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	0	1	1	0	1	1	1	0	14
12	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	0	13
13	1	1	1	1	0	1	1	0	0	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	14
14	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	16
15	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1	0	1	1	0	1	1	0	1	13
16	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	0	0	13
17	1	1	1	0	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	15
18	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	18
19	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	0	15
20	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	0	0	1	1	0	1	13
21	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	18
22	0	1	1	0	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	13
23	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	0	14
24	1	1	1	0	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1	1	1	1	10
25	1	1	1	1	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	0	1	1	0	0	12
26	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	0	0	14
27	1	1	1	0	0	1	1	0	0	1	1	0	1	1	0	1	1	1	0	12
28	0	1	1	0	1	1	1	0	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	14
29	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	18
30	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1	1	0	0	11





## **LAMPIRAN 4**

# **UJI VALIDITAS UNTUK IDENTIFIKASI VARIABEL DALAM KUESIONER AWAL**

**Correlations**



**Correlations**

		TOT_P
P1	Pearson Correlation	.063
	Sig. (2-tailed)	.740
	N	30
P2	Pearson Correlation	. <sup>a</sup>
	Sig. (2-tailed)	.
	N	30
P3	Pearson Correlation	. <sup>a</sup>
	Sig. (2-tailed)	.
	N	30
P4	Pearson Correlation	.224
	Sig. (2-tailed)	.235
	N	30
P5	Pearson Correlation	-.258
	Sig. (2-tailed)	.169
	N	30
P6	Pearson Correlation	.344
	Sig. (2-tailed)	.063
	N	30
P7	Pearson Correlation	.322
	Sig. (2-tailed)	.083
	N	30
P8	Pearson Correlation	.474**
	Sig. (2-tailed)	.008
	N	30
P9	Pearson Correlation	.451*
	Sig. (2-tailed)	.012
	N	30
P10	Pearson Correlation	.253
	Sig. (2-tailed)	.178
	N	30
P11	Pearson Correlation	.000
	Sig. (2-tailed)	1.000
	N	30
P12	Pearson Correlation	.386*
	Sig. (2-tailed)	.035
	N	30
P13	Pearson Correlation	.622**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
P14	Pearson Correlation	.464**
	Sig. (2-tailed)	.010
	N	30
P15	Pearson Correlation	.506**
	Sig. (2-tailed)	.004
	N	30
P16	Pearson Correlation	. <sup>a</sup>
	Sig. (2-tailed)	.
	N	30
P17	Pearson Correlation	.264
	Sig. (2-tailed)	.159
	N	30
P18	Pearson Correlation	.225
	Sig. (2-tailed)	.231
	N	30
P19	Pearson Correlation	.382*
	Sig. (2-tailed)	.037
	N	30
TOT_P	Pearson Correlation	1.000
	Sig. (2-tailed)	.
	N	30

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

a. Cannot be computed because at least one of the variables is constant.

\*\*\*\*\* Method 1 (space saver) will be used for this analysis \*\*\*\*\*

### RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

	Mean	Std Dev	Cases
1. P1	.9333	.2537	30.0
2. P2	1.0000	.0000	30.0
3. P3	1.0000	.0000	30.0
4. P4	.7667	.4302	30.0
5. P5	.6000	.4983	30.0
6. P6	.7000	.4661	30.0
7. P7	.6000	.4983	30.0
8. P8	.5333	.5074	30.0
9. P9	.6000	.4983	30.0
10. P10	.9333	.2537	30.0
11. P11	.9667	.1826	30.0
12. P12	.6000	.4983	30.0
13. P13	.6333	.4901	30.0
14. P14	.7333	.4498	30.0
15. P15	.4667	.5074	30.0
16. P16	1.0000	.0000	30.0
17. P17	.9667	.1826	30.0
18. P18	.4000	.4983	30.0
19. P19	.5667	.5040	30.0

