

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian penulis yang berjudul “Analisis Pengaruh Persepsi Konsumen atas *Product Quality* dan *Product Variety* terhadap Kepuasan Konsumen yang Berdampak pada Niat Beli Ulang TOPSHOP” dapat ditemukan beberapa kesimpulan yang dapat ditarik oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Persepsi konsumen atas kualitas produk baju Topshop, dalam variabel kualitas produk seperti halnya kenyamanan baju Ketika digunakan, keawetan warna dan bahan baju, kesesuaian kualitas baju dengan harga yang ditawarkan oleh Topshop, kualitas dari bahan baju Topshop ini belum memiliki persepsi positif di benak responden. Dari hasil penelitian responden menyatakan bahwa kualitas baju Topshop belum sesuai dengan harga yang ditawarkannya, dari segi ketahanan bahan baju dalam jangka panjang tidak bertahan lama, karena setelah dipakai sehari-hari dan dicuci berkali-kali bahan baju menjadi melar dan warnanya pudar. Kualitas dari bahan baju yang digunakan oleh Topshop masih dikatakan buruk karena responden mengatakan bahwa ada salah satu bahan baju yang membuat tubuh terasa gatal saat dipakai, hal tersebut menjadi keluhan-keluhan responden pada umumnya.
2. Persepsi konsumen atas variasi produk baju Topshop, dalam variabel ini terdapat hal yang harus diperhatikan. Karena dapat disimpulkan bahwa kinerja Topshop pada variabel ini memiliki persepsi negatif dari para responden. Alasan para responden memiliki persepsi yang negatif atas variabel ini adalah mengingat bahwa produk baju Topshop dipasarkan di Indonesia, membuat para responden menginginkan ukuran dan model yang sesuai dengan tubuh orang Asia pada umumnya, ukuran tubuh orang Indonesia kebanyakan memiliki postur tubuh yang lebih pendek dibandingkan ukuran tubuh orang Amerika. Sedangkan Topshop kurang memperhatikan hal-hal tersebut. Namun ada pun sebagian responden mengatakan bahwa pilihan desain baju Topshop sudah

mengikuti jaman dan terbaru sehingga mendapat respon positif dari sebagian responden.

3. Tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk, dalam variabel ini responden belum merasa puas terhadap atribut yang dimiliki Topshop. Seperti halnya, daya tahan baju dan warna pada produk baju Topshop dikatakan belum memenuhi kepuasan responden. Dengan intensitas penggunaan dari baju Topshop yang sangat tinggi dalam pemakaian sehari-hari, kinerja baju Topshop belum memenuhi kategori sebagai pakaian yang memiliki daya tahan yang lama. Kualitas dari bahan baju yang digunakan produk Topshop ada pun yang tidak memakai bahan yang baik (terasa gatal), sehingga konsumen merasakan tidak nyaman ketika memakai baju tersebut. Selain itu kualitas yang diberikan oleh Topshop tidak sesuai dengan harga yang ditawarkan, dalam hal ini responden menginginkan harga produk yang sesuai dengan manfaat dan juga fungsi produk. Konsumen memiliki harapan atas kualitas produk yang diberikan dengan harga Topshop yang relatif dapat lebih terjangkau lagi dari harga yang telah ditawarkan saat ini. Hal ini mempengaruhi konsumen terhadap niat beli ulang baju Topshop.
4. Tingkat kepuasan konsumen terhadap variasi produk, dalam variabel ini secara keseluruhan kurang puas, responden merasa kurang puas terhadap kelengkapan ukuran baju Topshop, karena ukuran yang disediakan tidak memenuhi keinginan konsumen, ukuran tidak disesuaikan dengan ukuran badan orang Indonesia. Responden kurang puas dengan model baju Topshop. Model baju kurang banyak variasinya sehingga konsumen mudah merasa bosan ketika memilih baju. Responden sudah puas dengan desain baju Topshop yang mengikuti masa kini. Desain dirasa penting karena konsumen memiliki keinginan yang berubah-ubah mengikuti *trend*. Hal tersebut tentu mempengaruhi konsumen terhadap niat beli ulang Topshop.
5. Kepuasan konsumen atas atribut kualitas produk dan variasi produk masing-masing berpengaruh secara signifikan pada niat beli ulang baju Topshop.
6. Niat beli ulang konsumen terhadap produk baju Topshop cukup rendah, baik dalam membeli ulang produk Topshop, merekomendasikan produk Topshop ke

orang lain, menjadikan produk baju Topshop sebagai pilihan utama, maupun mencari informasi mengenai produk baju Topshop.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan dari penelitian ini, penulis memberikan beberapa saran untuk membantu pengembang dalam hal atribut produk yang ditawarkan oleh Topshop guna meningkatkan niat beli ulang dari konsumen.

1. Berdasarkan hasil yang didapatkan dari pengolahan kuesioner, konsumen tidak puas terhadap kualitas produk Topshop, karena kinerja dari bahan baju Topshop tidak nyaman saat digunakan, konsumen merasa bahan yang digunakan ada yang gatal dan tidak rapi jahitannya. Seharusnya Topshop lebih memperhatikan lagi kualitas bahan baju yang digunakan. Hal tersebut harus diperhatikan agar kenyamanan konsumen Ketika memakai produk baju dari Topshop dapat terpenuhi. Selain itu bahan dan warna baju tidak bertahan lama setelah beberapa kali pemakaian warna akan cepat pudar ketika dicuci serta bentuk baju sudah tidak seperti semula lagi atau dapat dikatakan mudah melar. Kualitas yang diberikan oleh Topshop tidak sebanding dengan harga yang ditawarkan, Topshop diharapkan harus bisa mengkaji kembali harga yang lebih terjangkau supaya produk baju Topshop dapat dikonsumsi oleh berbagai lapisan masyarakat di Indonesia. Topshop harus bisa memperbaiki kualitas produk yang diberikan karena hal ini berpengaruh terhadap niat beli ulang produk baju Topshop.
2. Responden memiliki kepuasan yang rendah pada variasi produk baju Topshop. Hal ini dikarenakan pilihan dari warna dan ukuran baju yang kurang lengkap dan variatif. Sehingga konsumen terbatas dalam menentukan warna dan ukuran yang diinginkan. Selain itu pilihan dari model baju yang tidak variatif untuk dipakai sehari-hari menyebabkan rendahnya keragaman dari produk baju Topshop. Sebaiknya Topshop memperbanyak stok model baju baru di setiap toko Topshop di seluruh kota yang tersebar di Indonesia. Sehingga tingkat keragaman model Topshop semakin banyak yang berpengaruh terhadap niat beli ulang. Selain itu, Topshop sebaiknya memperhatikan dalam penyesuaian ukuran pakaian orang Indonesia yang cenderung lebih pendek tingginya,

sehingga konsumen mudah untuk mendapatkan ukuran yang sesuai dengan yang mereka butuhkan. Dengan menyediakan stok warna dan ukuran yang lengkap supaya pilihannya bisa tersedia dengan lengkap di seluruh toko Topshop.

Untuk peneliti berikutnya, disarankan untuk memisahkan kategori profil responden wanita dengan pria antara konsumen Topshop dan memperdalam masalah atau gejala yang didapatkan dengan menjabarkan dari masing-masing jawaban yang diperoleh dari responden. Dengan begitu akan teridentifikasi kedalaman pemahaman diantara masing-masing kategori responden.

DAFTAR PUSTAKA

- Affandi, P. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori, Konsep dan Indikator)*. Riau: Zanafa Publishing.
- Alma, B. (2011). *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Annafik, A. F., & Rahardjo, M. (2012). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Daya Tarik Iklan terhadap Minat Beli Sepeda Motor Yamaha (Studi Kasus pada Konsumen Yamaha SS Cabang Kedungmundu Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 1(4), 274-281.
- Cronin, J. J., & Taylor, S. (1992). Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension. *Journal of Marketing*, 56(3), 55-68.
- Deming, W. E. (1982). *Quality, productivity, and Competitive Position*. Cambridge: Massachusetts Institute of Technology, Center for Advanced Engineering Study.
- Ferdinand, A. (2002). *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goetsch, D. L., & Davis, S. (2015). *Quality Management for Organizational Excellence: Introduction to Total Quality* (8th ed.). Boston: Prentice Hall.
- Griffin, J. (2002). *Customer Loyalty: How to Earn It, How to Keep It*. San Fransisco: Jossey-Bass.
- Harold, R. W. (2001). *An Introduction to Appearance Analysis*. Pennsylvania: Graphic Arts Technical Foundation.
- Hüseyin. (2007). *Observing and Registering Emotional Satisfaction of Customer Contacts: For Customer Satisfaction & Loyalty*. Amsterdam: Vossiuspers UvA.
- Kotler, P. (2009). *Marketing Management*. Harlow: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Principles of Marketing* (5th ed.). Harlow: Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principle of Marketing*. (14th ed.). Boston: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). *Marketing Management* (12th ed.). New Jersey: Prentice-Hall International.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Marketing Management* (13th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (14th ed.). New Jersey: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2013). *Marketing Management: An Asian Perspective* (6th ed.). Singapore: Pearson.

- Lupiyoadi, R. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa: Konsep dan Implementasi*. Jakarta: Erlangga.
- Monroe, K. B. (1990). *Pricing, Making Profitable Decissions* (2nd ed.). New York: McGraw-Hill.
- Neal, C. Q., & Hawkins. (2004). *Consumer Behaviour*. Sydney: McGraw-Hill.
- Ramdas, K. (2003). Managing Product Variety: An Integrative Review and Research Directions. *Production and Operations Management*, 12(1), 79-101.
- Robbins, S. P. (2003). *Organizational Behavior* (10th ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Saidani, B., & Arifin, S. (2012). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli pada Ranch Market. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 3(1), 1-22.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2004). *Consumer Behavior* (8th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2007). *Consumer Behavior* (9th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2010). *Research Method for Business: A Skill Building Approach* (5th ed.). New York: John Wiley & Sons.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2013). *Research Methods for Business* (6th ed.). Chichester: Wiley.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach* (7th ed.). Chichester: John Wiley & Sons.
- Silalahi, U. (2012). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Solomon, M. R. (2007). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*. New Jersey: Pearson Education.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2003). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran* (2nd ed.). Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Sunyoto, D. (2013). *Perilaku Konsumen: Paduan Riset Sederhana untuk Mengenal Konsumen*. Yogyakarta: CAPS.
- Supriyono, K., Hasiolan, L. B., & Warso, M. M. (2014). Pengaruh Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Konsumen dalam Membeli Rumah

- pada Perumahan Bukit Semarang Baru (BSB) City di Semarang. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 4(7), 1-16.
- Suwardi. (2011). Menuju Kepuasan Pelanggan Melalui Penciptaan Kualitas Pelayanan. *Ragam Jurnal Pengembangan Humaniora*, 11(1), 51-58.
- Tjiptono, F. (2012). *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Umar, H. (1999). *Metodologi Penelitian: Aplikasi dalam Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Usman, H., & Akbar, P. S. (2014). *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Wan, X. (2011). *Product Variety, Service Variety, and Their Impact on Distributors* [Disertasi]. Maryland: University of Maryland.
- Wan, X., Dresner, M. E., & Evers, P. T. (2014). Assessing the Dimensions of Product Variety on Performance: The Value of Product Line and Pack Size. *Journal of Business Logistics*, 35(3), 1-35.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2009). *Services Marketing: Integrating Customer Focus across the Firm* (5th ed.). Singapore: McGraw-Hill.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Pertanyaan Angket

I. Profil Responden

1. Jenis kelamin
 - a. Pria
 - b. Wanita
2. Usia
 - a. 15 – 20 Tahun
 - b. 21 – 25 Tahun
 - c. 26 – 30 Tahun
 - d. > 30 Tahun
3. Pekerjaan
 - a. Pelajar SMP/SMA
 - b. Mahasiswa
 - c. Karyawan
 - d. Wiraswasta
 - e. Lainnya (sebutkan) _____
4. Berapa biaya yang biasa anda keluarkan ketika membeli pakaian?
 - a. < Rp. 500.000
 - b. Rp. 500.001 – Rp. 1.000.000
 - c. Rp. 1.000.001 – Rp. 1.500.000
 - d. > Rp. 1.500.000
5. Kapan terakhir kali anda membeli produk baju Topshop?
 - a. < 1 Bulan yang lalu
 - b. 1 – 6 Bulan yang lalu
 - c. 7 Bulan – 1 Tahun yang lalu
 - d. > 1 Tahun yang lalu

II. Kualitas produk (barang) yang dijual di Topshop

Jawablah dengan memilih salah satu dari 5 kotak kemungkinan dengan melingkari jawaban yang anda pilih.

1.	Bahan baju yang digunakan Topshop nyaman ketika digunakan	Sangat tidak nyaman	1	2	3	4	5	Sangat nyaman
2.	Tingkat keawetan warna bahan baju Topshop (dalam jangka waktu lama)	Sangat tidak awet (mudah pudar)	1	2	3	4	5	Sangat awet (tidak pudar)
3.	Bahan baju Topshop memiliki kualitas yang baik saat digunakan	Sangat baik	1	2	3	4	5	Sangat tidak baik
4.	Tingkat ketahanan bahan baju Topshop (ketahanan baju dalam jangka waktu lama)	Sangat tidak awet	1	2	3	4	5	Sangat awet
5.	Kesesuaian kualitas baju Topshop dengan harga yang ditawarkan	Sangat tidak sesuai	1	2	3	4	5	Sangat sesuai
6.	Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas baju yang dijual oleh Topshop	Sangat tidak sesuai	1	2	3	4	5	Sangat sesuai

III. Variasi Produk (barang) yang dijual di Topshop

1.	Pilihan model dari baju Topshop variatif	Sangat tidak variatif	1	2	3	4	5	Sangat variatif
2.	Ketersediaan ukuran baju Topshop lengkap	Sangat tidak lengkap	1	2	3	4	5	Sangat lengkap

3.	Pilihan warna baju yang ditawarkan Topshop beragam	Sangat tidak beragam	1	2	3	4	5	Sangat beragam
4.	Pilihan desain baju Topshop beragam	Sangat tidak beragam	1	2	3	4	5	Sangat beragam
5.	Model baju Topshop sesuai selera saya	Sangat tidak sesuai	1	2	3	4	5	Sangat sesuai
6.	Tingkat kelengkapan ukuran baju Topshop sudah lengkap	Sangat tidak lengkap	1	2	3	4	5	Sangat lengkap
7.	Varian warna baju Topshop menurut saya sudah lengkap	Sangat tidak lengkap	1	2	3	4	5	Sangat lengkap
8.	Menurut saya model baju Topshop sesuai dengan selera saya.	Sangat tidak sesuai	1	2	3	4	5	Sangat sesuai
9.	Model baju Topshop selalu mengikuti <i>trend</i> jaman sekarang	Ketinggalan jaman	2	2	3	4	5	Mengikuti <i>trend</i>
10.	Varian ukuran baju Topshop menurut saya sudah lengkap	Sangat lengkap	1	2	3	4	5	Sangat tidak lengkap

IV. Niat Beli Ulang produk baju Topshop

1.	Saya mau membeli ulang produk baju Topshop	Pasti tidak	1	2	3	4	5	Pasti ya
2.	Saya mau mereferensikan Kembali produk baju Topshop kepada orang lain	Pasti tidak	1	2	3	4	5	Pasti ya
3.	Saya menjadikan produk baju Topshop sebagai pilihan	Pasti tidak	1	2	3	4	5	Pasti ya

	utama ketika hendak membeli baju							
4.	Saya berniat untuk menyarankan produk baju Topshop kepada orang lain	Pasti tidak	1	2	3	4	5	Pasti ya
5.	Saya berniat untuk membeli ulang produk baju Topshop	Pasti tidak	1	2	3	4	5	Pasti ya
6.	Kemungkinan saya menyarankan kepada orang lain untuk membeli produk baju Topshop	Pasti tidak	1	2	3	4	5	Pasti ya
7.	Besarnya peluang saya untuk membeli ulang produk Topshop	Pasti tidak	1	2	3	4	5	Pasti ya
8.	Saya berniat untuk selalu mengutamakan produk baju Topshop dibandingkan dengan produk baju sejenis lainnya	Pasti tidak	1	2	3	4	5	Pasti ya

Lampiran 2. Tampilan Angket Digital

Tampilan pada Ponsel:

The image displays two screenshots of a digital survey on a smartphone. Both screenshots show the same title: "Analisis Pengaruh Persepsi Konsumen Atas Product Quality dan Product Variety Terhadap Kepuasan Konsumen yang Berdampak pada Niat Beli Ulang Topshop".

The left screenshot shows the introductory text:

Halo! Perkenalkan saya Silvia, Mahasiswi Program Sarjana Manajemen Universitas Katolik Parahyangan. Saat ini saya sedang melakukan penelitian tugas akhir dengan judul penelitian "Analisis Pengaruh Persepsi Konsumen Atas Product Quality dan Product Variety Terhadap Kepuasan Konsumen yang Berdampak Pada Niat Beli Ulang Topshop". Saya mohon partisipasi teman-teman untuk mengisi kuesioner penelitian ini jika memenuhi syarat sebagai berikut:

- Mengetahui Produk Topshop
- Pernah membeli dan menggunakan produk baju Topshop

Setiap jawaban yang diberikan merupakan masukan yang berharga bagi saya, hendaknya setiap pertanyaan diisi dengan sungguh-sungguh. Terima kasih atas partisipasi dan waktu yang sudah teman-teman berikan untuk mengisi kuesioner penelitian ini.

Next

The right screenshot shows the "Profil Responden" section with the following questions:

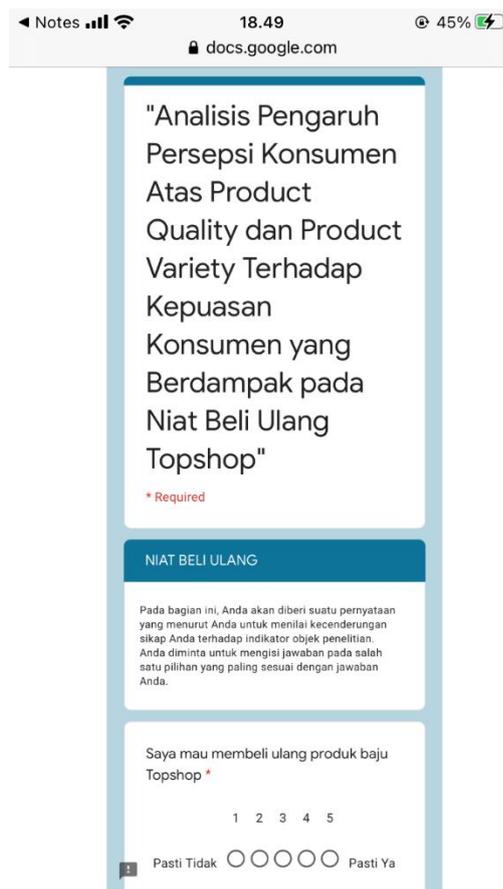
Pada bagian ini, Anda diminta untuk mengisi jawaban pada salah satu pilihan yang paling sesuai dengan jawaban Anda.

Jenis Kelamin *

- Pria
- Wanita

Usia Anda saat ini *

- 15 - 20 Tahun



Tampilan pada Komputer:

"Analisis Pengaruh Persepsi Konsumen Atas Product Quality dan Product Variety Terhadap Kepuasan Konsumen yang Berdampak pada Niat Beli Ulang Topshop"

Halo! Perkenalkan saya Silvia, Mahasiswi Program Sarjana Manajemen Universitas Katolik Parahyangan. Saat ini saya sedang melakukan penelitian tugas akhir dengan judul penelitian "Analisis Pengaruh Persepsi Konsumen Atas Product Quality dan Product Variety Terhadap Kepuasan Konsumen yang Berdampak pada Niat Beli Ulang Topshop". Saya mohon partisipasi teman-teman untuk mengisi kuesioner penelitian ini jika memenuhi syarat sebagai berikut:

- Mengetahui Produk Topshop
- Pernah membeli dan menggunakan produk baju Topshop

Setiap jawaban yang diberikan merupakan masukan yang berharga bagi saya, hendaknya setiap pertanyaan diisi dengan sungguh-sungguh. Terima kasih atas partisipasi dan waktu yang sudah teman-teman berikan untuk mengisi kuesioner penelitian ini.

[Next](#)

Never submit passwords through Google Forms.
This content is neither created nor endorsed by Google. [Report Abuse](#) - [Terms of Service](#) - [Privacy Policy](#)

"Analisis Pengaruh Persepsi Konsumen Atas Product Quality dan Product Variety Terhadap Kepuasan Konsumen yang Berdampak pada Niat Beli Ulang Topshop"

* Required

Profil Responden

Pada bagian ini, Anda diminta untuk mengisi jawaban pada salah satu pilihan yang paling sesuai dengan jawaban Anda.

Jenis Kelamin *

Pria

Wanita

"Analisis Pengaruh Persepsi Konsumen Atas Product Quality dan Product Variety Terhadap Kepuasan Konsumen yang Berdampak pada Niat Beli Ulang Topshop"

* Required

KUALITAS PRODUK

Pada bagian ini, Anda akan diberi suatu pernyataan yang menurut Anda untuk menilai kecenderungan sikap Anda terhadap indikator objek penelitian. Anda diminta untuk mengisi jawaban pada salah satu pilihan yang paling sesuai dengan jawaban Anda.

Bahan baju yang digunakan Topshop nyaman ketika digunakan *

1 2 3 4 5

Sangat tidak nyaman Sangat nyaman

"Analisis Pengaruh Persepsi Konsumen Atas Product Quality dan Product Variety Terhadap Kepuasan Konsumen yang Berdampak pada Niat Beli Ulang Topshop"

* Required

VARIASI PRODUK

Pada bagian ini, Anda akan diberi suatu pernyataan yang menurut Anda untuk menilai kecenderungan sikap Anda terhadap indikator objek penelitian. Anda diminta untuk mengisi jawaban pada salah satu pilihan yang paling sesuai dengan jawaban Anda.

Pilihan model dari baju Topshop variatif *

Sangat tidak variatif 1 2 3 4 5 Sangat variatif



"Analisis Pengaruh Persepsi Konsumen Atas Product Quality dan Product Variety Terhadap Kepuasan Konsumen yang Berdampak pada Niat Beli Ulang Topshop"

* Required

NIAT BELI ULANG

Pada bagian ini, Anda akan diberi suatu pernyataan yang menurut Anda untuk menilai kecenderungan sikap Anda terhadap indikator objek penelitian. Anda diminta untuk mengisi jawaban pada salah satu pilihan yang paling sesuai dengan jawaban Anda.

Saya mau membeli ulang produk baju Topshop *

Pasti Tidak 1 2 3 4 5 Pasti Ya



Lampiran 3.
Rekapitulasi Jawaban Responden

No.	Kualitas Produk					Variasi Produk							
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8
1	2	5	2	4	4	2	5	5	5	2	1	4	5
2	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4
3	4	2	1	2	2	1	1	1	2	3	1	1	1
4	4	4	4	3	4	2	3	2	3	3	2	2	2
5	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3
6	4	4	3	4	4	2	4	4	3	4	3	4	3
7	3	4	2	3	4	2	4	4	4	4	3	4	4
8	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
9	4	2	1	2	2	1	4	2	4	3	2	1	3
10	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
11	4	5	5	4	4	5	5	5	3	5	4	4	4
12	4	4	3	4	4	3	4	5	5	4	3	5	5
13	5	4	2	4	4	2	4	3	3	3	3	4	3
14	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3
15	1	1	1	1	1	1	2	3	3	1	2	2	2
16	4	5	4	5	5	4	5	2	3	2	4	2	2
17	3	4	3	3	2	2	4	4	3	4	3	3	4
18	4	4	1	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4
19	4	4	4	3	4	5	4	3	4	4	4	3	4
20	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2
21	4	4	2	3	3	2	2	4	2	3	3	4	2
22	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4
23	4	2	1	2	2	1	4	2	4	3	2	1	3
24	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
25	3	5	5	5	5	5	5	3	4	4	5	3	4
26	4	2	2	2	2	1	4	4	4	4	3	4	4
27	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4
28	4	4	1	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
29	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4
30	2	4	1	2	3	1	4	4	4	3	2	4	2
31	3	5	3	4	5	3	5	5	5	5	3	5	5
32	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	3
33	3	2	2	2	2	3	5	2	2	3	2	2	2
34	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	3
35	4	4	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
36	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5
37	4	4	2	3	3	2	4	4	5	5	3	4	4
38	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
39	4	2	1	2	2	2	4	4	4	4	4	5	2
40	2	2	4	2	3	2	2	4	4	4	2	5	2
41	1	2	4	3	2	2	1	3	2	1	2	1	2
42	2	3	3	2	2	1	1	2	1	3	1	1	1
43	2	3	3	2	2	2	4	4	3	2	2	3	2
44	4	1	2	3	3	2	4	4	3	3	3	3	2
45	3	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2
46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
47	5	4	5	5	5	5	4	4	3	3	3	3	3
48	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3
49	4	4	2	4	4	2	5	5	4	4	4	5	4
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	3
51	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3
52	5	1	2	4	1	2	2	4	2	2	4	4	2
53	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

No.	Kualitas Produk					Variasi Produk							
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8
54	4	4	4	5	4	4	5	3	4	4	3	3	4
55	3	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2
56	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1
57	2	2	1	2	2	1	2	1	2	2	1	1	2
58	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
59	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
60	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2
61	1	2	1	1	2	1	2	1	2	2	2	1	2
62	2	2	2	2	2	2	4	2	3	4	2	2	2
63	2	2	1	2	2	1	2	1	2	2	2	1	2
64	2	2	1	2	2	1	2	1	2	2	2	1	2
65	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2
66	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
67	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2
68	2	4	1	2	2	1	2	2	2	4	2	2	2
69	2	2	1	2	2	1	2	1	2	2	2	1	2
70	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
71	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
72	2	2	1	3	2	1	2	2	2	2	2	2	2
73	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
74	2	2	1	2	2	2	1	1	2	2	2	1	2
75	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2
76	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2
77	2	2	2	1	2	1	2	1	2	2	2	1	2
78	2	2	2	2	2	2	4	2	4	2	2	2	4
79	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
80	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2
81	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2
82	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
83	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
84	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2
85	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2
86	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
87	3	3	3	3	4	4	4	3	2	3	2	2	2
88	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2
89	2	1	1	2	1	1	2	1	2	2	1	1	2
90	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2
91	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	2	2
92	2	2	1	2	2	1	4	2	2	2	2	2	2
93	3	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2
94	2	2	2	2	2	2	3	1	2	2	2	1	2
95	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	1	2
96	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
97	2	2	2	2	2	2	4	1	2	2	2	1	2
98	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	1	1	2
99	4	2	1	2	2	1	4	1	2	2	2	1	2
100	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2
101	2	2	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2
Rata-rata	2,92	2,87	2,87	2,77	2,78	2,24	3,10	2,73	2,91	2,91	2,56	2,66	2,68

No.	Kepuasan						Niat Beli Ulang				
	Z1	Z2	Z3	Z4	Z5	Z6	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5
1	1	5	4	2	4	1	2	1	3	1	2
2	3	4	4	3	3	2	3	3	3	3	3
3	2	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1
4	2	4	2	2	2	2	3	3	3	2	2
5	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2

