

DAFTAR PUSTAKA

- Andi, N. A. (2019). *Mi Ayam Harga Rp 3.000 di Festival Mie Bogasari 2019*.
<https://www.republika.co.id/2019-04-01>
- Corbuzier, D. (2019). *Viral Penjual Bakmi Cantik penangung Chairil, A Trans 7 Jakarta1025Menit*.https://www.youtube.com/watch?v=VV_VIRGLC4E.
co.id/01 04 19
- Donni, P. J. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta CV IKAPI.
- Febriani, N. S. (2017). *Faktor Kebudayaan Pendorong Munculnya Loyalitas pada Konsumen Kuliner Kota Kediri Jawa Timur. Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 1(3), 2549–7626.
<https://doi.org/10.42019>
- Ghozali, I. (2017). *Model Persamaan STRUKTURAL Konsep Dan Aplikasi Dengan Program AMOS 24 Update Bayesian SEM*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis. In Person Education*. New Jersey: Pearson Education.
- Haryono, S. (2017). *Metode SEM untuk penelitian manajemen AMOS LISREL PLS*. Jakarta Utara: Luxima metro media.
- Hasan, A. (2013). *Marketing Edisi ke 1. Media Pressindo: Yogyakarta*.
- Hurriyati, R. (2010). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta CV IKAPI.
- Hasniaty. (2015). *Customer Perception On Products, Pricing, Service Quality, Towards Customers Quality Relationship And Loyalty of Domestic Airlines Indonesia. International Journal of Scientific & Tecnology Reseach*, 4(12), 181–188. <https://doi.org/10.42019>
- Indra, D. (2018). *The Effect of Promotion Mix of the Off-Air English Service Program At Rri Pro2 Fm Bandung Upon the Loyalty of the Audiences. The Management Journal of Binaniaga*, 3(2), 258–149. <https://doi.org/10.42019>
- Kanuk, & Schiffman . (2010). *Cuscomer Behavior*. In 10th. New Jersey: Pearson Prentice Hall.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Lubis, P. H. (2019). *Pengaruh Motivasi Utilitarian dan Motivasi Hedonisme Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengunjung Sport Station Banda Aceh*. 4(1), 2598635X. <https://doi.org/10.24127/ps.v4i1.2598635X>
- Lolanda B, Patricia P, Manuela G, J. M. (2014). Visitors, Motivations and Loyalty Towards Castro Marim Medieval Fair. , *Journal of Spatial and Organizational Dynamics, University of Algarve*, 2(1), 48–104. <https://doi.org/10.1515/jsod-2014-0019>
- Limakrisna, S. & Nandan. (2011). *Perilaku Konsumen dan Strategi pemasaran untuk memenangkan persaingan bisnis*. Jakarta: Penerbit Mitra Wacana Bisnis.
- Masram, & Muah. (2014). Loyalitas Pelanggan Tinjauan Aspek Kualitas Pelayanan dan Biaya Peralihan. *loyalitas Pelanggan* (107–124). Taman Sidoarjo: Zifatama.
- Musigire S, Palto R D, Joseph N, A. M. (2009). *Marketing Culture, Psychology Wellness, Ethical Climate, Service Performance and Loyalty*. *Journal of Bussiness and Retail Management Research(JBRMR)*, 3(2), 81–87. <https://doi.org/10.1108/JBRMR-01-2009-0019>
- Muttaqien, F., & Firmandita, S. A. (2018). *Pengaruh Sikap Dan Persepsi Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Aqua Di Agen Di Kecamatan Candipuro Kabupaten Lumajang*. 4(2), 2599–3348. <https://doi.org/10.24127/ps.v4i2.2599-3348>
- Notoatmodjo, S. (2014). *Perilaku Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Oesman, I. F. (2017). *Kompok Acuan, Budaya, Sikap & Loyalitas Pelanggan E-commerce Lazada*. 1(2), 2541–1950. <https://doi.org/10.24127/ps.v1i2.2541-1950>
- Pergikuliner.co. (2018). *Mie Ayam vs Mie Yamin, di Mana Letak Perbedaan Keduanya?*. Jakarta. <https://pergikuliner.com/2019-04-10>
- Salim, I. S. (2016). *The Link between Tourists' Motivation, Perceived Value and Customer Loyalty: The Case of Film Festival Branding In Zanzibar*. *International Journal of Bussiness and Mangement Invention*, 5(10), 18–28. <https://doi.org/10.1108/IJBMI-07-2016-0019>
- Setiadi M E, Hakam A K, E. R. (2017). *Ilmu Sosial Budaya Dasar*. Jakarta: Kencana.

- Setiadi, N. (2013). *Perilaku Konsumen Perspektif Kotemporer pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Kencana.
- Silaban, W. . (2018). 1 Desember 2018, Bogor Larang Penggunaan Kantong Plastik. <https://www.bisnis.tempo.co/2019-05-09>
- Solmaz, T. F. & J. (2017). Study the of Culture on Customer Loyalty on the Target Makets for Successful Export. *University of Technologi*, 9(2), 144–157. <https://doi.org/28 06 19>
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sugiyono. (2009). *Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta CV IKAPI.
- .Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- .Sugiyono. (2017). *Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta CV IKAPI.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen Trori dan Penerapannya dalam Pemasaran (kedua)*. Bogor: Ghalia Indonesia Anggota IKAPI.
- Sumarwan U, Jauzi A, Mulyana A, Karno, N, B, Mawardi K Ponti, N. W. (2011). Riset Pemasaran dan Komunikasi. In *panduan riset dan kajian :kepuasan, perilaku pembelian , Gaya hidup dan persepsi risiko* (p. 229). Bogor: IPB Press.
- Suparman, D. (2017). *the Effects of the Quality Service and the Customer Loyalty Upon the Revenue of Telkom Cooperation Unit Bogor*. *The Management Journal of Binaniaga*, 2(01), 31. <https://doi.org/10.33062/mjb.v2i01.51>
- Syahriar, M. Y. (2015). *Pengaruh Anteseden Motivation,Oppourtunity, dan Ability Terhadap Customer Loyalty Pengguna Akun Twitter di Surabaya Melalui Know-How Exchange dan Customer Value*. 4(1), 2320–8203. <https://doi.org/22 6 2019>
- Tian. (2009). *Pencernaan usaha mie basah: Seri Teknologi Sederhana*. *Bandung : Titian Ilmu*.

LAMPIRAN I

KUESIONER PENELITIAN

Assalamualaikum Wr Wb

Dengan Hormat

Saya Diva Vidyar Nadyasa, Mahasiswi STIE BINANIAGA dengan ini saya melakukan penelitian dalam rangka untuk memenuhi tugas akhir skripsi di bidang Manajemen bisnis. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Faktor Budaya, Persepsi Pelanggan dan Motivasi Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Mie Yamin Bakso G 57. Tidak mengurangi rasa hormat penelitian ini tidak ada jawaban benar atau salah. Maka saya harap anda dapat memberikan jawaban yang sejujur – jujur nya dengan sesuai kenyataanya.

Hasil data atau informasi dari kuesioner ini semata – mata bertujuan untuk akademis dan tidak berpengaruh kepada responden. Saya akan merahasiakan atas informasi yang telah anda berikan.

Sebelumnya saya ucapkan terimakasih.

Hormat Saya

Diva Vidyar Nadyasa

S1 0215112

A. Data Responden

Untuk memperoleh keabsahan dalam menjawab penelitian ini, saya mohon kepada

Bapak/Ibu/Saudara/Saudari untuk menceklis ($\sqrt{}$) pernyataan berikut ini :

1. Jenis Kelamin : laki – laki ☐

Perempuan ☐

2. Umur : 12 - 20 Tahun ☐

21 - 25 Tahun ☐

26 - 35 Tahun ☐

$\geq$ 35 Tahun ☐

3. Pendapatan : $\leq$ 1.000.000 ☐

3.000.000 - 5.000.000 ☐

5.000.000 - 10.000.000 ☐

$\geq$ 10.000.000 ☐

4. Pekerjaan : Pelajar ☐

Pns ☐

Swasta ☐

Ibu Rumah Tangga ☐

5. Apakah Saudara/i tinggal di kelurahan Karadenan?

Iya ☐ tidak ☐

6. Berapa kali Saudara/i membeli Mie Yamin Bakso G57 ?

$\leq$ 1 ☐ $\geq$ 1 ☐

Apabila baru sekali beli mohon untuk tidak dilanjutkan, terima kasih.

B. Petunjuk Pengisian

Isilah pernyataan tersebut sesuai dengan pilihan Bapak/Ibu/Saudara/Saudari dengan memberi tanda ceklis pada kolom yang tersedia:

Jawaban	Keterangan
SS	Sangat Setuju
S	Setuju
N	Netral
TS	Tidak Setuju
STS	Sangat Tidak Setuju

FAKTOR BUDAYA (δ_1)

NO	Pernyataan	SS 5	S 4	N 3	TS 2	STS 1
1	Konsumen percaya mie yamin bakso G 57 sudah cukup mengenyangkan.					
2	Konsumen tidak percaya mie yamin bakso G 57 ada unsur haram dari minyak babi.					
3	Kebiasaan konsumen mengkonsumsi mie yamin bakso G 57.					
4	Konsumen tetap mengkonsumsi mie yamin G57 meskipun terdapat pengawet.					
5	Menurut konsumen tampilan warung mie yamin G 57 membawa unsur kejawaan.					

PERSEPSI PELANGGAN ($\delta 2$)

No	Pernyataan	SS 5	S 4	N 3	TS 2	STS 1
1	Menurut konsumen lokasi mie yamin bakso G57 strategis, produk berkualitas dan harga terjangkau.					
2	Aroma sajian ayam mie yamin bakso G 57 sangat unik dan khas.					
3	Cita rasa dan kandungan gizi mie yamin bakso G 57 sangat komplit.					
4	Tekstur mie yamin bakso G 57 yang kenyal beda dengan pesaing.					
5	Desain spanduk mie yamin bakso G57 sangat mempengaruhi perilaku pembelian.					
6	Pelayanan di mie yamin bakso G57 sangat memuaskan.					

MOTIVASI PELANGGAN ($\delta 3$)

No	Pernyataan	SS 5	S 4	N 3	TS 2	STS 1
1	Ketika lapar konsumen memilih alternatif mie yamin bakso G57.					
2	Konsumen membeli mie yamin bakso G 57 karena mereknya yang halal.					

3	Konsumen sangat senang mengkonsumsi mie yamin bakso G 57.					
4	Konsumen selalu puas dan setia terhadap produk mie yamin bakso G 57.					
5	Saya sarankan untuk membeli mie di warung mie yamin bakso G 57.					

LOYALITAS PELANGGAN ($\delta 4$)

No	Pernyataan	SS 5	S 4	N 3	TS 2	STS 1
1	Konsumen yang sudah merasakan mie yamin bakso G57 akan kembali membeli.					
2	Konsumen tidak tertarik untuk membeli mie yamin bakso pesaing yang sejenis.					
3	Konsumen akan merekomendasikan kepada semua orang untuk membeli mie yamin bakso G 57.					
4	Konsumen sudah merasakan kenikmatan produk mie yamin bakso G 57.					

LAMPIRAN 2

DATA PENELITIAN

No	FaktorBudaya					PersepsiPelanggan						MotivasiPelanggan					LoyalitasPelanggan			
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	1	2	3	4
1	5	5	5	5	5	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	5	5	5	5
2	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	5	5	4	5	3	3	5	4	4	4
3	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5	3	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	3	3
5	5	5	5	5	5	4	3	4	5	3	3	2	4	5	5	5	4	4	4	5
6	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4
7	5	5	5	5	5	3	3	4	3	4	5	5	3	3	4	5	5	5	5	5
8	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	3	3	4
9	4	5	3	4	5	3	4	4	3	2	5	3	2	3	3	3	5	5	4	4
10	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	4	4	4	4
11	4	4	4	4	5	4	3	3	5	3	3	5	3	3	3	3	4	4	3	3
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	5	3	4	4	4	3	3
13	2	2	2	2	2	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	1	1	1
14	3	3	4	3	4	5	5	5	5	4	5	2	4	5	5	5	3	4	3	4
15	3	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
16	5	5	5	5	5	4	5	3	3	5	3	3	5	5	3	3	5	5	5	5
17	4	4	4	4	4	5	3	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
18	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
19	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	5	4	3	3	3	3	4	3	3	3
20	4	4	4	3	4	4	5	3	3	3	3	4	4	5	5	5	4	4	3	3
21	4	5	5	5	5	3	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	3	5
22	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	2	3	3	4	4	3	4	3
23	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4
24	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	5	5	5	5	5	5	4	3	3	3
25	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	5	5	5	5
26	4	3	5	5	4	4	3	4	3	5	5	3	5	3	3	4	5	3	3	2
27	5	5	4	5	5	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	5	4	2
28	5	5	5	3	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	3
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4
30	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4
31	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4
32	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4
33	5	5	5	5	4	5	4	3	4	4	5	1	3	3	4	3	4	4	4	4
34	4	5	3	4	5	5	5	5	4	4	5	5	3	5	5	5	5	5	3	3
35	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3