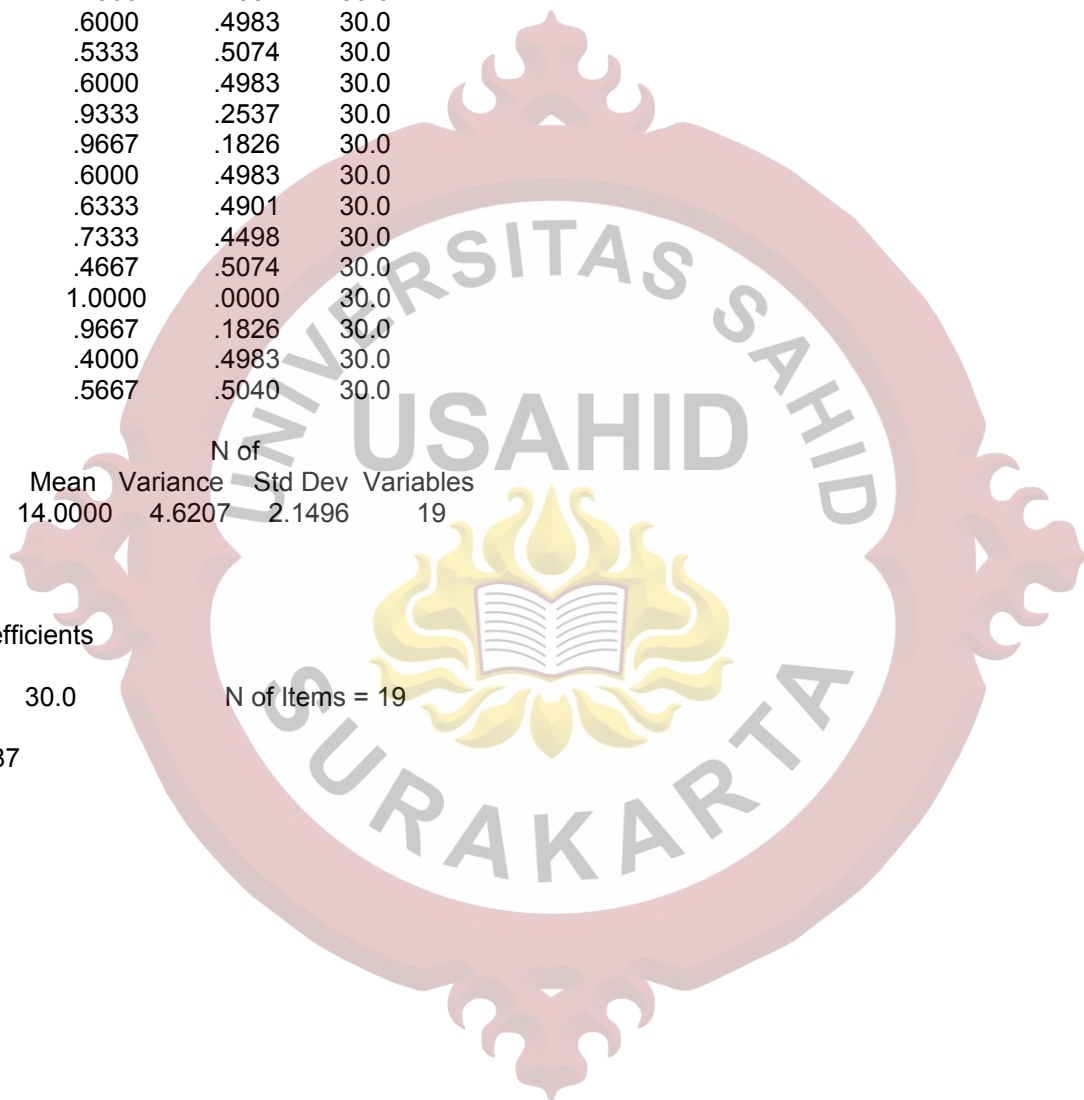
Statistics for	Mean	Variance	Std Dev	N of Variables
SCALE	14.0000	4.6207	2.1496	19

#### Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0

N of Items = 19

Alpha = .3587



Responden	Produk (X <sub>1</sub> )		Pertanyaan					
			Harga (X <sub>2</sub> )		promosi (X <sub>3</sub> )			distribusi (X <sub>4</sub> )
1	5	4	4	5	5	5	4	
2	4	4	5	5	5	5	5	
3	5	5	5	5	4	5	5	
4	4	5	4	5	5	5	3	
5	5	5	4	5	5	5	4	
6	5	5	5	4	5	5	5	
7	5	5	5	4	5	5	4	
8	5	5	3	5	4	5	3	
9	4	4	4	5	4	4	5	
10	5	5	4	5	5	5	5	
11	5	5	3	5	5	5	5	
12	4	4	5	5	4	5	5	
13	3	3	3	4	5	5	5	
14	3	3	2	4	3	4	5	
15	3	3	5	5	5	4	4	
16	4	4	5	5	4	5	4	
17	5	5	5	4	4	5	4	
18	4	4	5	4	4	5	5	
19	4	4	5	4	4	5	4	
20	3	3	4	4	3	4	4	
21	5	4	4	5	5	5	4	
22	3	3	4	5	5	5	4	
23	3	3	3	4	4	4	4	
24	4	4	4	4	4	5	5	
25	4	4	4	4	5	4	5	
26	4	4	4	4	4	5	3	
27	5	5	5	5	4	4	4	
28	5	4	5	4	4	4	5	
29	5	5	4	4	4	4	5	
30	4	4	4	5	4	5	4	





**LAMPIRAN 6**

**HASIL PERHITUNGAN MENGGUNAKAN  
SPSS *FOR WINDOWS***

## ➤ UJI VALIDITAS

Correlation Matrix

		p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7
Correlation	p1	1.000	.885	.310	.199	.249	.296	.029
	p2	.885	1.000	.287	.212	.238	.347	-.058
	p3	.310	.287	1.000	.068	.125	.165	.051
	p4	.199	.212	.068	1.000	.346	.262	-.190
	p5	.249	.238	.125	.346	1.000	.397	-.003
	p6	.296	.347	.165	.262	.397	1.000	-.188
	p7	.029	-.058	.051	-.190	-.003	-.188	1.000

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.626
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	57.632
	df	21
	Sig.	.000

Rotated Component Matrix

	Component			
	1	2	3	4
p2	.949			
p1	.947			
p5		.844		
p4		.696		
p6		.630		
p7			.960	
p3				.965

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 5 iterations.

➤ **UJI RELIABILITAS****Reliability****Scale: ALL VARIABLES****Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.939	2

**Item Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
p1	4.23	.774	30
p2	4.17	.747	30

**Scale Statistics**

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
8.40	2.179	1.476	2

## Reliability

### Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.600	3

#### Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
p4	4.53	.507	30
p5	4.37	.615	30
p6	4.70	.466	30

#### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
13.60	1.421	1.192	3

## ➤ Uji F, Uji t DAN Uji Multikolinieritas

### Regression

#### Variables Entered/Removed<sup>d</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Promosi, Produk <sub>a</sub> , Harga, Distribusi	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen

#### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.558 <sup>a</sup>	.311	.201	.417

a. Predictors: (Constant), Promosi, Produk, Harga, Distribusi

#### ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.961	4	.490	2.824	.046 <sup>a</sup>
	Residual	4.339	25	.174		
	Total	6.300	29			

a. Predictors: (Constant), Promosi, Produk, Harga, Distribusi

b. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-2.455	1.122		-2.188	.038		
	Produk	.014	.058	.044	.237	.814	.813	1.231
	Harga	-.006	.101	-.011	-.061	.952	.898	1.113
	Distribusi	.109	.070	.279	1.549	.134	.852	1.174
	Promosi	.363	.118	.520	3.086	.005	.969	1.032

a. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen