

## DAFTAR PUSTAKA

- Afwan, T., & Santosa, B. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian dengan Citra Merek sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Mebel Madina di Kota Banjarnegara). *Diponegoro Journal of Management*, 8(1), 1–10.
- Ahmad Zikri, M. I. H. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Pos Indonesia Regional I Sumatera. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 1(1), 129–138.
- Aisha, N. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Citra Merek PT Bank SUMUT pada Nasabah PT Bank SUMUT Cabang Medan Iskandar Muda. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 8(2).
- Aisha, N., & Kurnia, E. (2018). Pengaruh Kuantitas Pelayanan dan Kualitas Pelayanan terhadap Citra Merek pada Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis*, 9(2), 128–137.
- Alfora, D., Saori, E., & Fajriah, L. N. (2023). Pengaruh Konsumsi Makanan Cepat Saji terhadap Gizi Remaja. *Jurnal Ilmiah Kesehatan*, 2(1), 43–49.
- Amalia, M. R., Subroto, S., Hapsari, I. M., Mubarok, A., Fanani, B., Permananingrum, A., Wahyu, N., Susilawati, A. D., Rahmatika, N., Indriasih, D., & Anggra Yunita, E. (2022). Pelatihan Riset Pasar Tengan Google Form untuk Membangun Merek Digital pada Komunitas Umum Klubanostic. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(4), 788–795.
- Amelia, A. (2018). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Kualitas Pelayanan Publik pada Kantor Distrik Hingk Kabupaten Pegunungan Arfak Provinsi Papua Barat. *Jurnal Competitiveness*, 7(1), 65–77.
- Andalusi, R. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Instrumen Penunjang Laboratorium (Studi kasus Pada PT Laborindo Sarana Jakarta). *Jurnal Madani*, 1(2), 305–322.
- Apriliyanti Eva, U. B. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Mustika Ratu pada Toko Salsabila Kosmetik di Bukit Kemuning dalam Perspektif Bisnis Islam. *Skripsi Prodi Manajemen Bisnis Syariah, UIN Raden Intan Lampung*, 1–145.
- Ariyanti, Ariyanti, et al. "Penentuan Profitabilitas Koperasi melalui Efisiensi Modal Kerja dan Efektivitas Pengendalian Biaya." *Jurnal Kajian Akuntansi*, vol. 1, no. 1, 23 Jun. 2017.
- Arfani, M. R., & Luturlean, B. S. (2018). Pengaruh Stres Kerja dan Beban Kerja terhadap Kinerja Karyawan di PT Sucofindo Cabang Bandung. *E-Proceeding of Management*, 5(2), 2770–2785.
- Ariani, D. W. (2019). *Manajemen Kualitas*.
- Arifah, A. N., Azizah, L. N., & Dewi Indriasih. (2022). Pengaruh Penerapan

- Akuntansi Pertanggungjawaban, Komitmen Organisasi dan Kompetensi terhadap Kinerja Manajerial. *Manajemen*, 2(1), 1–7.
- Arindita, A. R. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Citra Perusahaan di Olimart PT Wina Wira Usaha (Studi Eksplanatif Kuantitatif mengenai Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap Citra Perusahaan di Olimart PT. Wina Wira Usaha melalui Kepuasan Customer). *Jurnal Universitas Atma Jaya Yogyakarta*, 3(2), 274–282.
- Asti Cahyaningtyas. (2016). Upaya Peningkatan Kemampuan Berpakaian Melalui Metode Drill Pada Anak Cerebral Palsy Di Sekolah Luar Biasa Daya Ananda. *Jurnal Unnes*.
- Benny, & Nainggolan, N. P. (2015). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan PT Indokaca Mitra Fortuna. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(1).
- Bustan Heri, J. S. (2019). Pengaruh Kualitas Lingkungan Fisik dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengunjung dan Pesan Berantai. *Kinerja*, 16(Vol 16, No 2 (2019)), 152–159.
- Candra, C., Amil, A., & Iswanto, D. (2019). Pengaruh Citra dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Merek (Studi Kasus Kepada Konsumen Telkomsel di Kantor PT Grapari Mataram). *Journal of Government and Politics (JGOP)*, 1(1), 29–42.
- Dewi Apriani Fr, Agnes Dwita Susilawati, T. B. R. (2017). Dampak Perilaku Konsumen terhadap Penggunaan Akses Situs On-Line Shop (Studi Kasus Pada Mahasiswa di Universitas Pancasakti Tegal). *Jurnal STIE SEMARANG*, 9(2).
- Dwi, V., & Safavi, R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen Kartu Prabayar. *Jurnal Manajemen*, 13(1).
- Elvandari, L. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan, Kepercayaan terhadap Komitmen Hubungan Pada Nasabah Tahapan BCA di Surabaya. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 3(1), 1–10.
- Erida, E., Indrawijaya, S., & Abdilah, D. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen Produk Kaos Merek Jakoz (the Effect of Product Quality and Brand Image on Consumer Satisfaction of Jakoz Brand T-Shirt Product). *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 9(1).
- Ervina, & Kurniawati, M. (2022). Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Merek Peralatan Kebersihan Rumah Tangga Merek X. *Seri Seminar Nasional Ke-IV Universitas Tarumanagara*, 703–708.
- Fakhmy, E. K. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah dan Implikasinya terhadap Citra Merek Produk Jasa Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah. *NBER Working Papers*, 3(2), 89.
- Felicia, A., Layanan, K., & Pelanggan, K. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan

- Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan KFC Kelapa Gading. *Jurnal Institut Bisnis Dan Informatika Kwik Kian Gie*, 4(1), 1–19.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25 edisi ke-9*.
- Hakim, B. N., & Bambang, P. (2019). Strategi Pengembangan Produk terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Ekuitas Merek dan Citra Produk. *Jurnal Ekobisman*, 3(3), 261–278.
- Handayani, L. A., Tabrani, & Indriasih, D. (2019). Pengaruh Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Usaha dan Faktor Sosial terhadap Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi (Studi Kasus Pada Minimarket di Kota Tegal). *Permana : Jurnal Perpajakan, Manajemen, Dan Akuntansi*, 11(2), 130–143.
- Hapsari, R., Clemes, M. D., & Dean, D. (2015). The Role of Customer Engagement in Enhancing Passenger Loyalty in Indonesian Airline Industry: Relationship Marketing Approach. *Asia Pacific Management and Business Application*, 3(3), 135–144.
- Hardiana, C. D., & Kayadoe, F. R. (2022). Pengaruh Promosi Penjualan dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Starbucks Coffee Grand Wisata Bekasi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2(2), 71–88.
- Harjanto, R. N. (2010). Analisis Pengaruh Harga, Produk, Kebersihan, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Restoran Mamamia Cabang Mrican Semarang). *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 1–96.
- Hartono, A. (2013). Analisa Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan di Restoran the Naked Crab Surabaya. *Encyclopedia of Systems Biology*, 1646–1646.
- Herwinarni, Yuniarti, and M. S. Gunistiyo. "Pengaruh Persepsi Nilai, Persepsi Kualitas dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen pada Rumah Makan "Indonesia" di Kota Tegal." *Cermin*, no. 045, Oct. 2009.
- Hubner, I. B., Juliana, Pramezwar, A., & Gajeng, W. R. M. (2022). Pelatihan Personal Grooming dan Hygiene dalam Dunia Kerja. *Abdimas Siliwangi*.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Indriasih, D., Muttaqin, I., Fajri, A., & Prastyono, Y. (2023). Regional Investment, Capital Expenditure, General Transfer Funds, Economic Growth Rate, And Regional Original Income All Have An Impact On The Degree of Regional Fiscal Independence. *Conference on Economic and Business Innovation (CEBI)*, 3(1), 245–255.
- Izzuddin, A., & Muhsin, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 72–78. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v6i1.3536>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga.

- Kurniawan, H., Soesanto, H., & Yuniawan, A. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Persepsi Harga Terhadap Nilai Pelanggan dalam Meningkatkan Minat Beli (Studi pada Konsumen Produk Batu Potong Besi 4 Inch Merek WD di Jawa Tengah). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, XV(1), 46–61.
- Kurniawan, S., & Chandra, R. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan yang di Mediasi Citra Merek (Studi Kasus E-Wallet DANA di Pabrik Mie). *Jurnal Manajemen STEI*, 3(1), 14–28.
- Kusuma, W., & Marlina, N. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Go-Jek di Kota Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(2), 1174–1180.
- Mahfuda, F. U. L. (2020). c. *Institut Pariwisata Trisakti*, 5(3), 248–253.
- Mahriani, E., Pramanik, P. D., Srisusilawati, P., Wiratanaya, G. N., Sukmana, E., Mustika, A., Hasbi, I., Mutafarida, B., Nugraha, I. G. P., Butarbutar, R. R., Bafadhal, A. S., Mokodompit, E. A., Santi, I. N., Ihwanudin, N., Sekarti, N. K., Sutiarmo, M. A., Arifin, F., Handayani, T., Rahmi, M., & Ariani. (2020). *Manajemen Pariwisata (Sebuah Tinjauan Teori dan Praktis)*.
- Manullang, M. (2016). Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Sim Card Telkomsel. *Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Santo Thomas Sumatera Utara*, 4(1), 49–71.
- Maria, A. D. (2023). Analisis Dampak Promosi dan Inovasi Menu Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 9(1).
- Maulana, I. A., & Nurrahmawati. (2022). Grooming Front Officer dan Kepuasan Konsumen. *Jurnal Riset Public Relations*, 53–58.
- Meiliani, N., Ferdinand, T., & Manajemen, J. (2015). Analisis Pengaruh Daya Tarik Desain Produk, Daya Tarik Promosi, dan Persepsi Kualitas terhadap Citra Merek Serta Dampaknya terhadap Minat Pembelian Konsumen (Studi pada Calon Konsumen Honda Beat Pop di Dealer Nusantara Sakti Purwokerto). *Diponegoro Journal of Management*, 5, 1–11.
- Muhammad Muqorrobin, Eko Agus Alfianto, & Muhammad Sulhan. (2019). Pengaruh Green Product dan Green Advertising Terhadap Citra Merek dan Keputusan Pembelian Air Minum dalam Kemasan Merek AQUA. *Sketsa Bisnis*, 4(2), 61–75.
- Mujahid, A. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Citra Perusahaan dan Kepercayaan Konsumen terhadap Kepuasan Konsumen Produk on Line. *Jurnal Ekonomi*, 8(1), 1–18.
- Mulyapradana, A. (2022). Implementasi Manajemen Penampilan Diri Melalui Pelatihan Beauty Class bagi Calon Tenaga Administrasi Perkantoran. *PaKMas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 47–51.
- Mushawir, Wafa S, Z., & Mubarok, A. (2023). Analisis Karakteristik Perusahaan

yang Memengaruhi Kepemilikan Investor Institusi. *Permana: Jurnal Perpajakan, Manajemen, dan Akuntansi*, 15(1), 80–93.

- Noor, F. V. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan PT Herba Penawar Alwahida Indonesia (Studi pada Alfatih Business Center II HPAI Kota Bengkulu). In *Skripsi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu*.
- Nuraeni, R., Mulyati, S., Putri, T. E., Rangkuti, Z. R., Pratomo, D., Ak, M., Ab, S., Soly, N., Wijaya, N., Operasi, S., Ukuran, D. A. N., Terhadap, P., Sihalo, S., Pratomo, D., Nurhandono, F., Amrie, F., Fauzia, E., Sukarmanto, E., Partha, I. G. A., ... Abyan, M. A. (2017). Hubungan Hasil Belajar Grooming dengan Penampilan Diri Mahasiswa PKK Universitas Negeri Jakarta. In *Diponegoro Journal of Accounting* (Vol. 2, Issue 1).
- Nurul, N., & Burda, H. A. (2020). Produk dan Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen Starbucks Grand Indonesia Jakarta Pusat. *Jurnal STEI Ekonomi*.
- Parwata, I. N. (2020). Upaya Meningkatkan Kedisiplinan Dalam Menaati Tata Tertib Melalui Layanan Bimbingan Kelompok Terhadap Siswa Kelas VIII SMP. *Jurnal Riset Intervensi Pendidikan*, 2(1), 8–13.
- Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup. (2009). UU No. 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup. *RI. (2009). UU No. 32 Tahun 2009*, 57, 3.
- Pitoy, V., Tumbel, A., & Tielung, M. (2016). Analisis Strategi Bersaing dalam Persaingan Usaha Bisnis Document Solution (Studi Kasus pada PT Astragraphia, Tbk Manado). *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(3), 302–312.
- Prabandari, W. D., Tarigan, E., & Sembiring, V. A. (2021). Pelatihan Grooming, Personal Hygiene dan K3 serta Tata Cara Mencuci Pakaian dan Pengemasan Pakaian Untuk Cleaning Service di STP Trisakti saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Pemberdayaan Pariwisata*, 3(2), 54–58.
- Priyadi, G. A. (2020). Pengaruh Kebersihan, Musik, Aroma, Suhu, Pencahayaan, Warna, dan Display pada Niat Beli Ulang Konsumen (Studi Pada Toko Ritel H&M). *Jurnal Atmajaya*, 15(2), 1–23.
- Priyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Issue 1).
- Purba, T. (2020). Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Mazda di Kota Batam. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(1), 1987–1996.
- Putro, S. W. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(1), 1–9.
- Raharjo, T. B. (2020). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Kualitas Pelaporan Keuangan dan Dampaknya Pada Efisiensi Investasi: Penelitian pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia.

*Jurnal Stie Semarang*, 12(3), 152–166.

- Raharjo, Teguh Budi, Alfi Aulia, and Budi Susetyo. 2019. “Pengaruh Kompetensi Sumber Daya Manusia, Sistem Pengendalian Intern Pemerintah, Pemahaman Basis Akrua, Dan Pemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Kualitas (Studi Kasus Pada OPD Kabupaten Tegal).” *PERMANA: Jurnal Perpajakan, Manajemen, dan Akuntansi* 11(2): 173–87.
- Raharjo, Teguh Budi, Inayah Adi Sari, and Aldina Putri Veronika. 2017. “Pengaruh Good Corporate Governance Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016).” *Permana* 3(2): 1–15.
- Rahmatulloh, R., Yasri, Y., & Abror, A. (2019). *The Influence of Brand Image and Perceived Quality on Brand Loyalty with Brand Trust as Mediator in PT Bank Syariah Mandiri*. 64, 569–578. <https://doi.org/10.2991/piceeba2-18.2019.38>
- Razak, I. (2019). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 7(2), 7–8.
- Rifa’i, K. (2019). Membangun Loyalitas Pelanggan. In *Zifatama Publisher*.
- Rohaeni, H., Hikmah, A. S., & Rahmayani, R. (2018). Be Good Attitude Dalam Berpenampilan Pada UMKM “Mang Piat” Kabupaten Bandung Barat. *Jurnal ABDIMAS BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 142–148.
- Safitri, D., Rahmawati, T., & Afridah, N. (2020). Pengaruh Jumlah UMKM dan Modal UMUM terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Kabupaten Brebes. *Journal of Accounting and Finance (JACFIN)*, 2(2), 62–72.
- Santoso, J. B. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen (Studi Pada Konsumen Geprek Benu Rawamangun). *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 16(01), 127–146.
- Sarifuddin, & Isra, M. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Kentucky Fried Chicken Cabang Palu Grand Mall. *Jemma / Jurnal of Economic , Management and Accounting*, 2(4), 77–88.
- Setyani, T. P. H. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil All New Rio Kia Motors Indonesia (Pada PT. Radita Autoprima). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsurja*, 1(1).
- Sinollah, S., & Masruroh, M. (2019). Pengukuran Kualitas Pelayanan dalam Membentuk Kepuasan Pelanggan sehingga Tercipta Loyalitas Pelanggan. *DIALEKTIKA : Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 4(1), 45–64.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D*. CV Alfabeta.
- Susanto, Agus, Tabrani, and Mahben Jalil. 2022. “The Influence of Logical

- Thinking, Work Place, Work Achievement, Work Motivation on Employee Performance through Innovation as Middle Variables in Regional Secretariat of Brebes Regency.”
- Syahrial Sitorus. (2013). *Studi Standar Grooming Karyawan di Kitchen Departemen Flamingo Hotel By The Beach Penang, Malaysia*. 02, 114–117.
- Syaripudin, J. (2021). *Pengaruh Kebersihan dan Kenyamanan di Pasar Segar Paal Dua manado terhadap Kepuasan Konsumen*. 20.
- Taufiqulloh, Taufiqulloh, et al. "Analysis of Student Attitudes to Develop a Self-Assessment Model of Genre-Based Writing Class." *Lingua Cultura*, vol. 12, no. 3, 2018, pp. 253-258, doi:[10.21512/lc.v12i3.4064](https://doi.org/10.21512/lc.v12i3.4064).
- Tambunan, N. K. (2015). Tinjauan Penerapan Standar Grooming Front Office di Hotel The Axana Padang. *Journal of Home Economics and Tourism*, 10(3).
- Tjiptono, F. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*. Andi Offset.
- Triyoko, T. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang di Kedai Yoko. *Jurnal Daya Saing*, 8(1), 56–61.
- Tyas, S. R. N. (2001). Pengaruh Kebersihan, Musik, Aroma, Pencahayaan, Warna, dan Display pada Niat Beli Konsumen (Studi pada Matahari Departement Store di Yogyakarta). *E-Journal Akuntansi Universitas Udayana*, 11.
- Ufrida, K., & Harianto, S. (2022). Konsumerisme Makanan Siap Saji Sebagai Gaya Hidup Remaja di Kota Surabaya: Studi Kasus Siswi Sma Muhammadiyah 4 Kota Surabaya. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 11(1), 137–156.
- Yana, R. (2015). Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Konsumen Produk Busana Muslim Dian Pelangi di Malaysia). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 21(1), 85795.
- Yonita, V., & Aprilyanti, R. (2022). Analisis Penerapan Prinsip–prinsip Good Corporate Governance Pada Usaha Kecil dan Menengah (Studi Pada UKM Restoran/Rumah Makan/Kafe di Daerah Cikupa Tangerang). *ECo-Fin*, 4(1).
- Yulistria, R., Rosento, R., Handayani, E. P., Susilowati, I. H., & Aulia, S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Mitra Bangun Perwira. *Swabumi*, 11(1), 13–22.
- Zahara, R. (2013). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Citra Merek Pada Poliklinik RS. Haji Medan. *Jurnal Media Informasi Manajemen*, 1(1).

## **Lampiran 1. Kuesioner Penelitian**

### LEMBAR KUESIONER

Sebelumnya peneliti mengucapkan terima kasih sebesar- besarnya atas kesediaan Saudara mengisi kuesioner ini. Adapun peneliti sampaikan bahwa kuesioner ini dibuat oleh:

Nama : Muhammad Ujang Adi Setiawan

NIM : 7122800006

Jurusan : Magister Manajemen Universitas Pancasakti Tegal

Kuesioner ini merupakan bagian dari proses pengumpulan data untuk keperluan tugas akhir/tesis peneliti yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Standar *Grooming*, dan Kebersihan terhadap Kepuasan Pelanggan melalui Citra Merek pada Miniresto Dyno Chicken”**

Dalam penyusunan tesis ini, besar harapan saya kepada Bapak/Ibu/Sdr. untuk berkenan meluangkan waktunya sejenak untuk mengisi kuesioner yang dilampirkan bersama surat ini. Bantuan Bapak/Ibu/Sdr. sangat berarti demi terselesaikannya penelitian ini. Sebelumnya peneliti juga memohon maaf telah mengganggu waktu kerja Bapak/Ibu/Sdr..

Jawaban yang Saudara berikan tidak akan dinilai sebagai BENAR atau SALAH dan tidak akan berpengaruh terhadap penilaian kerja Bapak/Ibu/Saudara/i di tempat Saudara bekerja. Data yang diperoleh akan kami rahasiakan dan tidak akan kami sebarluaskan, karena hanya digunakan untuk keperluan penelitian, sesuai etika penelitian.

Peneliti memohon maaf apabila ada hal yang kurang berkenan dengan hadirnya kuesioner ini. Atas kerjasama dan kesediaan Bapak/Ibu, peneliti mengucapkan terima kasih.

Peneliti



## Muhammad Ujang Adi Setiawan

### KUESIONER PENELITIAN

#### Petunjuk Pengisian Kuesioner

Pada kuesioner ini Bapak/Ibu diminta untuk memberikan tanda checklist (√) pada pilihan jawaban yang Bapak/ Ibu anggap sesuai.

#### Data Demografis Responden

1. Nama Instansi:
2. Jenis Kelamin:
  - Laki- laki
  - Perempuan
3. Usia:
  - < 15 tahun
  - Antara 16 hingga 25 tahun
  - Antara 26 hingga 35 tahun
  - Antara 36 hingga 45 tahun
  - > 46 tahun
4. Pendidikan Terakhir:
  - SD/Sederajat
  - SLTP/Sederajat
  - SLTA/Sederajat
  - Strata 1 (Sarjana)
  - Strata 2 (Magister)
  - Lainnya
5. Jabatan Anda saat ini: ...
  - PNS
  - Non PNS
  - Lainnya

Instrumen Penelitian Variable Kualitas Pelayanan

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
<i>Reliability</i>						
1	Layanan yang diberikan Miniresto Dyno Chicken sesuai dengan yang dijanjikan					
2	Miniresto Dyno Chicken sesuai menyediakan layanan pada waktu yang tepat					
<i>Tangibles</i>						
3	Miniresto Dyno Chicken memiliki peralatan yang terbaru dan modern					
4	Miniresto Dyno Chicken memiliki fasilitas ruang dan sarana pendukung yang menarik					
<i>Responsiveness</i>						
5	Miniresto Dyno Chicken mempunyai karyawan yang dapat menanamkan kepercayaan kepada pelanggan					
6	Miniresto Dyno Chicken membuat pelanggan merasa aman dalam transaksi mereka					
<i>Assurance</i>						
7	Miniresto Dyno Chicken memiliki karyawan yang peduli dengan pelanggan					
8	Miniresto Dyno Chicken memahami apa yang pelanggan inginkan					
<i>Empathy</i>						
9	Miniresto Dyno Chicken punya kemauan untuk membantu pelanggan					

10	Miniresto Dyno Chicken sesuai siap untuk menanggapi permintaan pelanggan					
----	--	--	--	--	--	--

Instrumen Penelitian Variable Kualitas Produk

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
Kinerja						
1	Produk makanan dan minuman yang disajikan oleh miniresto Dyno Chicken menggunakan bahan berkualitas dan aman					
2	Porsi makanan dan minuman yang disediakan oleh miniresto Dyno Chicken dapat dikonsumsi oleh segala jenis usia					
Daya tahan						
3	Produk makanan yang disajikan oleh miniresto Dyno Chicken tidak mudah rusak					
4	Beberapa produk makanan miniresto Dyno Chicken yang sudah dalam kondisi dingin dapat dipanaskan kembali untuk dikonsumsi					
kesesuaian dengan spesifikasi						
5	Makanan dan minuman yang disajikan atau dihidangkan oleh miniresto Dyno Chicken sesuai dengan pesanan pelanggan					
6	Kualitas makanan dan minuman yang disajikan oleh miniresto Dyno Chicken sesuai standar ketentuan					
Fitur						
7	Adanya variasi untuk menu makanan dan minuman miniresto Dyno Chicken yang menarik					
8	Adanya berbagai fitur tambahan lain berupa beragam pilihan menu di miniresto					

	Dyno Chicken					
Estetika						
9	Kemasan produk miniresto Dyno Chicken yang praktis dan menarik					
110	Cara penyajian makanan dan minuman miniresto Dyno Chicken yang menarik					
Kesan Kualitas						
11	Produk makanan dan minuman miniresto Dyno Chicken dapat diganti apabila terjadi kesalahan pemesanan					
12	Produk makanan dan minuman miniresto Dyno Chicken terjamin rasa dan kebersihan					

Instrumen Penelitian Variable Standar *Grooming*

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
<i>personal hygiene</i>						
1	Karyawan Dyno Chicken memakai seragam yang diberikan perusahaan termasuk celemek/apron sesuai ketentuan					
2	Karyawan Dyno Chicken rajin potong kuku dan terawat bersih					
<i>Attitude</i>						
3	Karyawan Dyno Chicken menyapa dengan lembut, tulus, dan ikhlas					
4	Karyawan Dyno Chicken bersikap ramah, selalu menyapa customer saat berpapasan					
<i>Greeting</i>						
5	Karyawan Dyno Chicken mengucapkan salam pada atasan dan seluruh karyawan ketika masuk dan meninggalkan tempat kerja					
6	Karyawan Dyno Chicken mengucapkan salam pada pelanggan/konsumen yang datang ke miniresto					
<i>Polite</i>						
7	Karyawan Dyno Chicken berbicara dengan suara yang rendah agar tidak mengganggu customer dan rekan kerja					
8	Karyawan Dyno Chicken menggunakan kata-kata yang tepat pada saat berkomunikasi dengan atasan dan rekan kerja					

<i>Welcome guest</i>						
9	Karyawan Dyno Chicken melaksanakan 8 langkah pelayanan yang ditetapkan oleh pihak manajemen					
10	Karyawan Dyno Chicken bersikap ramah menyambut pelanggan/konsumen					

Instrumen Penelitian Variable Kebersihan Toko

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
memiliki lokasi atau tempat yang bersih						
1	Miniresto Dyno Chicken berlokasi di tempat strategis dan mudah dijangkau					
2	Miniresto Dyno Chicken setiap hari disapu dan dibersihkan dengan jadwal yang ditentukan					
memiliki fasilitas sanitasi atau kebersihan yang baik						
3	Miniresto Dyno Chicken memiliki sanitasi yang baik					
4	Miniresto Dyno Chicken memiliki peralatan yang terjaga kebersihannya					
menyimpan dan menyajikan makanan yang terjaga kebersihannya						
5	Semua kegiatan pengolahan makanan di Miniresto Dyno Chicken dilakukan dengan cara terlindung dan kontak langsung dengan tubuh					
6	Perlindungan kontak langsung dengan makanan Miniresto Dyno Chicken dilakukan dengan sarung tangan plastik, penjepit makanan					
memiliki standar pengolahan yang tinggi						
7	Tempat penyimpanan bahan makanan Miniresto Dyno Chicken selalu terpelihara dan dalam keadaan bersih, penempatan terpisah dengan makanan jadi					
8	Bahan makanan Miniresto Dyno Chicken yang masuknya lebih dahulu dikeluarkan					

	terlebih dahulu, sedangkan bahan makanan yang masuk belakangan dikeluarkan belakangan ( <i>first in first out</i> ).					
--	--	--	--	--	--	--

Instrumen Penelitian Variable Kepuasan Pelanggan

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
Terpenuhinya harapan pelanggan						
1	Puas akan kualitas pelayanan yang diberikan karyawan miniresto Dyno Chicken					
2	Puas akan fasilitas yang didapatkan dari miniresto Dyno Chicken					
Selalu menggunakan produk						
3	Menjadi pengunjung setia miniresto Dyno Chicken					
4	Selalu membeli produk yang diproduksi miniresto Dyno Chicken					
Merekomendasi ke orang lain						
5	Menyarankan saudara untuk membeli produk di miniresto Dyno Chicken					
6	Menyarankan teman untuk membeli produk di miniresto Dyno Chicken					
Kualitas layanan						
7	Merasa senang dengan pelayanan yang diberikan karyawan miniresto Dyno Chicken.  Merasa senang dengan pengetahuan karyawan					
8	Merasa senang dengan pengetahuan karyawan miniresto Dyno Chicken tentang produk dan kualitas pelayanan					



Loyalitas					
9	Tidak akan pindah ke miniresto lain				
10	Melakukan kunjungan berkali-kali ke miniresto Dyno Chicken				
Reputasi yang baik					
11	Pelanggan tahu tentang seberapa baiknya kualitas pelayanan yang ada dalam miniresto Dyno Chicken				
12	Pelanggan merasa produk yang dijual miniresto Dyno Chicken sesuai dengan yang mereka bayarkan				
Lokasi					
13	Lokasi miniresto Dyno Chicken mudah dijangkau				
14	Lokasi miniresto Dyno Chicken strategis				

Instrumen Penelitian Variable Citra Merk

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
<i>Recognition</i>						
1	Merek Miniresto Dyno Chicken mudah dikenal bagi pelanggan/konsumen					
2	Merek Miniresto Dyno Chicken mudah diucapkan dan diingat oleh pelanggan/konsumen					
<i>Reputation</i>						
3	Merek Miniresto Dyno Chicken memiliki tingkat reputasi atau status yang cukup tinggi memiliki <i>track record</i> yang baik					
4	Merek Miniresto Dyno Chicken memiliki citra positif dan kredibilitas					
<i>Affinity</i>						
5	Merek Miniresto Dyno Chicken memiliki kemampuan untuk menimbulkan rasa suka atau preferensi dari pelanggan/konsumen					
6	Produk yang dihasilkan Miniresto Dyno Chicken memiliki reputasi yang baik seperti persepsi dari konsumen dan kualitas produk					
<i>Loyalty</i>						
7	Merek Miniresto Dyno Chicken menimbulkan					
8	Merek Miniresto Dyno Chicken menciptakan kesan yang baik dalam					

	pikiran pelanggan/konsumen					
--	----------------------------	--	--	--	--	--

## Lampiran 2 Hasil Jawaban Responden

### Hasil Jawaban Responden Kualitas Pelayanan ( $X_1$ )

No	X1. P1	X1. P2	X1. P3	X1. P4	X1. P5	X1. P6	X1. P7	X1. P8	X1. P9	X1. P10	JML
1	5	4	4	2	5	4	4	5	4	5	42
2	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49
3	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	48
4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	46
5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	45
6	5	4	3	3	3	4	4	5	5	4	40
7	5	4	3	3	3	4	4	5	5	4	40
8	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	46
9	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	48
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
11	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	44
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
13	4	3	2	2	4	3	3	3	4	4	32
14	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	45
15	4	4	3	3	4	5	3	4	5	3	38
16	5	5	5	5	5	4	4	5	4	3	45
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
18	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	48
19	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	37
20	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	42
21	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
24	5	5	5	5	5	4	4	5	4	3	45
25	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
27	5	5	5	5	5	4	4	5	4	3	45
28	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
29	5	4	4	2	5	4	4	5	4	5	42
30	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49
31	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	48
32	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	46
33	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	45
34	5	4	3	3	3	4	4	5	5	4	40

35	5	4	3	3	3	4	4	5	5	4	<b>40</b>
36	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	<b>46</b>
37	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	<b>48</b>
38	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>50</b>
39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>50</b>
40	4	3	4	2	4	2	4	3	4	4	<b>34</b>
41	4	3	2	2	4	3	3	3	4	4	<b>32</b>
42	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	<b>45</b>
43	4	4	3	3	4	5	3	4	5	3	<b>38</b>
44	5	5	5	5	5	4	4	5	4	3	<b>45</b>
45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>50</b>
46	4	5	5	5	4	3	3	3	4	5	<b>41</b>
47	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	<b>37</b>
48	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	<b>42</b>
49	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	<b>41</b>
50	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>50</b>
51	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>50</b>
52	5	5	5	5	5	4	4	5	4	3	<b>45</b>
53	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	<b>49</b>
54	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>50</b>
55	5	5	5	5	5	4	4	5	4	3	<b>45</b>
56	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	<b>49</b>
57	5	4	4	2	5	4	4	5	4	5	<b>42</b>
58	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>49</b>
59	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	<b>48</b>
60	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	<b>46</b>
61	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	<b>45</b>
62	5	4	3	3	3	4	4	5	5	4	<b>40</b>
63	5	4	3	3	3	4	4	5	5	4	<b>40</b>
64	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	<b>46</b>
65	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	<b>48</b>
66	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>50</b>
67	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	<b>44</b>
68	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>50</b>
69	4	3	2	2	4	3	3	3	4	4	<b>32</b>
70	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	<b>45</b>
71	4	4	3	3	4	5	3	4	5	3	<b>38</b>
72	5	5	5	5	5	4	4	5	4	3	<b>45</b>
73	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>50</b>
74	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	<b>48</b>
75	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	<b>37</b>

76	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	<b>42</b>
77	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	<b>41</b>
78	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>50</b>
79	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>50</b>
80	5	5	5	5	5	4	4	5	4	3	<b>45</b>
81	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	<b>49</b>
82	5	3	3	3	3	3	3	2	5	4	<b>34</b>
83	5	5	5	5	5	4	4	5	4	3	<b>45</b>
84	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	<b>49</b>
85	5	4	4	2	5	4	4	5	4	5	<b>42</b>
86	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>49</b>
87	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	<b>48</b>
88	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	<b>46</b>
	4,69	4,39	4,36	4,26	4,49	4,48	4,39	4,66	4,67	4,43	<b>44,82</b>

### Hasil Jawaban Responden Kualitas Produk (X<sub>2</sub>)

X2.P1	X2.P2	X2.P3	X2.P4	X2.P5	X2.P6	X2.P7	X2.P8	X2.P9	X2.P10	X2.P11	X2.P12	JML
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>49</b>
5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	<b>51</b>
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	<b>51</b>
5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	<b>54</b>
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	<b>59</b>
5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	<b>54</b>
5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	<b>54</b>
5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	<b>51</b>
5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	<b>51</b>
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	<b>59</b>
5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	<b>51</b>
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>60</b>
4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	<b>48</b>
5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	<b>53</b>
5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	<b>52</b>
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	<b>58</b>
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>60</b>
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>60</b>
4	3	4	4	4	3	3	4	4	5	4	4	<b>46</b>
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	<b>48</b>
4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	<b>50</b>
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	<b>59</b>
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>60</b>
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	<b>57</b>
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>60</b>
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>50</b>
5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	<b>55</b>
5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	<b>54</b>
4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	<b>44</b>
5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	<b>51</b>
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	<b>58</b>
5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	<b>54</b>
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	<b>59</b>
5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	<b>54</b>
5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	<b>54</b>
5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	<b>51</b>
5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	<b>51</b>
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	<b>59</b>
5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	<b>51</b>
4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	<b>50</b>
4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	<b>48</b>
5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	<b>50</b>
5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	<b>52</b>
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	<b>58</b>

3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	51
4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	55
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	48
4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	59
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	57
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	58
5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	55
4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	55
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	49
5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	51
5	3	4	3	4	3	4	2	3	3	3	2	39
5	5	4	4	4	3	5	5	3	4	4	4	50
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	59
5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	54
5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	54
5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	51
5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	51
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	59
5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	51
5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	55
4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	48
5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	53
5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	52
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	58
2	3	1	3	3	3	3	3	3	2	2	2	30
5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	55
4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	48
4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	59
5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	55
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	57
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	50
5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	55
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	58
4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	55
3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	39
5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	51
4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	41
3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	34
4,67	4,43	4,32	4,27	4,47	4,34	4,27	4,31	4,39	4,27	4,32	4,36	52,42

Hasil Jawaban Responden Standar *Grooming* (X<sub>3</sub>)