No	FaktorBudaya					PersepsiPelanggan						MotivasiPelanggan					LoyalitasPelanggan			
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	1	2	3	4
36	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	3	5	5	5	5	5
37	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
38	5	5	5	5	5	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	5	5	4	4
39	3	4	4	4	3	5	5	5	5	4	3	2	3	3	4	5	5	5	3	3
40	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	3	5	5	5	4	4	4	4
41	5	2	4	5	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	2	2
42	4	3	3	3	3	5	4	5	4	5	5	3	4	4	4	5	3	3	3	3
43	5	4	4	4	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	5	3	3
44	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3
45	4	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	5	5	5	5
46	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4
47	4	3	3	3	3	5	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3
48	5	5	5	5	4	5	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	5	5	5	5
49	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	3
50	4	4	4	4	4	5	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	5	5	3	5
51	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	3	4
52	5	5	5	5	5	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4
53	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5
54	5	5	5	5	5	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	5	5	5	5
55	4	4	3	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3
56	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4
57	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5
58	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4
59	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	5	4	3	4
60	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	3	4
61	5	3	3	3	5	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	1	2
62	4	4	3	3	5	4	4	5	5	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3
63	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4
64	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
66	4	4	4	5	4	4	4	2	3	4	3	3	4	4	3	2	5	5	3	4
67	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
68	4	4	5	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4
69	4	5	5	3	5	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	5	5	3	5
70	5	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	3	3
71	3	4	4	4	4	5	3	3	5	5	5	3	3	4	4	4	5	4	4	4
72	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4
73	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4
74	3	5	3	4	4	4	2	1	3	3	4	4	4	4	4	3	5	4	3	4

No	FaktorBudaya					PersepsiPelanggan						MotivasiPelanggan					LoyalitasPelanggan			
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	1	2	3	4
75	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
76	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	5	3	4	3	3	4	4	4	3
77	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	4
78	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	4
79	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4
80	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3
81	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	5	4	5	4	5
82	5	5	4	3	3	4	4	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	3	5	4
83	3	3	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3
84	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
85	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
86	4	4	3	4	4	5	4	4	5	2	5	5	4	4	5	4	4	4	3	4
87	4	4	3	4	4	4	4	3	4	2	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4
88	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	2	4	4
89	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3
90	3	3	4	4	5	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	5	5	3	3
91	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4
92	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	5	5	4	5
93	3	3	3	3	2	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	5	2
94	5	5	5	5	5	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	5	5	5	5
95	4	5	5	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	5
96	5	5	5	5	5	3	2	3	3	2	4	2	3	2	3	3	5	4	3	4
97	5	5	5	5	5	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	5	5	5	5
98	2	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	5
99	5	5	5	5	5	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	5	5	5	5
100	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3
101	4	3	2	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4
102	2	2	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	2	3
103	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3
104	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4
105	5	5	4	4	5	5	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
106	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	3	3	4	4	3	2	4	4	4	4
107	3	3	4	4	5	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	5	5	5
108	4	4	5	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	5	3	4
109	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4
110	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
111	3	3	3	3	2	5	3	3	5	5	5	3	3	4	4	4	2	2	3	3
112	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	5
113	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	5	4	4	4

