

REFERENCES

- Afnina, & Hastuti, Y. (2018). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1).
- Agustina, E., Lie, D., Butarbutar, M., & Nainggolan, N. T. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar*. 5(1), 38–49.
- Albari, & Kartikasari, A. (2019). The Influence of Product Quality, Service Quality and Price on Customer Satisfaction and Loyalty. *Asian Journal of Entrepreneurship and Family Business*, 3(1). <https://www.researchgate.net/publication/339796640>
- Aprileny, I., & Novyarni, N. (2020). *Effect of Service Quality, Product Quality, and Price on Consumer Satisfaction and Its Impact on Customer Loyalty at Bekasi Branch Superindo Supermarket*. 132(AICMaR 2019).
- Arifani, A. M., Widowati, I., & Permai, N. M. S. Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Kualitas Pelayanan dan Harga Melalui Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Titi Orchids Yogyakarta. *Agriscience*, 2.
- Australian Bureau of Statistic. (2013, June 26). *Australian and New Zealand Standard Industrial Classification (ANZSIC)*. Retrieved from www.abs.gov.au: <https://www.abs.gov.au/statistics/classifications/australian-and-new-zealand-standard-industrial-classification-anzsic/2006-revision-2-0/detailed-classification/c/16/161/1612>
- Bhatt, K. P. (2020). A Synopsis on Population and Sample: Quantitative research in mathematics education. *Academic Journal of Mathematics Education*, 3(1), 34–37. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.26926.54084>
- Budiono, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi, Lokasi, Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan Bebek Kaleo Tebet Jakarta Selatan Dimasa Pandemi Covid-19. *SEGMEN Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 17(2).
- Casteel, A., & Bridier, N. L. (2021). Describing populations and samples in doctoral student research. *International Journal of Doctoral Studies*, 16, 339–362. <https://doi.org/10.28945/4766>
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). SAGE Publications, Inc.
- Delima, A., Ashary, H. M., & Usman, O. (2019). *Influence of Service Quality, Product Quality, Price, Brand Image, and Promotion to Consumer Satisfaction Affecting on Consumer Loyalty (Online Shop)*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3308707>

- Dhisasmito, P. P., & Kumar, S. (2020). Understanding customer loyalty in the coffee shop industry (A survey in Jakarta, Indonesia). *British Food Journal*, 122(7). <https://doi.org/10.1108/BFJ-10-2019-0763>
- Fatini, N. A., & Dewi, R. S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung Wisata Vanaprastha Gedong Songo Park Kabupaten Semarang. *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Fatmawati, S. (2019). Publishing Industry Sebagai Pendukung Ekonomi Kreatif (Ekraf) Bagi Pustakawan Di Era Digital. *BIBLIOTIKA: Jurnal Kajian Perpustakaan Dan Informasi*, 3.
- Firmansyah, M. A. (2018). Perilaku Konsumen. *Jurnal Agora*, 5 No.(September).
- Fitzsimmons, J. A., & Fitzsimmons, M. J. (2011). *Service Management: Operations, Strategy, Information Technology* (7th ed.). The McGraw-Hill Companies, Inc.
- Flores, A. F., Saldanha, E. D. S., & Vong, M. F. (2020). The Effect of Customer Satisfaction Mediation for the Relationship Between Service Quality and Customer Loyalty. *Timor-Leste Journal of Business and Management*, 2(1).
- Friedman, D. D. (1990). *Price Theory: An Intermediate Text*. South-Western Publishing Co.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Griffin, J. (2005). *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Hawkins, L., & Hoon, S. (2019). *The Impact of Customer Retention Strategies and the Survival of Small Service-Based Businesses*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3445173>
- Hutabarat, E., & Suweta, E. (2020). Experiential Marketing and Service Quality on Wom Recommendation Through Satisfaction As Mediation Variable of Rudana Museum,Bali. *The 4th International Conference on Family Business and Entrepreneurship*, 1(1). <https://doi.org/10.33021/icfbe.v1i1.1375>
- Ismanto, J. (2020). *Manajemen pemasaran*. Unpam Press.
- Jokhu, J. R., & Armando, A. (2018). Perspektif Baru dalam Teori Kualitas Pelayanan : Pentingnya Intensi Studi pada Perusahaan Fintech di Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 13(2).
- Knowles, G. (2011). *Quality Management*. bookboon.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2011). *Principles of Marketing* (14th ed.). Pearson Education, Inc.

- Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L. C., & He, H. (2020). *Principles of Marketing* (Eight Euro). Pearson Education, Inc.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. Pearson Education, Inc.
- Lestari, R., & Genoveva, G. (2021). Consumer Behavior on Online Food Purchase Decision During the Covid-19 Pandemic. *International Conference Universitas Pekalongan 2021*, 1(1). <https://proceeding.unikal.ac.id/index.php/icunikal2021/article/view/628>
- Lie, D., Sudirman, A., Efendi, & Butarbutar, M. (2019). *Analysis of Mediation Effect Of Consumer Satisfaction On The Effect Of Service Quality , Price and Consumer Trust On Consumer Loyalty*. 8(08).
- Muhammad, S., & Kabir, S. (2018). *Methods of data collection*. July 2016.
- Parasuraman, A. (1998). Customer service in business-to- business markets : an agenda for research. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 13(4).
- Pranatawijaya, V. H., & Priskila, R. (2019). *Pengembangan Aplikasi Kuesioner Survey Berbasis Web Menggunakan Skala Likert dan Guttman*. 5(2). <https://doi.org/10.34128/jsi.v5i2.185>
- Purwanto, A., & Sudargini, Y. (2021). Partial Least Squares Structural Squation Modeling (PLS-SEM) Analysis for Social and Management Research : A Literature Review. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 2(4). <https://doi.org/10.7777/jiemar.v2i4>
- Putra, R. (2021). Determinasi Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(4). <https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i4.461>
- Rahadi, D. R., & Wardiman, C. (2022). Strategi Pemasaran UMKM di Masa Pandemi Covid-19. *EKLETIK: Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 5(1).
- Razak, I. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 7(2).
- Romadha, R., Indriastuty, H. N., & Prihandoyo, C. (2019). E-Service Quality Kepuasan Konsumen Melalui E-Commerce Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal GeoEkonomi*, 10(2). <https://doi.org/doi.org/10.36277/geoekonomi>
- Ronasih, M. Y., & Widhiastuti, H. (2021). Kualitas Pelayanan, Faktor Emosional dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen. *Philanthropy Journal of Psychology*, 5(1).
- Rubio, N., & Yague, M. J. (2019). *Customer Loyalty and Brand Management*.

- Samsudin. (2018). Analisis Loyalitas Pelanggan di PT Nutrifood, Kotamadya Bogor. *Jurnal Transparansi*, 1(2).
- Saniah, S., & Ariadi, B. Y. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Kedai “ Pesen Kopi ” di Kota Malang. *Agriecobis (Journal of Agricultural Socioeconomics and Business)*, 3(1).
- Santoso, J. B. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 16(01). <https://doi.org/10.36406/jam.v16i01.271>
- Setiawan, A., Qomariah, N., & Hermawan, H. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *JSMBI (Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia)*, 9(2).
- Shrestha, N. (2020). *Detecting Multicollinearity in Regression Analysis*. July. <https://doi.org/10.12691/ajams-8-2-1>
- Shukla, S. (2020). Concept of Population and Sample. *How to Write a Research Paper*, June, 1–6. https://www.researchgate.net/publication/346426707_CONCEPT_OF_POPULATION_AND_SAMPLE
- Subiyantoro, A. T. (2021). The Effect of Service Quality ,Convience ,Price ,Product Quality on Satisfaction and Customer Loyalty Funding PT Bank Mandiri in Surabaya. *International Journal of Economics, Business and Management Research*, 5(9).
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Penerbit Alfabeta.
- Suhartono, & Rahayu, D. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Jasa Pelatihan Uvi Consultant Yogyakarta). *Jurnal Manajemen*, 11(1).
- Supangkat, D. A., Arifin, R., & Hufron, M. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga dan Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pelanggan Warung Kopi Kedai Singgah Malang). *E-Jurnal Riset Manajemen*.
- VanderStoep, S. W., & Johnston, D. D. (2009). *Research methods for everyday life: blending qualitative and quantitative approaches*. ohn Wiley & Sons, Inc.
- Waruwu, K. K., & Sahir, S. H. (2022). *Pengaruh E-Service Quality dan Brand Image Terhadap E-Loyalty pada Pengguna Aplikasi Shopee*. 3(3). <https://doi.org/10.47065/jbe.v3i3.2298>
- Woen, N. G., & Santoso, S. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk,

Promosi, dan Harga Normal terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 10(2). <https://doi.org/10.30588/jmp.v10i2.712>

Yamin, S. (2023). Olah Data Statistik: SMARTPLS 3, SMARTPLS 4, AMOS & STATA (Mudah & Praktis). In *Bönningstedt: SmartPLS* (Edisi Keti). PT Dewangga Energi Internasional. <https://www.smartpls.com/>

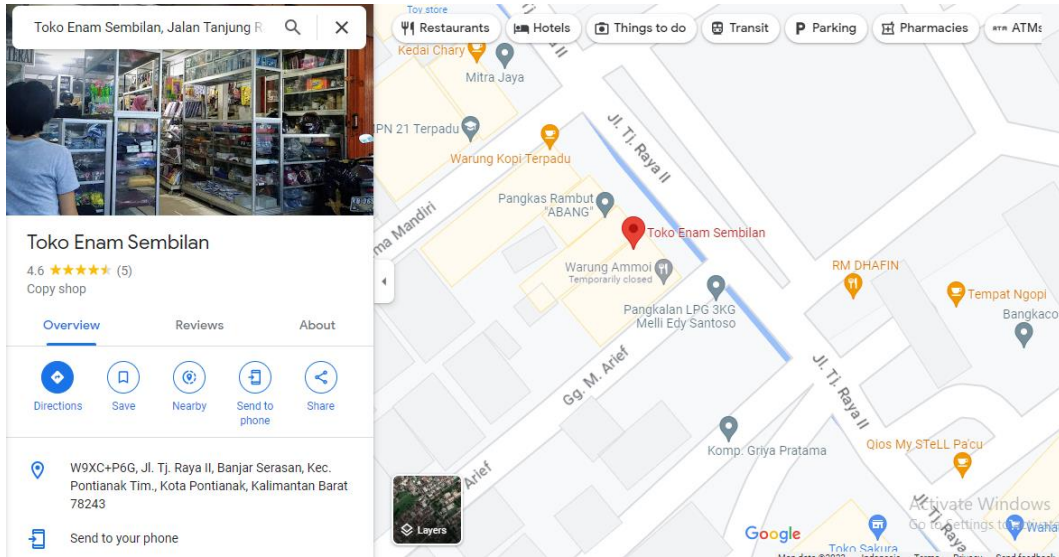
Yi, Y., & Nataraajan, R. (2018). *Customer satisfaction in Asia*. <https://doi.org/10.1002/mar.21093>

Yogaswara, I. G. N. O. P., & Pramudana, K. A. S. (2022). Peran Kepuasan Pelanggan Memediasi Pengaruh Perceived Value Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Konsumen Warung Kopi Bhineka. *E-Jurnal Manajemen*, 11(1).

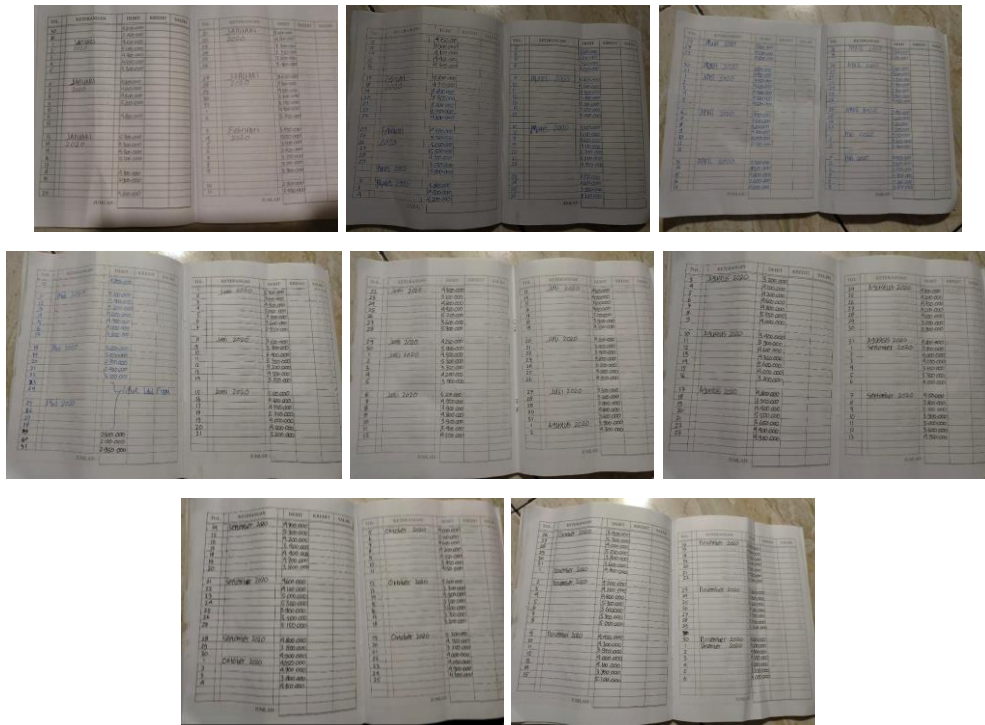
Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (Seventh). McGraw-Hill Education.

APPENDICES

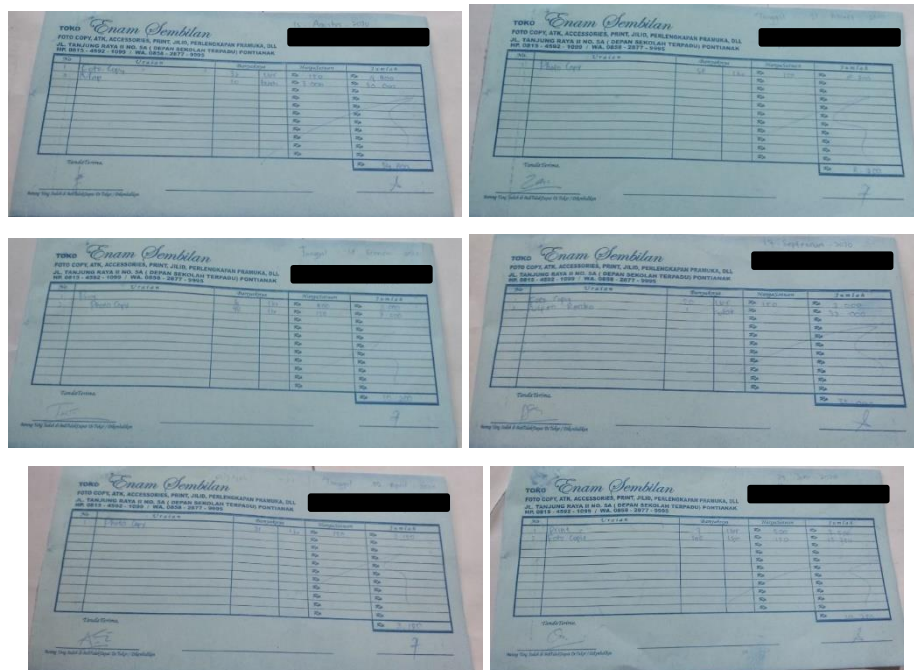
Appendix 1: PD. Toko Enam Sembilan

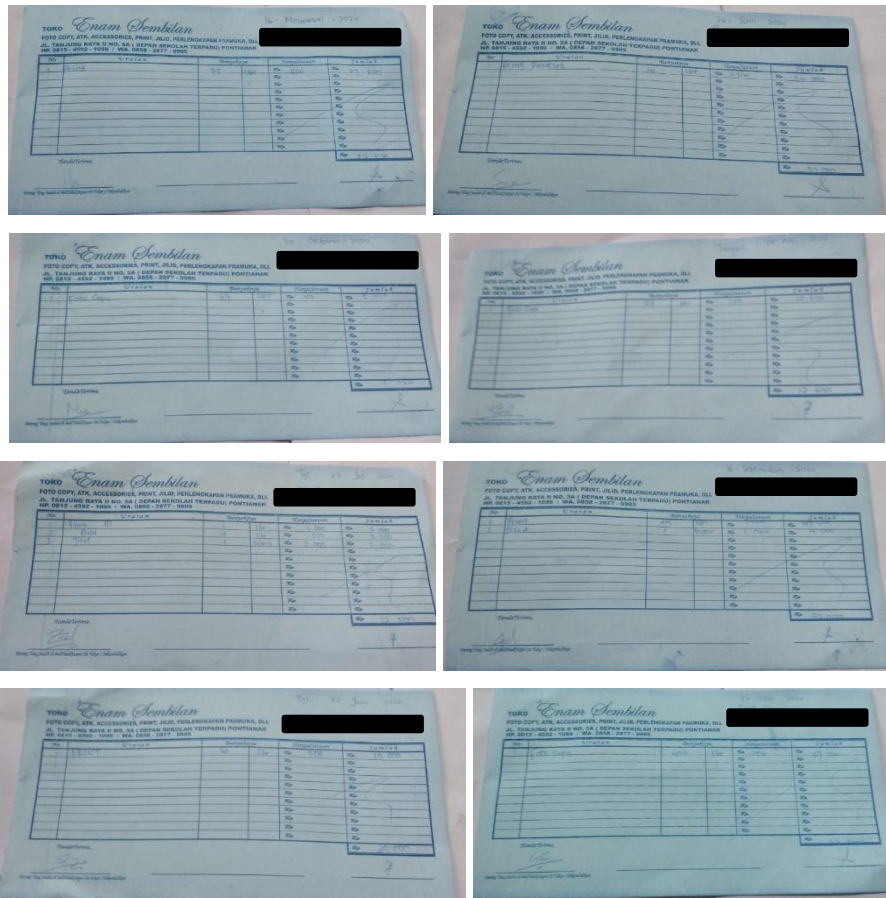


Appendix 2: Daily Income Record



Appendix 3 : Bill Recapitulation





Appendix 4 : Questionnaire

The Influence of Price, Product Quality, and Service Quality on PD. Toko Fotokopi Enam Sembilan Customer Loyalty through Customer Satisfaction as Mediating Variable

Halo semuanya! Terimakasih karena telah berkeinginan untuk membuka formulir ini

Perkenalkan nama saya Adinda Tiara Pramaishella, mahasiswi semester akhir Universitas President jurusan Manajemen. Saat ini saya sedang melakukan penelitian dengan topik "The Influence of Price, Product Quality, and Service Quality on PD. Toko Fotokopi Enam Sembilan Customer Loyalty through Customer Satisfaction as Mediating Variable" sebagai syarat kelulusan saya.

Penelitian ini akan menggunakan Toko Fotokopi Enam Sembilan sebagai objek utama.

Mohon bantuannya untuk bersedia mengisi formulir saya. Waktu yang dibutuhkan sekitar 5-10 menit. Data yang saya peroleh dari kuesioner ini hanya untuk kepentingan penelitian dan akan dijaga kerahasiaannya. Saya ucapkan terimakasih kepada seluruh responden yang telah bersedia membantu mengisi kuesioner ini.

Salam Hormat,

Adinda Tiara Pramaisheilla

⋮

Apakah anda pernah menggunakan jasa percetakan di PD. Toko Fotokopi Enam Sembilan?

Pilihan ganda

Iya ✕ Lanjutkan ke bagian berikut

Tidak ✕ Kirim formulir

Tambahkan opsi atau [tambahkan "Lainnya"](#)

Respondent Profile ✕ ⋮

Pertanyaan dibawah ini merupakan pertanyaan demografis sesuai dengan biodata diri anda.

⋮

Usia

Pilihan ganda

16 - 20 tahun ✕

21 - 25 tahun ✕

26 - 30 tahun ✕

31 - 35 tahun ✕

36 - 40 tahun ✕

Lebih dari 40 tahun ✕

Jenis Kelamin *

Pria

Wanita

Pekerjaan *

- Siswa
- Mahasiswa
- Pegawai Negeri
- Pegawai Swasta
- Wirausaha
- Lainnya...
-

Penghasilan *

- 0 - 1.000.000
- 1.000.000 - 5.000.000
- 5.000.000 - 10.000.000
- > 10.000.000

Saya memilih untuk berbelanja ke toko ini atas ...

- Keinginan / intensi saya sendiri
- Amanat / intruksi dari orang lain

Harga



Pada bagian ini disediakan beberapa pernyataan dengan jawaban berupa skala linier. Anda diharapkan mengisi sesuai pemikiran anda terhadap **PD. Toko Fotokopi Enam Sembilan**.

- 1. Skala 1 artinya anda **Sangat Tidak Setuju**
- 2. Skala 2 artinya anda **Tidak Setuju**
- 3. Skala 3 artinya anda **Netral**
- 4. Skala 4 artinya anda **Setuju**
- 5. Skala 5 artinya anda **Sangat Setuju**

Harga percetakan terjangkau untuk semua kalangan masyarakat *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Toko ini menawarkan harga percetakan yang sesuai dengan budget saya. *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Saya sering mendapatkan diskon di percetakan ini *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Saya membayar biaya percetakan sesuai dengan kualitas produknya

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Harga produk di percetakan ini murah dan tetap berkualitas baik *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Pilihan harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Harga yang ditawarkan di toko ini cukup bersaing dibandingkan percetakan lain *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Toko ini menawarkan harga fotokopi dan print lebih murah dibandingkan pesaing

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Harga penjilidan di percetakan ini lebih murah dari harga pesaing *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Kualitas Produk



Pada bagian ini disediakan beberapa pernyataan dengan jawaban berupa skala linier. Anda diharapkan mengisi sesuai pemikiran anda terhadap **PD. Toko Fotokopi Enam Sembilan**.

1. Skala 1 artinya anda **Sangat Tidak Setuju**
2. Skala 2 artinya anda **Tidak Setuju**
3. Skala 3 artinya anda **Netral**
4. Skala 4 artinya anda **Setuju**
5. Skala 5 artinya anda **Sangat Setuju**

Saya mendapatkan hasil print dan fotokopi dengan hasil yang jelas dan warna yang akurat *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Hasil jilid buku yang saya dapatkan di percetakan ini rapi dan bersih *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Hasil laminating yang diberikan toko ini sangat rapi *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

...
Percetakan ini menyediakan berbagai opsi jenis kertas, warna kertas, dan ketebalan kertas yang bisa menunjang hasil akhir produk saya *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Ada berbagai pilihan varian penjilidan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Pilihan kertas dan varian percetakan lebih lengkap dibandingkan percetakan lain *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Tinta printing yang digunakan cenderung tidak mudah luntur *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Hasil penjilidan yang telah saya gunakan cenderung tidak mudah rusak *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Hasil laminating yang saya gunakan rapi dan tidak mudah terkelupas *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Hasil printing dan fotokopi sesuai dengan pesanan saya (pilihan jenis kertas, ukuran kertas, warna kertas, dan jumlah rangkapan) *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Hasil jilid (metode dan warna) yang saya dapatkan sesuai dengan kriteria saya *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

...

Percetakan ini memberikan hasil laminating produk sesuai dengan keinginan saya *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Saya tidak menemukan kerusakan pada produk hasil print dan fotokopi *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Kualitas produk tetap terjaga walaupun saya mengorder dalam jumlah banyak *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Varian percetakan yang saya butuhkan selalu tersedia *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Setelah mengevaluasi produk, saya yakin bahwa saya mendapatkan produk print dan fotokopi * dengan kualitas yang baik

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Kualitas hasil perjilidan dan laminating yang saya dapatkan berkualitas tinggi *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Saya merasa tidak ada keluhan selama menggunakan produk percetakan *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Kualitas Pelayanan



Pada bagian ini disediakan beberapa pernyataan dengan jawaban berupa skala linier. Anda diharapkan mengisi sesuai pemikiran anda terhadap **PD. Toko Fotokopi Enam Sembilan**.

1. Skala 1 artinya anda **Sangat Tidak Setuju**
2. Skala 2 artinya anda **Tidak Setuju**
3. Skala 3 artinya anda **Netral**
4. Skala 4 artinya anda **Setuju**
5. Skala 5 artinya anda **Sangat Setuju**

Semua karyawan bekerja secara professional dan dapat diandalkan *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Saya bisa mendapatkan hasil percetakan tepat waktu sesuai yang dijanjikan *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Karyawan bersedia menjelaskan informasi mengenai proses pengerjaan, durasi pengerjaan, dan harga *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Pelayanan yang diberikan cepat dan tepat *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Karyawan cepat dan tanggap menangani keluhan pelanggan *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Disaat saya datang karyawan langsung melayani dengan sigap *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Karyawan bertanggung jawab atas setiap pelayanan yang diberikan kepada saya *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Saya merasa aman disaat melakukan transaksi di toko ini *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

...

Karyawan paham dengan pekerjaannya dan bersedia menjawab pertanyaan saya *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Berkomunikasi dengan karyawan di toko ini terasa menyenangkan bagi saya *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Saya selalu dilayani dengan ramah dan penuh senyum *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Karyawan mau untuk membantu kesulitan pelanggan *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Kondisi alat dan mesin percetakan di toko ini modern dan terawat dengan baik *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Kondisi toko ini bersih dan nyaman *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Lokasi parkir di toko ini aman *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Kepuasan Pelanggan



Pada bagian ini disediakan beberapa pernyataan dengan jawaban berupa skala linier. Anda diharapkan mengisi sesuai pemikiran anda terhadap **PD. Toko Fotokopi Enam Sembilan**.

1. Skala 1 artinya anda **Sangat Tidak Setuju**
2. Skala 2 artinya anda **Tidak Setuju**
3. Skala 3 artinya anda **Netral**
4. Skala 4 artinya anda **Setuju**
5. Skala 5 artinya anda **Sangat Setuju**

Saya merasa harga yang ditawarkan memuaskan sesuai dengan ekspektasi saya *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Kualitas produk percetakan sangat memuaskan dan melebihi ekspektasi saya

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Saya senang dengan percetakan ini karena pelayanannya sesuai dengan ekspektasi saya *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Harga percetakan sangat sepadan dan membuat saya ingin berkunjung kembali *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Saya berminat untuk berkunjung kembali karena di toko ini memberikan kualitas produk percetakan yang baik *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Saya ingin berkunjung kembali karena puas dengan pelayanan yang ada di toko ini *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Saya bersedia untuk merekomendasikan percetakan ini karena saya puas dengan harganya *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Saya akan merekomendasikan toko ini karena kualitas produk yang diberikan melebihi *
ekspektasi saya

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Kualitas pelayanan yang baik di percetakan ini membuat saya ingin merekomendasikan *
tempat ini

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Loyalitas Pelanggan × ⋮

Pada bagian ini disediakan beberapa pernyataan dengan jawaban berupa skala linier. Anda diharapkan mengisi sesuai pemikiran anda terhadap **PD. Toko Fotokopi Enam Sembilan**.

1. Skala 1 artinya anda **Sangat Tidak Setuju**
2. Skala 2 artinya anda **Tidak Setuju**
3. Skala 3 artinya anda **Netral**
4. Skala 4 artinya anda **Setuju**
5. Skala 5 artinya anda **Sangat Setuju**

Saya telah lebih dari dua kali menggunakan jasa percetakan di toko ini *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Saya selalu menggunakan jasa percetakan toko ini *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Disaat saya ingin mencetak sesuatu, toko ini menjadi pilihan utama saya *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Saya mengatakan hal positif ke orang lain tentang produk dan layanan yang telah diberikan *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Saya telah merekomendasikan percetakan ini kepada orang lain *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Saya mengajak kerabat dan kenalan saya untuk berbelanja di toko ini

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Saya tidak tertarik untuk menggunakan jasa percetakan di toko lain *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Meskipun percetakan lain menawarkan harga lebih murah, saya tetap memilih percetakan ini *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Saya akan tetap memilih toko ini meskipun pesaing memiliki kualitas yang lebih baik *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Bagian 8 dari 8

Terimakasih Banyak



Saya mengucapkan terima kasih atas bantuan, kerjasama, dan kesediaan Anda untuk meluangkan waktu dan mengisi kuesioner ini.

Appendix 5: Primary Data

Price1	Price2	Price3	Prod Qual1	Prod Qual2	Prod Qual3	Prod Qual4	Prod Qual5	Prod Qual6	Serv Qual1	Serv Qual2
12	13	11	15	13	12	12	13	12	14	12
14	14	15	15	14	15	15	15	15	12	12
9	10	9	12	12	12	12	11	11	13	12
13	15	15	15	15	15	15	14	15	13	12
12	12	12	12	13	15	13	11	12	11	11
12	12	14	13	14	14	14	13	13	13	14
15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
12	12	15	14	11	12	13	11	11	15	13
13	13	13	15	13	13	15	12	14	14	12
15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
14	13	12	14	14	13	15	13	14	11	10
15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
15	14	11	13	13	15	15	14	15	11	15
15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
13	13	13	15	12	12	13	15	14	14	14
12	13	11	13	13	11	13	12	14	10	14
12	13	12	13	11	13	13	12	14	12	13
11	14	14	13	11	12	13	12	13	13	9
12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12
11	12	10	12	12	12	12	12	12	12	12
15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
14	13	14	15	14	13	13	12	12	12	12
15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
14	12	15	12	12	9	12	11	12	11	12
15	15	15	13	14	14	15	15	15	14	15
15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
14	15	14	15	15	14	15	15	15	15	15
15	14	14	15	15	15	15	15	15	15	15
15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
12	12	12	15	12	14	15	15	15	15	15
15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
14	15	13	12	15	12	14	14	14	13	15
13	13	13	15	13	13	15	13	14	13	15
15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
14	15	15	15	12	14	12	13	13	15	15
15	14	15	14	14	15	14	15	14	14	15
15	15	15	13	13	13	13	13	13	12	13
15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
15	14	15	14	12	15	12	13	14	14	14

11	15	15	15	14	15	15	15	15	15	13
15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
11	14	13	13	14	13	12	12	14	11	12
15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
15	15	15	15	15	15	15	15	14	15	15
15	15	15	15	15	15	15	15	15	12	12
11	14	12	11	14	10	11	12	10	12	11
12	11	11	12	13	15	13	13	13	12	13
13	14	7	14	13	13	14	14	14	11	14
12	14	11	12	13	15	15	13	13	14	11
15	15	15	15	15	15	14	15	15	15	15
13	12	12	13	14	12	14	14	14	12	13
11	14	11	14	13	12	15	11	14	12	13
15	15	15	12	12	12	12	12	12	12	12
15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
11	14	14	15	13	15	13	15	13	15	13
12	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
15	15	15	13	15	13	15	15	15	12	12
12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12
8	13	12	15	15	15	15	15	13	14	14
15	13	13	15	13	12	12	11	11	15	14
15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
10	12	12	15	15	15	15	14	12	15	13
15	15	15	12	15	14	13	15	14	12	12
12	15	15	15	15	15	15	15	15	14	14
15	15	15	12	12	12	12	12	12	15	15
15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
15	15	15	15	15	15	15	15	15	12	12
15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
12	12	12	12	12	12	12	12	12	15	15
15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
12	12	11	12	12	12	12	12	11	12	12
15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
13	12	13	13	11	13	11	14	11	13	12
12	13	15	13	14	13	12	14	13	13	13
15	15	14	15	15	15	15	15	15	15	15
15	13	15	13	15	13	15	13	15	13	15
11	13	15	12	11	15	13	15	13	12	14

15	15	15	15	15	15	15	15	15	12	12
15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
13	13	13	14	13	13	15	14	12	13	15
15	15	15	15	15	15	15	15	14	12	14
13	15	13	15	13	15	13	15	13	15	13
12	14	12	13	14	12	13	11	13	13	13
10	12	12	12	10	12	10	10	12	9	9
15	15	15	15	15	15	15	15	15	12	12
11	14	14	11	14	13	14	13	14	11	14
15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
15	15	15	15	15	15	15	14	11	15	14
13	12	12	12	14	12	14	10	14	14	13
15	15	15	15	15	15	15	15	15	14	15
15	14	15	14	14	15	14	15	14	13	15
12	14	13	14	12	13	14	9	9	14	13
15	15	15	12	12	12	12	12	12	15	15
15	15	15	15	15	15	15	15	15	12	13
15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
11	12	14	12	13	10	13	13	11	14	12
15	15	15	15	15	15	15	15	15	12	12
12	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
14	13	14	13	14	12	13	11	14	13	13
12	13	12	13	13	13	14	12	14	12	13
15	14	14	14	15	14	14	14	15	14	14
15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
15	14	14	15	15	14	8	12	12	14	14
12	13	12	13	14	12	14	14	13	13	11
15	15	15	15	15	15	14	15	15	14	15
15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
13	13	15	13	15	13	15	13	15	13	15
15	15	15	15	15	15	14	15	15	15	15
10	11	11	11	12	12	13	14	13	11	11
15	15	15	15	15	15	12	15	15	15	15
15	15	15	15	14	15	15	15	15	15	15
15	12	14	15	13	15	15	12	14	12	14
15	14	15	14	14	15	14	15	14	14	15
15	15	13	15	14	14	14	15	13	15	14
15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
15	14	15	14	14	15	13	15	14	13	11
15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
15	14	14	15	13	15	15	13	15	15	13
15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15

15	15	15	12	12	12	12	12	12	9	9
15	15	15	15	14	15	15	15	15	15	15
15	15	15	14	15	15	15	15	15	12	12
15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
15	15	15	15	15	15	15	15	14	15	15
11	8	8	8	12	13	12	13	10	12	11
12	12	13	13	13	15	13	12	12	14	12
11	13	11	10	10	10	13	14	13	14	14
14	11	12	11	12	12	13	11	13	11	13
11	11	12	12	13	11	13	12	12	12	13
12	12	12	12	13	12	12	12	11	14	12
11	12	11	11	11	14	12	13	12	13	13
12	11	13	13	13	13	10	12	10	13	13
11	11	11	11	12	12	11	11	12	13	11
13	12	13	12	13	12	12	13	14	13	12
12	12	13	14	12	11	12	12	13	12	14
13	11	12	13	13	12	12	13	13	12	13
12	11	11	11	10	11	12	11	11	14	11
12	11	10	11	11	11	11	12	12	13	12
13	11	14	11	11	12	12	12	11	11	11
11	13	12	13	11	11	13	12	12	12	11
15	15	15	15	15	15	15	15	15	13	15
12	12	12	12	12	15	15	15	13	15	13
10	11	10	10	12	12	10	12	13	11	12
15	14	13	15	11	13	11	13	14	14	12
12	12	12	12	13	9	12	11	13	12	12
8	7	13	13	11	13	13	8	11	11	9
12	13	11	11	14	11	12	14	12	12	13
13	12	13	13	12	12	13	13	12	13	14
11	14	12	12	13	12	12	13	12	12	11
13	12	11	14	12	13	13	13	12	12	13
13	13	11	12	12	11	11	12	12	12	12
12	11	13	12	14	13	11	13	13	14	13
13	14	12	14	12	14	13	13	12	13	12
13	12	13	12	12	12	14	12	13	12	14
12	13	12	12	13	11	11	12	12	12	13
13	13	13	13	11	13	12	11	12	11	11
10	9	11	13	11	11	12	11	12	11	12
11	10	14	12	12	14	10	14	13	11	12
12	13	14	13	12	14	12	12	13	14	12
12	13	12	13	12	14	11	13	14	14	11
12	12	10	9	13	11	13	12	12	11	11
12	14	11	13	12	11	14	14	10	13	13
12	13	12	13	10	13	11	13	13	13	14

11	12	13	10	13	11	14	13	12	12	12
12	12	13	12	14	14	13	13	14	12	14
12	14	13	12	14	12	13	13	14	13	14

Serv Qual3	Serv Qual4	Serv Qual5	Satis 1	Satis 2	Satis 3	Loyal 1	Loyal 2	Loyal 3
12	14	13	14	13	15	15	15	13
12	12	12	12	14	15	13	12	12
12	12	12	11	11	12	10	12	9
14	15	15	15	15	15	13	15	11
12	12	12	12	12	12	9	12	10
13	13	15	13	14	13	13	14	13
15	15	15	15	15	15	13	15	10
13	12	11	13	15	15	12	12	13
15	13	11	15	13	14	9	10	10
15	15	15	15	15	15	15	12	9
14	11	11	12	15	15	15	15	15
15	15	14	13	14	14	15	13	11
15	13	13	15	11	11	13	10	7
15	15	15	15	15	15	15	15	8
11	13	14	14	14	10	8	12	10
12	13	15	11	13	11	10	13	12
14	14	13	11	14	13	11	13	11
12	13	13	11	14	13	13	10	10
12	12	12	12	12	12	12	12	12
12	12	12	12	12	12	11	12	9
15	15	14	15	15	15	15	15	13
13	11	11	12	11	12	15	15	12
15	15	15	15	15	15	15	15	15
12	12	11	11	12	11	13	13	11
15	15	15	15	15	15	15	15	15
15	15	15	15	15	15	15	15	15
15	13	15	15	15	15	15	15	13
15	15	15	15	15	15	15	15	15
15	14	15	15	15	15	15	15	15
15	15	15	12	12	12	15	15	15
15	15	15	15	15	15	15	15	15
13	15	13	13	15	14	15	14	12
13	13	14	13	14	12	13	12	10
15	15	15	15	15	15	15	15	15
15	15	15	15	15	15	15	15	15
15	15	15	15	15	15	15	15	15
14	15	14	14	15	14	14	15	14
13	12	12	15	15	15	15	15	15
15	15	15	15	15	15	15	15	15

13	13	13	12	14	11	13	12	12
13	13	15	13	14	14	13	12	10
15	15	15	15	15	15	15	15	10
13	12	14	12	15	13	8	12	7
15	15	15	15	15	15	15	15	12
15	15	15	12	12	12	15	15	15
12	12	12	12	12	12	15	15	15
14	12	15	12	12	12	12	12	12
14	11	14	10	11	10	10	12	9
13	12	14	11	14	11	8	13	6
15	15	14	15	15	15	15	15	15
15	12	14	15	14	15	15	12	12
14	13	14	12	13	12	13	14	8
12	13	14	13	14	12	9	11	9
12	12	12	12	12	12	12	12	12
15	15	15	15	15	15	15	15	15
15	15	15	15	15	15	15	12	12
15	13	15	13	13	12	12	12	12
15	15	13	15	13	12	15	15	13
15	15	13	15	15	14	13	11	15
15	15	15	15	15	15	15	15	15
12	12	12	13	13	15	13	15	13
12	12	12	12	12	12	12	12	12
15	15	13	12	15	12	15	15	12
13	11	12	15	15	15	15	15	15
15	15	15	12	14	13	15	15	15
15	15	15	15	15	15	15	15	15
14	10	13	14	14	13	15	15	15
12	12	12	12	12	12	15	15	15
15	15	15	15	15	15	14	14	13
15	12	12	15	15	15	12	14	15
15	15	15	15	15	15	15	15	15
15	15	15	15	15	15	15	15	15
12	12	12	15	15	15	15	15	14
15	14	14	12	12	12	15	15	12
15	15	15	15	15	15	15	15	15
15	15	15	15	15	14	15	13	12
15	15	15	15	15	15	15	15	15
12	12	11	12	12	11	12	12	11
15	15	15	12	12	12	15	15	11
11	11	12	13	13	11	12	14	13
12	10	12	12	13	13	11	14	7
15	15	15	15	15	15	15	15	15
13	15	13	15	13	15	13	15	13
15	14	14	12	15	15	12	14	15

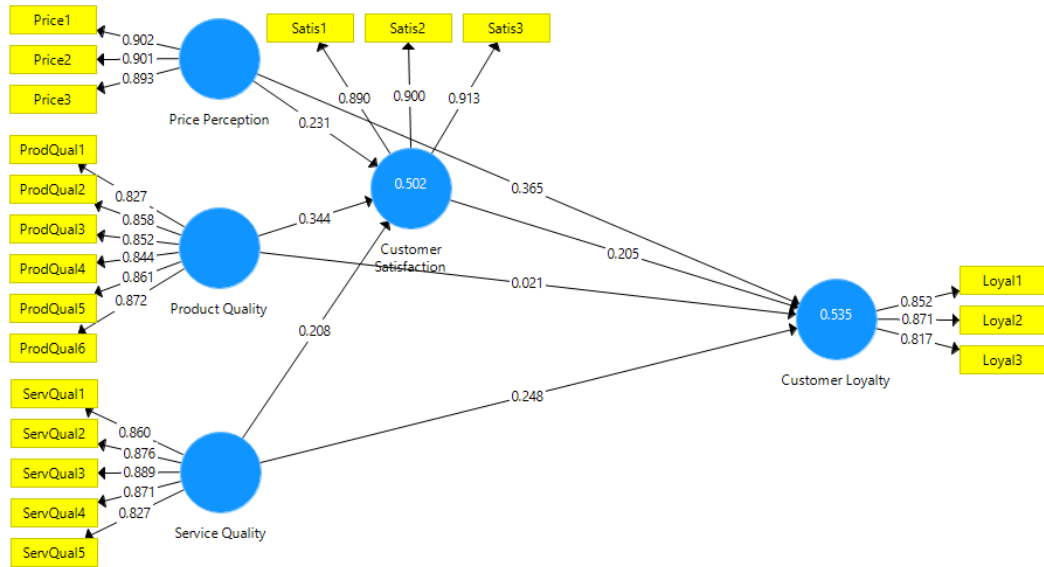
12	12	12	15	15	15	15	12	11
15	15	14	15	15	15	15	15	15
14	13	12	13	13	13	14	12	11
13	13	15	14	12	15	15	14	10
15	13	15	13	15	14	13	12	11
11	9	14	10	13	11	9	13	11
9	9	9	12	12	9	12	11	9
12	12	12	12	13	12	15	13	9
14	11	14	14	13	14	8	14	10
15	15	15	15	15	15	15	15	15
15	12	15	14	13	12	13	15	15
13	12	14	11	13	13	13	13	9
15	15	15	15	15	15	15	15	15
13	15	14	14	15	14	15	14	14
14	11	14	11	14	15	14	13	12
15	15	15	13	13	12	12	12	9
15	15	15	12	15	15	15	15	15
15	15	15	15	15	15	15	15	15
15	13	12	14	12	14	12	14	14
12	12	12	15	15	13	15	12	9
15	15	15	15	15	15	15	15	12
11	14	13	13	12	13	14	13	14
13	13	14	14	13	12	14	12	11
15	14	14	14	14	15	15	15	15
15	15	15	15	15	14	15	15	15
14	15	14	9	9	9	11	14	13
13	12	13	13	13	12	13	14	13
14	15	15	15	15	15	13	15	13
15	15	15	15	15	12	15	15	13
13	15	13	15	13	15	13	15	13
15	15	15	12	12	12	13	13	11
13	13	13	13	13	11	14	13	14
14	15	14	15	15	15	15	15	15
15	15	15	15	15	15	15	15	15
15	15	14	15	15	15	15	15	15
14	15	14	14	15	14	15	14	14
15	14	14	15	14	14	15	14	15
15	15	15	15	15	15	15	15	15
15	15	15	15	15	15	15	15	15
15	15	15	15	15	15	15	15	15
15	15	14	15	13	14	15	13	15
15	15	15	15	15	15	15	15	15
15	14	14	15	14	15	15	14	14
15	15	15	15	15	15	15	15	15
15	14	12	15	15	13	15	15	14

15	15	15	15	15	15	15	15	15
15	15	15	15	15	15	15	15	15
12	12	12	9	9	9	12	12	15
15	15	15	15	15	15	15	15	15
15	14	12	14	14	15	15	15	15
12	12	12	15	13	15	15	15	13
15	15	15	15	15	15	15	15	15
12	10	14	13	13	14	8	15	13
13	13	14	13	13	12	14	11	14
13	13	14	12	13	12	13	13	14
13	11	13	13	12	13	14	11	11
11	13	14	11	11	12	12	13	12
14	11	14	12	11	13	14	12	13
12	10	14	12	14	13	12	12	13
12	12	13	11	13	11	11	9	10
15	15	15	12	12	12	15	15	15
15	15	15	15	15	15	15	15	15
12	12	14	12	13	11	10	13	13
15	15	15	15	13	15	15	15	15
15	15	15	11	12	12	15	15	15
11	9	11	11	12	13	12	11	13
14	12	14	13	10	13	12	11	13
14	11	14	14	13	13	8	13	14
15	15	15	9	9	9	15	15	13
15	15	15	15	15	15	12	12	10
15	15	13	15	15	15	15	15	15
12	12	12	15	15	15	12	12	12
15	15	15	14	15	15	15	15	15
14	15	14	14	15	14	14	15	14
14	15	14	12	15	15	15	15	10
12	12	12	15	15	15	15	15	15
15	15	15	12	12	12	15	15	15
12	13	14	10	14	13	9	13	14
15	15	15	15	15	15	15	15	15
15	15	15	15	15	15	15	15	15
13	10	14	13	12	13	13	13	14
15	15	15	15	15	15	15	15	15
15	15	15	15	15	15	15	15	15
15	15	15	15	15	15	15	15	15
15	15	15	15	15	15	15	15	15
15	15	15	15	15	15	15	15	15
15	15	15	15	15	15	15	15	15
15	15	15	15	15	15	15	15	15
9	9	9	12	12	12	15	15	15
15	15	15	12	12	12	15	15	11

12	12	12	12	12	12	15	12	10
15	15	14	15	15	13	12	12	12
15	14	13	15	15	15	12	12	12
12	8	9	10	11	5	12	10	5
13	12	12	13	12	14	12	12	12
14	12	13	11	13	12	11	12	12
12	12	12	12	12	11	12	12	11
12	14	12	12	13	12	13	13	11
13	12	14	12	11	12	11	12	11
13	12	11	12	12	12	11	13	12
12	11	14	13	11	11	12	11	14
12	13	14	13	13	12	14	11	12
14	14	11	13	12	12	13	12	11
11	13	12	13	14	13	12	11	11
12	13	12	12	12	12	12	12	11
12	10	13	13	12	12	12	11	12
11	11	10	12	11	11	12	11	10
12	9	11	12	12	11	13	12	10
10	12	11	12	12	10	12	11	12
15	15	15	12	12	12	15	15	15
13	15	15	12	12	12	12	13	13
11	12	11	12	11	14	12	14	9
14	15	15	12	11	11	13	14	12
14	10	13	11	12	11	12	13	12
12	12	11	10	10	12	12	13	11
12	12	11	12	11	12	13	12	12
11	14	13	12	13	11	13	13	12
13	11	14	13	14	12	11	12	12
11	12	12	13	12	10	13	10	11
11	10	14	13	12	11	13	12	14
12	12	13	10	14	13	13	12	13
14	13	12	13	13	13	12	12	12
12	12	13	12	13	14	11	12	13
12	12	13	12	14	12	12	13	12
14	12	11	12	12	12	11	12	11
12	11	13	13	12	13	13	12	13
11	14	12	13	12	12	12	13	13
12	14	13	12	14	13	13	14	12
13	14	12	11	12	14	11	13	13
11	11	13	12	11	14	9	13	11
13	13	13	14	14	13	14	13	13
13	13	13	13	12	13	13	12	13
12	13	13	11	14	13	13	14	13
12	13	14	14	9	7	10	13	7
12	13	11	13	14	14	11	13	13

Appendix 6: SmartPLS Result

Outer Model Result



Validity and Reliability Test Result

Outer Loading / Loading Factor

Outer Loadings

	Customer Loyalty	Customer Satisfaction	Price Perception	Product Quality	Service Quality
Loyal1	0.852				
Loyal2	0.871				
Loyal3	0.817				
Price1			0.902		
Price2			0.901		
Price3			0.893		
ProdQual1				0.827	
ProdQual2				0.858	
ProdQual3				0.852	
ProdQual4				0.844	
ProdQual5				0.861	

Outer Loadings

Matrix	Customer Loyalty	Customer Satisfaction	Price Perception	Product Quality	Service Quality
ProdQual4				0.844	
ProdQual5				0.861	
ProdQual6				0.872	
Satis1		0.890			
Satis2		0.900			
Satis3		0.913			
ServQual1					0.860
ServQual2					0.876
ServQual3					0.889
ServQual4					0.871
ServQual5					0.827

Average Variance, Cronbach Alpha, Rho A, and Composite Reliability Result

Construct Reliability and Validity

Matrix	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted ...
	Cronbach's Al...	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Customer Loya...	0.804	0.814	0.884	0.718
Customer Satis...	0.884	0.885	0.928	0.812
Price Perception	0.881	0.882	0.927	0.808
Product Quality	0.925	0.925	0.941	0.727
Service Quality	0.916	0.920	0.937	0.748

Cross Loading

Discriminant Validity

Fornell-Larcker Criteri...	Cross Loadings	Heterotrait-Monotrait R...	Heterotrait-Monotrait R...		
	Customer Loyalty	Customer Satisfaction	Price Perception	Product Quality	Service Quality
Loyal1	0.852	0.520	0.624	0.585	0.549
Loyal2	0.871	0.524	0.591	0.580	0.584
Loyal3	0.817	0.472	0.468	0.371	0.438
Price1	0.619	0.498	0.902	0.637	0.561
Price2	0.564	0.592	0.901	0.716	0.615
Price3	0.620	0.588	0.893	0.671	0.566
ProdQual1	0.559	0.575	0.687	0.827	0.670
ProdQual2	0.549	0.541	0.660	0.858	0.609
ProdQual3	0.509	0.538	0.614	0.852	0.621
ProdQual4	0.509	0.631	0.583	0.844	0.607
ProdQual5	0.545	0.561	0.646	0.861	0.644

Discriminant Validity

	Customer Loyalty	Customer Satisfaction	Price Perception	Product Quality	Service Quality
ProdQual4	0.509	0.631	0.583	0.844	0.607
ProdQual5	0.545	0.561	0.646	0.861	0.644
ProdQual6	0.469	0.578	0.648	0.872	0.612
Satis1	0.531	0.890	0.586	0.631	0.570
Satis2	0.491	0.900	0.530	0.602	0.543
Satis3	0.592	0.913	0.567	0.580	0.537
ServQual1	0.548	0.532	0.543	0.596	0.860
ServQual2	0.511	0.528	0.595	0.663	0.876
ServQual3	0.572	0.569	0.579	0.659	0.889
ServQual4	0.598	0.549	0.595	0.671	0.871
ServQual5	0.454	0.450	0.469	0.590	0.827

Fornell – Larcker Criterion Result

Discriminant Validity

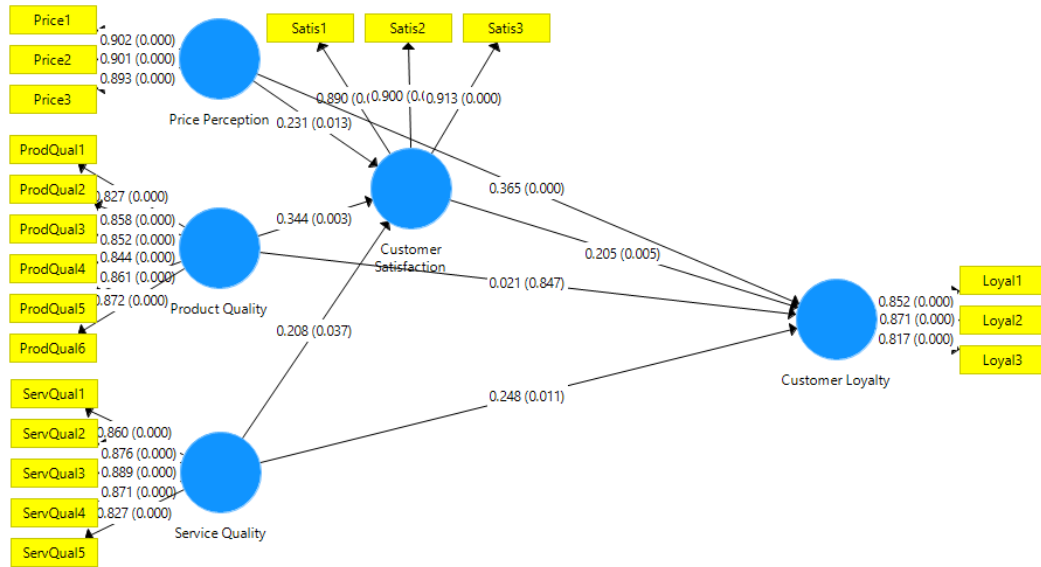
	Customer Loyalty	Customer Satisfaction	Price Perception	Product Quality	Service Quality
Customer Loyalty	0.847				
Customer Satisfaction	0.598	0.901			
Price Perception	0.669	0.624	0.899		
Product Quality	0.615	0.671	0.751	0.852	
Service Quality	0.624	0.611	0.646	0.737	0.865

Heterotrait Monotrait (HTMT) Result

Discriminant Validity

	Customer Loyalty	Customer Satisfaction	Price Perception	Product Quality	Service Quality
Customer Loyalty					
Customer Satisfaction	0.706				
Price Perception	0.786	0.704			
Product Quality	0.699	0.741	0.831		
Service Quality	0.716	0.675	0.716	0.798	

Inner Model Result



Path Coefficient

Path Coefficients

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O /STDEV)	P Values
Customer Satisfaction -> Customer Loyalty	0.205	0.210	0.073	2.819	0.005
Price Perception -> Customer Loyalty	0.365	0.358	0.103	3.536	0.000
Price Perception -> Customer Satisfaction	0.231	0.235	0.093	2.493	0.013
Product Quality -> Customer Loyalty	0.021	0.020	0.106	0.194	0.847
Product Quality -> Customer Satisfaction	0.344	0.338	0.114	3.005	0.003
Service Quality -> Customer Loyalty	0.248	0.254	0.097	2.555	0.011
Service Quality -> Customer Satisfaction	0.208	0.212	0.099	2.091	0.037

Coefficient of Determination (R- Square) Result

R Square

	R Square	R Square Adjusted
Customer Loya...	0.535	0.526
Customer Satis...	0.502	0.495

Mediating (Indirect Effect) Result

Specific Indirect Effects

	Original Sample ...	Sample Mean (...)	Standard Deviation ...	T Statistics (O /...	P Values
Price Perception -> Customer Satisfaction -> Customer Loyalty	0.047	0.050	0.029	1.655	0.098
Product Quality -> Customer Satisfaction -> Customer Loyalty	0.071	0.070	0.032	2.184	0.029
Service Quality -> Customer Satisfaction -> Customer Loyalty	0.043	0.046	0.029	1.450	0.147

Q- Square

Construct Crossvalidated Redundancy

Total	Case1	Case2	Case3	Case4	Case5	Case6	Case7	Copy to Clipboard: Excel Format R Format	
			SSO		SSE	Q ² (=1-SSE/SSO)			
Customer Loyalty			657.000		414.893	0.369			
Customer Satisfaction			657.000		395.216	0.398			
Price Perception			657.000		657.000				
Product Quality			1314.000		1314.000				
Service Quality			1095.000		1095.000				

Model Fit – SRMR

Model_Fit

Fit Summary	rms Theta		Copy to Clipboard: Excel Format R Format	
	Saturated Model	Estimated Mo...		
SRMR	0.056	0.056		
d_UIS	0.651	0.651		
d_G	0.408	0.408		
Chi-Square	523.439	523.439		
NFI	0.853	0.853		