X3. P1	X3. P2	X3. P3	X3. P4	X3. P5	X3. P6	X3. P7	X3. P8	X3. P9	X3. P10	JML
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>40</b>
4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	<b>38</b>
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>50</b>
4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>48</b>
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>50</b>
5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	<b>44</b>
5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	<b>44</b>
4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	<b>44</b>
4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	<b>44</b>
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>50</b>
4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	<b>43</b>
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>50</b>
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	<b>41</b>
4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	<b>42</b>
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>40</b>
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	<b>41</b>
5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	<b>46</b>
5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	<b>47</b>
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>40</b>
5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	<b>42</b>
5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	<b>45</b>
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>50</b>
5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	<b>46</b>
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	<b>41</b>
5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	<b>46</b>
5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	<b>43</b>
4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>48</b>
5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	<b>45</b>
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>40</b>
4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	<b>38</b>
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>50</b>
4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>48</b>
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>50</b>
5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	<b>44</b>
5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	<b>44</b>
4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	<b>44</b>
4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	<b>44</b>
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>50</b>
4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	<b>43</b>
5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	<b>45</b>
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	<b>41</b>
4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	<b>42</b>
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>40</b>
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	<b>41</b>



5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	<b>46</b>
3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	<b>41</b>
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>40</b>
5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	<b>42</b>
5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	<b>45</b>
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>50</b>
5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	<b>46</b>
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	<b>41</b>
5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	<b>46</b>
2	3	4	3	4	4	4	4	4	3	<b>35</b>
4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>48</b>
5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	<b>45</b>
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>40</b>
4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	<b>38</b>
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>50</b>
4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>48</b>
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>50</b>
5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	<b>44</b>
5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	<b>44</b>
4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	<b>44</b>
4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	<b>44</b>
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>50</b>
4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	<b>43</b>
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>50</b>
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	<b>41</b>
4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	<b>42</b>
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>40</b>
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	<b>41</b>
5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	<b>46</b>
5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	<b>47</b>
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>40</b>
5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	<b>42</b>
5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	<b>45</b>
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>50</b>
5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	<b>46</b>
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	<b>41</b>
5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	<b>46</b>
5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	<b>43</b>
4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>48</b>
5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	<b>45</b>
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>40</b>
4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	<b>38</b>
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>50</b>
4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>48</b>
4,47	4,42	4,43	4,48	4,42	4,48	4,31	4,38	4,39	4,57	<b>44,33</b>

Hasil Jawaban Responden Kebersihan (X<sub>4</sub>)

M.P1	M.P2	M.P3	M.P4	M.P5	M.P6	M.P7	M.P8	JML
4	5	4	4	5	5	5	4	<b>36</b>
4	4	4	4	4	5	5	5	<b>35</b>
5	5	5	5	5	5	5	5	<b>40</b>
5	5	4	4	4	5	5	5	<b>37</b>
5	5	5	5	5	5	5	5	<b>40</b>
5	5	5	4	5	4	4	4	<b>36</b>
5	4	5	4	5	4	4	4	<b>35</b>
5	4	5	5	4	4	4	4	<b>35</b>
5	5	5	5	5	5	5	5	<b>40</b>
5	5	5	5	5	2	5	5	<b>37</b>
4	4	4	5	4	5	5	5	<b>36</b>
5	5	5	5	5	5	5	5	<b>40</b>
4	4	4	5	4	5	5	5	<b>36</b>
4	4	4	5	4	4	4	4	<b>33</b>
4	4	4	4	3	4	4	4	<b>31</b>
5	5	5	5	4	5	5	5	<b>39</b>
5	5	4	5	4	5	5	5	<b>38</b>
5	5	5	5	5	5	5	5	<b>40</b>
4	5	4	4	4	4	4	4	<b>33</b>
5	3	5	4	4	4	4	4	<b>33</b>
4	4	3	4	4	4	4	4	<b>31</b>
5	5	4	5	5	5	5	5	<b>39</b>
4	4	4	4	4	4	4	4	<b>32</b>
5	5	5	5	4	5	5	5	<b>39</b>
4	4	4	4	4	4	4	4	<b>32</b>
5	5	5	5	4	5	5	5	<b>39</b>
4	4	4	4	4	4	4	4	<b>32</b>
4	5	4	4	4	4	5	3	<b>33</b>
4	5	4	4	5	2	5	4	<b>33</b>
4	4	4	4	4	5	5	5	<b>35</b>
5	5	5	5	5	5	5	5	<b>40</b>
5	5	4	4	4	5	5	5	<b>37</b>
5	5	5	5	5	5	5	5	<b>40</b>
5	5	5	4	5	4	4	4	<b>36</b>
5	4	5	4	5	4	4	4	<b>35</b>
5	4	5	5	4	4	4	4	<b>35</b>
5	5	5	5	5	5	5	5	<b>40</b>
5	5	5	5	5	5	5	5	<b>40</b>
4	4	4	5	4	5	5	5	<b>36</b>
5	5	5	5	5	5	5	5	<b>40</b>
4	4	4	5	4	5	5	5	<b>36</b>
4	4	4	5	4	4	4	4	<b>33</b>
4	5	4	4	3	4	4	4	<b>32</b>
5	4	5	5	4	5	5	5	<b>38</b>
5	5	4	5	4	5	5	5	<b>38</b>

3	4	3	3	3	3	3	3	<b>25</b>
4	5	4	4	4	4	4	4	<b>33</b>
5	3	5	4	4	4	4	4	<b>33</b>
4	4	3	4	4	4	4	4	<b>31</b>
5	5	4	5	5	5	5	5	<b>39</b>
4	4	4	4	4	4	4	4	<b>32</b>
5	4	5	5	4	5	5	5	<b>38</b>
4	4	4	4	4	4	4	4	<b>32</b>
5	4	5	4	4	5	4	5	<b>36</b>
4	4	4	4	4	4	4	4	<b>32</b>
4	5	4	4	4	4	5	3	<b>33</b>
4	5	4	4	5	2	5	4	<b>33</b>
4	4	4	4	4	5	5	5	<b>35</b>
5	5	5	5	5	5	5	5	<b>40</b>
5	5	4	4	4	5	5	5	<b>37</b>
5	5	5	5	5	5	5	5	<b>40</b>
5	5	5	4	5	4	4	4	<b>36</b>
5	4	5	4	5	4	4	4	<b>35</b>
5	4	5	5	4	4	4	4	<b>35</b>
5	5	5	5	5	5	5	5	<b>40</b>
5	5	5	5	5	2	5	5	<b>37</b>
4	4	4	5	4	5	5	5	<b>36</b>
5	5	5	5	5	5	5	5	<b>40</b>
4	4	4	5	4	5	5	5	<b>36</b>
5	5	5	5	5	5	5	5	<b>40</b>
4	5	4	4	3	4	4	4	<b>32</b>
5	4	5	5	4	5	5	5	<b>38</b>
5	5	4	5	4	5	5	5	<b>38</b>
4	4	4	4	4	5	5	5	<b>35</b>
4	5	4	4	4	4	4	4	<b>33</b>
5	3	5	4	4	4	4	4	<b>33</b>
4	4	3	4	4	4	4	4	<b>31</b>
5	5	4	5	5	5	5	5	<b>39</b>
4	4	4	4	4	4	4	4	<b>32</b>
5	4	5	5	4	5	5	5	<b>38</b>
4	4	5	5	5	5	5	4	<b>37</b>
5	4	5	5	4	5	5	5	<b>38</b>
4	4	4	4	4	4	4	4	<b>32</b>
4	5	4	4	4	4	5	3	<b>33</b>
4	5	4	4	5	2	5	4	<b>33</b>
4	4	4	4	4	5	5	5	<b>35</b>
5	5	5	5	5	5	5	5	<b>40</b>
5	5	4	4	4	5	5	5	<b>37</b>
4,55	4,49	4,41	4,49	4,32	4,42	4,61	4,50	<b>35,78</b>

Hasil Jawaban Responden Citra Merek (Z)

Z.P1	Z.P2	Z.P3	Z.P4	Z.P5	Z.P6	Z.P7	Z.P8	JML
4	4	4	4	4	3	4	4	31
5	5	4	4	4	4	4	4	34
5	5	5	4	4	4	4	4	35
4	4	5	4	4	4	4	4	33
4	5	4	5	5	5	5	5	38
4	5	4	4	4	4	4	4	33
4	5	4	4	4	4	4	4	33
4	4	5	4	4	4	4	4	33
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	3	4	4	3	4	4	30
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	5	5	3	4	4	4	4	32
5	4	4	4	4	4	5	5	35
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	4	39
4	4	3	3	4	3	4	4	29
4	4	4	4	4	4	4	5	33
4	5	5	4	4	4	4	4	34
5	5	5	5	4	5	5	4	38
5	5	4	4	5	4	4	5	36
5	4	4	4	4	4	5	5	35
5	5	4	4	4	4	4	4	34
5	5	5	5	5	5	5	4	39
4	4	4	4	4	4	4	5	33
4	4	4	5	5	4	4	5	35
4	4	4	4	4	3	4	4	31
5	5	4	4	4	4	4	4	34
5	5	5	4	5	5	5	5	39
4	4	5	4	4	5	5	5	36
4	5	4	5	5	5	5	5	38
4	5	4	4	4	4	4	5	34
4	5	4	4	4	4	4	5	34
4	4	5	4	5	4	4	4	34
5	4	4	4	4	4	5	5	35
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	5	5	5	5	5	4	37
3	4	3	4	4	4	4	4	30
4	4	3	4	4	3	4	4	30
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	5	5	3	4	4	4	4	32
5	4	4	4	4	4	5	5	35
5	5	5	4	4	4	4	4	35

5	5	5	5	5	5	5	4	<b>39</b>
4	4	4	4	4	5	5	5	<b>35</b>
4	4	4	4	4	4	4	5	<b>33</b>
4	5	5	4	4	4	4	4	<b>34</b>
5	5	5	5	4	5	5	4	<b>38</b>
5	5	4	4	5	4	4	5	<b>36</b>
5	4	4	4	4	4	5	5	<b>35</b>
5	5	5	5	4	4	4	4	<b>36</b>
5	5	5	5	5	5	5	4	<b>39</b>
4	4	4	4	4	4	5	5	<b>34</b>
4	4	4	5	5	5	5	5	<b>37</b>
4	4	4	4	4	3	4	4	<b>31</b>
5	5	4	4	4	4	4	4	<b>34</b>
5	5	5	4	4	4	4	4	<b>35</b>
4	4	5	4	4	4	4	5	<b>34</b>
4	5	4	5	5	5	5	5	<b>38</b>
4	5	4	4	4	4	4	5	<b>34</b>
4	5	4	4	4	4	4	5	<b>34</b>
4	4	5	4	4	4	4	4	<b>33</b>
5	5	4	4	4	4	4	5	<b>35</b>
5	5	5	5	5	5	5	5	<b>40</b>
4	4	4	4	4	4	4	4	<b>32</b>
5	5	5	5	5	5	5	5	<b>40</b>
4	4	3	4	4	3	4	4	<b>30</b>
4	4	4	4	4	5	5	4	<b>34</b>
3	5	5	3	4	4	4	4	<b>32</b>
5	4	4	4	4	4	5	5	<b>35</b>
4	3	3	3	3	3	5	5	<b>29</b>
5	5	5	5	5	5	5	4	<b>39</b>
4	4	3	3	4	3	4	4	<b>29</b>
4	4	4	4	4	4	4	5	<b>33</b>
4	5	5	4	4	4	4	4	<b>34</b>
5	5	5	5	4	5	5	4	<b>38</b>
5	5	4	4	5	4	4	5	<b>36</b>
5	4	4	4	4	4	5	5	<b>35</b>
5	5	5	4	4	4	4	4	<b>35</b>
5	5	5	5	5	5	5	4	<b>39</b>
4	4	4	4	5	5	5	5	<b>36</b>
4	5	4	4	5	5	5	5	<b>37</b>
4	4	4	4	4	3	4	4	<b>31</b>
5	5	4	4	4	4	4	4	<b>34</b>
5	5	5	4	4	4	4	4	<b>35</b>
4	4	5	4	4	4	4	5	<b>34</b>
4,40	4,53	4,34	4,19	4,28	4,19	4,41	4,45	<b>34,81</b>

### Hasil Jawaban Responden Kepuasan Pelanggan (Y)

Y. P1	Y. P2	Y. P3	Y. P4	Y. P5	Y. P6	Y. P7	Y. P8	Y. P9	Y. P10	Y. P11	Y. P12	Y. P13	Y. P14	JML
4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	54
4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	64
5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	66
4	3	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	57
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	68
5	3	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	64
5	3	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	64
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	57
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70
4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	66
5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	62
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	69
4	5	5	4	4	4	5	3	3	4	4	5	4	3	57
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	54
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	55
5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	66
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	69
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	68
4	3	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	55
4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	62
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	69
5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	67
5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	65
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	68
4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	3	4	58
4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	5	5	5	4	59
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	54
4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	64
5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	66
4	3	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	57
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	68
5	3	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	64
5	3	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	64
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	57
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70
4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	66
5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	62
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	69
4	5	5	4	4	4	5	3	3	4	4	5	4	3	57
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	54
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	55
5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	66

5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	<b>69</b>
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	<b>68</b>
4	3	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	<b>55</b>
4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>56</b>
5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	<b>62</b>
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>69</b>
5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	<b>67</b>
5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	<b>65</b>
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	<b>68</b>
4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	3	4	<b>58</b>
4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	5	5	5	4	<b>59</b>
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>56</b>
4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>54</b>
4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	<b>64</b>
5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	<b>66</b>
4	3	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	<b>57</b>
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	<b>68</b>
5	3	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	<b>64</b>
5	3	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	<b>64</b>
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>57</b>
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>70</b>
4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	<b>66</b>
5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	<b>62</b>
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>69</b>
4	5	5	4	4	4	5	3	3	4	4	5	4	3	<b>57</b>
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	<b>54</b>
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	<b>55</b>
5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	<b>66</b>
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	<b>69</b>
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	<b>68</b>
4	3	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	<b>55</b>
4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>56</b>
5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	<b>62</b>
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>69</b>
5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	<b>67</b>
5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	<b>65</b>
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	<b>68</b>
4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	3	4	<b>58</b>
4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	5	5	5	4	<b>59</b>
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>56</b>
4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>54</b>
4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	<b>64</b>
5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	<b>66</b>
4	3	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	<b>57</b>
4,49	4,34	4,49	4,42	4,47	4,38	4,50	4,55	4,51	4,49	4,41	4,41	4,40	4,39	<b>62,23</b>

### Lampiran 3. Hasil Perhitungan Frequency Jawaban Responden

Variabel\_Kualitas\_Pelayanan\_X1

	2	3	4	5	Total
1			27	61	88
2		5	44	37	86
3	3	10	27	48	88
4	8	10	21	49	88
5		10	25	53	88
6	1	5	33	49	88
7		11	32	45	88
8	1	8	11	68	88
9			29	59	88
10		12	26	50	88
			<b>275,00</b>	<b>519,00</b>	<b>146,33</b>

Variabel\_Kualitas\_Produk\_X2

	1	2	3	4	5	Total
1		1	3	20	64	88
2			7	36	45	88
3	1		3	50	34	88
4			8	48	32	88
5			5	37	46	88
6			10	38	40	88
7			7	50	31	88
8		1	9	40	38	88
9			9	36	43	88
10		2	7	44	35	88
11		1	4	49	34	88
12		3	2	43	40	88
		<b>0,67</b>	<b>74,00</b>	<b>491,00</b>	<b>482,00</b>	<b>88,00</b>

Variabel\_Standar\_Grooming\_X3

	2	3	4	5	Total
1	1	1	42	44	88
2		1	49	38	88
3			50	38	88
4		5	36	47	88
5		4	43	41	88
6			46	42	88
7			61	27	88
8			55	33	88
9			54	34	88
10		1	36	51	88
	<b>1,00</b>	<b>12,00</b>	<b>472,00</b>	<b>395,00</b>	<b>88,00</b>

Variabel\_Kebersihan\_X4

	1	2	3	4	5	Total
1			1	38	49	88
2			3	39	46	88
3			4	44	40	88
4			1	43	44	88
5			4	52	32	88
6		5	1	34	48	88
7			1	32	55	88
8			4	36	48	88
	<b>0,00</b>	<b>5,00</b>	<b>19,00</b>	<b>318,00</b>	<b>36,20</b>	<b>70,40</b>