No	FaktorBudaya					PersepsiPelanggan						MotivasiPelanggan					LoyalitasPelanggan			
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	1	2	3	4
114	4	3	3	4	3	4	2	1	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4
115	5	3	4	5	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3
116	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	3	3	3
117	4	4	3	3	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	2	3	4
118	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	3	4
119	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	3	4	3	3	4	5	4	2	5
120	3	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	3	3	4	4	3	4	3
121	5	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4
122	4	4	4	4	3	4	4	5	5	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4
123	5	4	5	5	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	5	4	5	4
124	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3
125	5	5	4	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	4	4	5	3
126	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
127	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
128	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	5	3	5	4	4	3	3
129	4	4	4	4	5	5	4	3	4	2	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4
130	4	4	3	3	3	5	4	3	4	2	5	4	4	4	4	4	4	3	4	3
131	2	4	2	5	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4
132	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5
133	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4
134	4	4	4	4	4	1	3	4	5	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4
135	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4
136	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	5	4	4
137	5	4	4	5	4	5	2	4	3	1	3	3	2	3	4	3	5	5	2	3
138	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4
139	4	4	4	4	4	5	3	3	5	5	2	5	3	3	4	3	4	4	4	4
140	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	3	4	5	4	4	3	4
141	4	4	3	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4
142	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	5	5	4	3	3
143	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	3	4
144	5	5	5	5	5	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	5	5	5	5
145	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3
146	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	3	4	4	5	4	4	3	4
147	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	3	4	4	5	4	5	5	5	5
148	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5
149	3	3	3	3	4	5	4	3	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	3	4
150	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	3	4	5	4	5	4
151	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	3	4	5	4	4
152	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	5	4	4	4

No	FaktorBudaya					PersepsiPelanggan						MotivasiPelanggan					LoyalitasPelanggan			
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	1	2	3	4
153	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
154	5	3	4	4	5	3	4	4	3	3	4	2	3	4	4	4	5	3	5	3
155	5	4	5	4	5	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4
156	4	4	5	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	5	4	4	5
157	4	3	4	3	4	5	4	4	5	4	4	4	3	3	2	2	3	4	2	4
158	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	2	4
159	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4
160	4	4	4	3	5	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	5	4	4	4
161	4	3	5	4	4	4	5	5	5	4	5	3	4	4	5	4	4	4	4	5
162	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	5	5	5	4
163	5	5	4	4	3	3	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
164	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3
165	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	3	3
166	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	3	3	3	5	4	5	5	5	5
167	5	5	5	5	5	3	3	3	4	4	3	3	2	3	3	3	5	5	5	5
168	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5
169	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	5	5	5	5
170	4	4	4	4	5	4	3	4	3	4	4	3	2	3	4	3	4	5	5	4
171	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
172	3	3	3	3	3	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	3	4	4	3	4
173	3	3	4	3	4	5	4	4	5	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4
174	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	3	3	5	4	4	4	4	4	4
175	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
176	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4
177	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4
178	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5
179	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	5	4
180	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4
181	4	5	4	4	5	4	4	3	4	3	4	4	4	5	3	4	5	4	4	4
182	5	5	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5
183	4	4	4	4	4	5	5	4	5	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
184	5	4	5	4	5	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5
185	5	4	3	4	4	5	4	4	3	3	4	3	3	5	4	4	5	4	5	4
186	4	5	4	4	5	5	3	4	4	5	5	3	4	4	3	4	5	4	5	4
187	5	4	4	4	5	4	4	4	4	3	3	2	4	3	5	4	4	5	4	5
188	5	4	5	4	5	4	3	3	4	3	3	2	3	3	3	4	5	4	4	5
189	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	2	3	3	3	4	3	3	4	3
190	5	5	5	5	5	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5
191	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	5	5	5	5

No	FaktorBudaya					PersepsiPelanggan						MotivasiPelanggan					LoyalitasPelanggan			
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	1	2	3	4
192	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	5	5	5	5
193	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	5	4	4	5
194	4	4	3	5	4	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	5	4	3	5	4
195	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
196	4	4	3	4	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	5	4
197	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	5	4
198	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	3	4	5	5	4	3	5	5	4	5
199	4	3	4	3	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5
200	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5

LAMPIRAN 3

Riwayat Hidup

Nama : Diva Vidyar Nadyasa

NIM : S1 02 - 15 - 112

Tempat Tgl Lahir : Magetan, 13 Juli 1996

Alamat : Kandenan Barat RT/RW 03/01 Kel Lembeyan :
Wetan Kec Lembeyan Kab Magetan Jawa Timur.

Orang Tua : Alm Bapak Suwarno dan Ibu Boirah

Pendidikan : SDN Lembeyan Wetan 3

: SMPN 2 Lembeyan

: SMKN 1 Magetan

: STIE BINA NIAGA