No.	Kepuasan						Niat Beli Ulang				
	Z1	Z2	Z3	Z4	Z5	Z6	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5
6	4	5	4	2	1	1	1	2	1	2	1
7	4	5	4	2	1	1	1	2	2	1	1
8	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
9	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
11	4	5	3	3	3	4	4	4	5	4	4
12	3	4	5	3	3	2	3	3	3	3	2
13	4	4	5	2	3	4	3	3	3	3	3
14	4	3	4	3	2	2	2	2	2	2	2
15	2	2	3	1	2	2	2	2	2	2	2
16	4	5	2	2	5	1	3	3	4	2	2
17	3	4	4	3	2	2	2	2	2	3	1
18	4	4	4	1	1	1	1	1	1	1	1
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
20	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2
21	3	4	4	3	2	1	1	3	2	3	1
22	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	3
23	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
25	5	5	3	5	5	2	5	3	3	3	2
26	3	3	4	2	2	1	1	2	2	1	1
27	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4
28	4	4	4	2	2	1	3	1	2	2	1
29	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5
30	2	3	3	2	1	1	1	2	1	1	1
31	3	4	5	1	1	1	1	1	1	2	1
32	3	4	4	3	3	2	3	2	2	3	2
33	4	5	2	4	4	2	2	2	4	5	2
34	3	4	4	3	3	2	3	2	2	3	2
35	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
36	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4
37	3	5	4	2	2	2	2	2	3	2	1
38	4	4	4	3	3	2	2	4	3	3	2
39	2	4	4	2	2	1	2	2	2	2	1
40	1	2	4	1	1	1	1	1	1	2	1
41	1	3	1	1	1	1	1	2	1	1	2
42	4	3	2	4	3	2	1	1	1	2	3
43	2	3	3	3	2	3	2	2	2	1	2
44	2	3	3	1	2	2	2	2	2	2	2
45	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
47	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3
48	4	4	3	4	3	2	3	3	3	3	2
49	4	5	5	4	3	2	3	3	2	3	1
50	3	4	4	3	3	2	3	3	3	3	2
51	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2
52	4	2	4	2	1	2	1	2	1	2	2
53	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
54	3	4	3	3	3	1	3	3	2	2	2
55	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2
56	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
57	1	2	1	2	1	1	1	2	2	2	1
58	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1
59	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
60	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
61	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2
62	2	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2
63	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2

No.	Kepuasan						Niat Beli Ulang					
	Z1	Z2	Z3	Z4	Z5	Z6	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	
64	1	4	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2
65	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
66	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
67	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
68	2	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
69	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2
70	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
71	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2
72	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
73	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
74	2	4	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2
75	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
76	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1
77	2	2	1	2	1	1	1	2	1	2	2	1
78	2	4	2	2	1	1	1	2	1	2	2	1
79	2	2	2	2	1	1	1	2	1	1	1	1
80	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1
81	2	2	2	2	1	1	1	2	1	1	1	1
82	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1
83	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1
84	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1
85	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	1
86	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
87	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3
88	2	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1
89	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
90	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
91	2	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
92	2	4	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2
93	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
94	2	3	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2
95	2	3	2	1	2	1	2	2	1	2	2	1
96	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
97	2	4	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
98	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
99	1	2	1	2	2	1	2	2	2	2	1	1
100	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	1
101	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Rata-rata	2,60	3,20	2,69	2,31	2,21	1,89	2,12	2,19	2,15	2,12	2,12	1,90

RIWAYAT HIDUP PENULIS

Nama Lengkap : Silvia
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat, Tgl. Lahir : Bogor, 26 Januari 1999
Alamat : Jl. Pasar Ciampea Lama No. 13 RT 2/RW 2, Kab. Bogor
No. Hp : 081381551621
E-mail : Mariasilviaaa26@gmail.com
Kewarnegaraan : Indonesia
Agama : Katolik
Pendidikan Formal
2004 – 2010 : SD Mardi Waluya, Bogor
2010 – 2013 : SMP Mardi Waluya, Bogor
2013 – 2016 : SMA Budi Mulia, Bogor
2016 – 2021 : Universitas Katolik Parahyangan, Bandung
Fakultas Ekonomi, Program Studi Manajemen