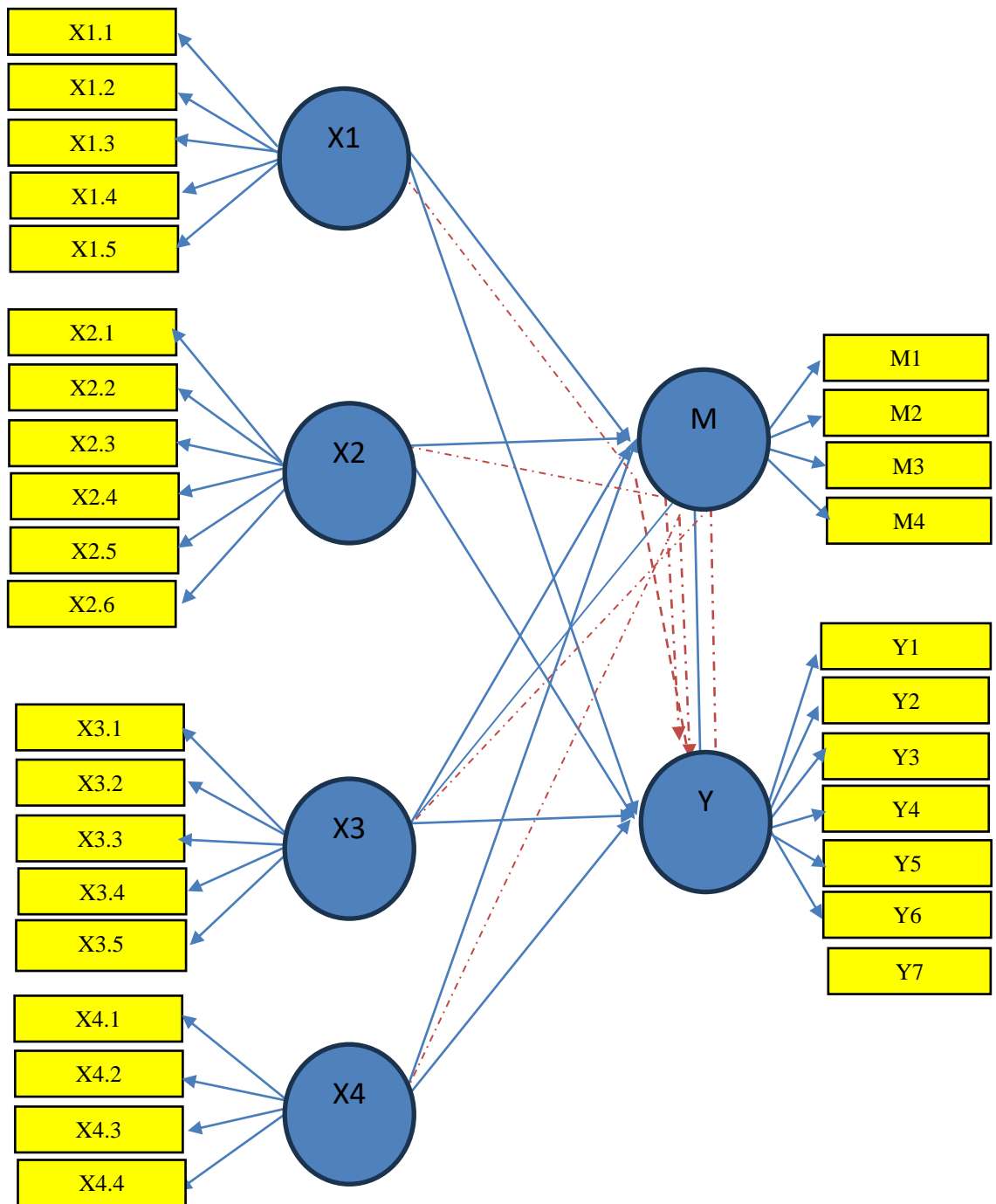
Variabel\_Cita\_Merek\_M

	2	3	4	5	Total	2
1			4	45	39	88
2			1	39	48	88
3			7	44	37	88
4			6	59	23	88
5			1	61	26	88
6			10	51	27	88
7				52	36	88
8				48	40	88
	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>29,00</b>	<b>399,00</b>	<b>27,60</b>	<b>70,40</b>

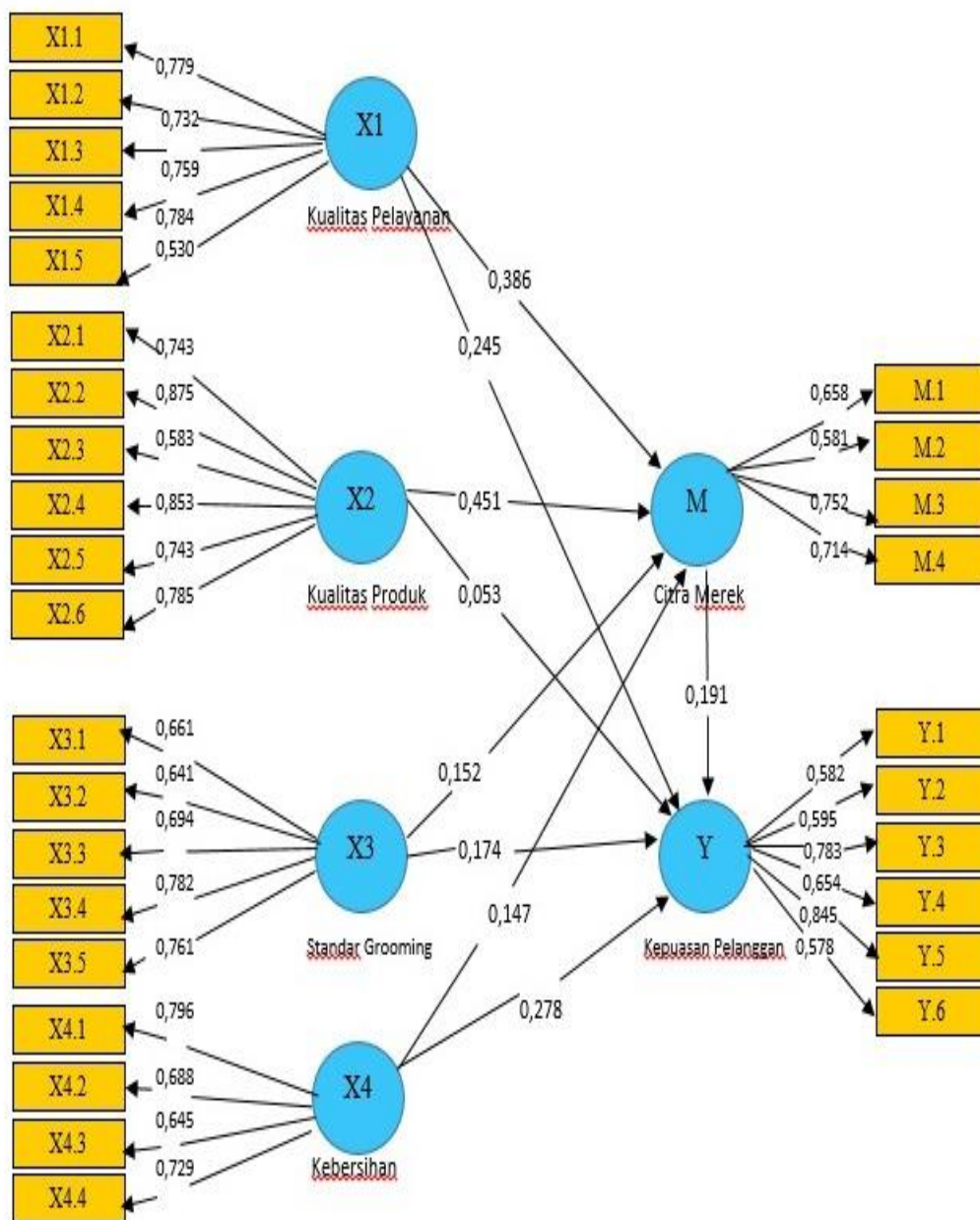
Variabel\_Kepuasan\_Pelanggan\_Y

	1	2	3	4	5	Total
1				45	43	88
2			13	32	43	88
3			3	39	46	88
4				51	37	88
5				47	41	88
6		4	3	37	44	88
7				44	44	88
8			3	34	51	88
9			6	31	51	88
10			3	39	46	88
11				52	36	88
12			3	46	39	88
13			6	41	41	88
14			6	42	40	88
	<b>0,00</b>	<b>4,00</b>	<b>31,00</b>	<b>451,00</b>	<b>48,20</b>	<b>96,80</b>





**Lampiran 4 Model Penelitian dengan Aplikasi Smart PLS**



Lampiran 5 Gambar Output Aplikasi Smart PLS

## Lampiran 6 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas

### Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kualitas Pelayanan

	Item-Total Statistics			
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Kualitas_Pelayanan_X1.1	40.4333	19.702	.370	.876
VAR00002	40.7667	18.737	.648	.857
VAR00003	40.7667	16.323	.795	.842
VAR00004	40.9000	16.369	.586	.868
VAR00005	40.6333	18.309	.590	.860
VAR00006	40.6333	18.723	.640	.858
VAR00007	40.7333	17.099	.829	.841
VAR00008	40.4333	18.461	.681	.855
VAR00009	40.5000	19.983	.467	.869
VAR00010	40.7000	18.769	.460	.871

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.872	10

## Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kualitas Produk

<b>Item-Total Statistics</b>				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Kualitas_Produk_X2.1	48.8333	19.316	.617	.909
VAR00002	49.1000	17.748	.751	.902
VAR00003	49.2333	17.978	.819	.899
VAR00004	49.2667	17.926	.733	.903
VAR00005	49.0333	19.757	.380	.918
VAR00006	49.2000	16.924	.849	.896
VAR00007	49.3000	17.597	.827	.898
VAR00008	49.2333	17.771	.674	.906
VAR00009	49.1333	18.189	.650	.907
VAR00010	49.2333	19.082	.465	.915
VAR00011	49.2333	18.737	.627	.908
VAR00012	49.1667	19.385	.458	.915

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.914	12

## Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Standar Grooming

<b>Item-Total Statistics</b>				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Standar_Grooming_X3.1	39.7000	11.872	.541	.890
VAR00002	39.7667	11.771	.579	.887
VAR00003	39.8000	11.683	.616	.885
VAR00004	39.7667	10.668	.726	.877
VAR00005	39.8333	10.833	.696	.880
VAR00006	39.7333	11.926	.526	.891
VAR00007	39.9000	11.472	.740	.878
VAR00008	39.8333	11.247	.773	.875
VAR00009	39.8333	11.454	.703	.879
VAR00010	39.6333	12.033	.498	.893

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.894	10

## Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kebersihan

<b>Item-Total Statistics</b>				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Kebersihan_X4.1	31.3000	7.183	.664	.772
VAR00002	31.3000	7.321	.518	.790
VAR00003	31.4333	7.357	.515	.791
VAR00004	31.3333	7.195	.657	.773
VAR00005	31.5000	7.707	.409	.805
VAR00006	31.4333	7.220	.372	.839
VAR00007	31.2000	7.338	.629	.777
VAR00008	31.3333	6.851	.691	.765

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.811	8

## Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Citra Merek

<b>Item-Total Statistics</b>				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Citra_Merek_M. 1	30.3871	8.245	.584	.877
VAR00002	30.2581	8.665	.527	.881
VAR00003	30.4839	8.191	.549	.882
VAR00004	30.6129	7.845	.737	.861
VAR00005	30.5161	8.191	.756	.861
VAR00006	30.6774	7.026	.900	.840
VAR00007	30.4839	8.058	.789	.857
VAR00008	30.4516	8.989	.417	.891

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.884	8

## Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kepuasan Pelanggan

<b>Item-Total Statistics</b>				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Kepuasan_Pelanggan_Y.1	57.7419	26.731	.531	.895
VAR00002	57.8710	25.783	.485	.898
VAR00003	57.7419	26.265	.546	.894
VAR00004	57.8065	27.095	.466	.897
VAR00005	57.7419	25.931	.694	.889
VAR00006	57.8710	23.583	.675	.890
VAR00007	57.7097	26.346	.609	.892
VAR00008	57.6774	25.092	.767	.885
VAR00013	57.7097	24.680	.758	.885
VAR00014	57.7419	25.931	.607	.892
VAR00015	57.8387	26.806	.532	.895
VAR00016	57.8387	27.140	.400	.900
VAR00017	57.8065	25.628	.600	.892
VAR00018	57.8387	25.273	.668	.889

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.899	14



## Lampiran 7. Hasil Koefisien Jalur, Efek Tidak Langsung

### Laporan SmartPLS

Mohon menyebutkan SmartPLS pada sitasi: Ringle, C. M., Wende, S., dan Becker, J.-M. 2015. "SmartPLS 3." Boenningstedt: SmartPLS GmbH, <http://www.smartpls.com>.

[kembali ke navigasi](#)

Koefisien Jalur

	Citra Merek M	Kebersihan X4	Kepuasan Pelanggan Y	Kualitas Pelayanan X1	Kualitas Produk X2	Standar Grooming X3
Citra Merek M				0,191		
Kebersihan X4	0,147		0,278			
Kepuasan Pelanggan Y				0,245		
Kualitas Pelayanan X1	0,386				0,053	
Kualitas Produk X2	0,451					0,174
Standar Grooming X3	0,152					

Efek Tidak Langsung

Total Pengaruh Tidak Langsung

	Citra Merek M	Kebersihan X4	Kepuasan Pelanggan Y	Kualitas Pelayanan X1	Kualitas Produk X2	Standar Grooming X3
Citra Merek M						
Kebersihan X4			0,028			
Kepuasan Pelanggan Y				0,074		
Kualitas Pelayanan X1					0,086	
Kualitas Produk X2						0,029
Standar Grooming X3						

Efek Tidak Langsung Spesifik

	Efek Tidak Langsung Spesifik
Kebersihan X4 → Citra Merek M → Kepuasan Pelanggan Y	0,028
Kualitas Pelayanan X1 → Citra Merek M → Kepuasan Pelanggan Y	0,074
Kualitas Produk X2 → Citra Merek M → Kepuasan Pelanggan Y	0,086
Standar Grooming X3 → Citra Merek M → Kepuasan Pelanggan Y	0,029

## Lampiran 8. Hasil R Square, F Square, Validitas dan Reliabilitas Konstruk

### Laporan SmartPLS

Mohon menyebutkan SmartPLS pada sitasi: Ringle, C. M., Wende, S., dan Becker, J.-M. 2015. "SmartPLS 3." Boenningstedt: SmartPLS GmbH, <http://www.smartpls.com>.

[kembali ke navigasi](#)

• Kriteria Kualitas

R Square

	R Square	Adjusted R Square
Citra Merek M	0,653	0,637
Kepuasan Pelanggan Y	0,485	0,454

f Square

	Citra Merek M	Kebersihan X4	Kepuasan Pelanggan Y	Kualitas Pelayanan X1	Kualitas Produk X2	Standar Grooming X3
Citra Merek M			0,025			
Kebersihan X4	0,051		0,118			
Kepuasan Pelanggan Y				0,068		
Kualitas Pelayanan X1	0,325				0,003	
Kualitas Produk X2	0,521					0,039
Standar Grooming X3	0,046					

Validitas dan Reliabilitas Konstruk

	Cronbach's Alpha	rho_A	Reliabilitas Komposit	Rata-rata Varians Diekstrak (AVE)
Citra Merek M	0,820	0,847	0,869	0,568
Kebersihan X4	0,839	0,857	0,878	0,582
Kepuasan Pelanggan Y	0,903	0,927	0,916	0,547
Kualitas Pelayanan X1	0,882	0,899	0,906	0,599
Kualitas Produk X2	0,942	0,952	0,949	0,613
Standar Grooming X3	0,890	0,903	0,909	0,504

## Lampiran 9. Hasil Kriteria Fornell-Larcker

## Laporan SmartPLS

Mohon menyebutkan SmartPLS pada sitasi: Ringle, C. M., Wende, S., dan Becker, J.-M. 2015. "SmartPLS 3." Boenningstedt: SmartPLS GmbH, <http://www.smartpls.com>.  
[kembali ke navigasi](#)

Kriteria Fornell-Larcker

	Citra Merek M	Kebersihan X4	Kepuasan Pelanggan Y	Kualitas Pelayanan X1	Kualitas Produk X2	Standar Grooming X3
Citra Merek M	0,683					
Kebersihan X4	0,373	0,694				
Kepuasan Pelanggan Y	0,571	0,496	0,668			
Kualitas Pelayanan X1	0,624	0,289	0,538	0,706		
Kualitas Produk X2	0,620	0,121	0,325	0,280	0,783	
Standar Grooming X3	0,515	0,398	0,510	0,455	0,288	0,710

## Lampiran 10. Hasil Mean, STDEV, T-Values, P-Values

### Laporan SmartPLS

Mohon menyebutkan SmartPLS pada sitasi: Ringle, C. M., Wende, S., dan Becker, J.-M. 2015. "SmartPLS 3." Boenningstedt: SmartPLS GmbH, <http://www.smartpls.com>.  
[kembali ke navigasi](#)

Koefisien Jalur+B1111

Mean, STDEV, T-Values, P-Values

	Sampel Asli (O)	Rata-rata Sam	Standar Deviasi	T Statistik (I O/ST)	P Values
Citra Merek M -> Kepuasan Pelanggan Y	0,191	0,162	0,252	0,760	0,448
Kebersihan X4 -> Citra Merek M	0,147	0,148	0,120	1,220	0,223
Kebersihan X4 -> Kepuasan Pelanggan Y	0,278	0,307	0,141	1,967	0,050
Kualitas Pelayanan X1 -> Citra Merek M	0,386	0,387	0,092	4,184	0,000
Kualitas Pelayanan X1 -> Kepuasan Pelanggan Y	0,245	0,243	0,158	1,549	0,122
Kualitas Produk X2 -> Citra Merek M	0,451	0,438	0,084	5,372	0,000
Kualitas Produk X2 -> Kepuasan Pelanggan Y	0,053	0,096	0,135	0,395	0,693
Standar Grooming X3 -> Citra Merek M	0,152	0,156	0,082	1,853	0,064
Standar Grooming X3 -> Kepuasan Pelanggan Y	0,174	0,162	0,120	1,455	0,146

Keyakinan Interval

	Sampel Asli (O)	Rata-rata Sam	2.5%	97.5%
Citra Merek M -> Kepuasan Pelanggan Y	0,191	0,162	-0,383	0,586
Kebersihan X4 -> Citra Merek M	0,147	0,148	-0,100	0,355
Kebersihan X4 -> Kepuasan Pelanggan Y	0,278	0,307	0,058	0,582
Kualitas Pelayanan X1 -> Citra Merek M	0,386	0,387	0,189	0,555
Kualitas Pelayanan X1 -> Kepuasan Pelanggan Y	0,245	0,243	-0,083	0,496
Kualitas Produk X2 -> Citra Merek M	0,451	0,438	0,273	0,595
Kualitas Produk X2 -> Kepuasan Pelanggan Y	0,053	0,096	-0,165	0,355
Standar Grooming X3 -> Citra Merek M	0,152	0,156	-0,001	0,320
Standar Grooming X3 -> Kepuasan Pelanggan Y	0,174	0,162	-0,086	0,392

## Lampiran 11. Grafik Koefisien Jalur

