

LAMPIRAN

Surat Keterangan Membimbing



UNIVERSITAS GALUH FAKULTAS EKONOMI

PROGRAM STUDI MANAJEMEN : TERAKREDITASI "B" SK. NO. 5278/SK/BAN-PT/Akred/S/IX/2020
PROGRAM STUDI AKUNTANSI : TERAKREDITASI "B" SK. NO. 4682/SK/BAN-PT/Akred/S/VIII/2020
Jl. RE. Martadinata No. 150 Telp/Fax. (0265) 772060 - 778374 Ciamis 46251

SURAT TUGAS MEMBIMBING SKRIPSI

Nomor : 0198/34/ST/AK/D/I/2024

Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Ciamis dengan ini memberi tugas membimbing skripsi kepada :

Nama : **Dr. Nana Darna, S.E., M.M.**
 sebagai Pembimbing I
Nama : **H. Iwan Setiawan, S.E., M.M.**
 sebagai Pembimbing II

Dalam penulisan/penyusunan skripsi mahasiswa untuk dan atas :

Nama : **DESTIA ISRO MIRAJANTI**
NIM : **3402200018**
Program Studi : **Manajemen**
Judul Skripsi : **PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KEPERCAYAAN NASABAH TERHADAP KEPUASAN NASABAH (Studi pada Bank.....)**

Surat tugas ini berlaku sampai dengan skripsi selesai paling lambat 1 (satu) tahun setelah penetapan surat tugas ini.

Demikian agar dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ciamis, 16 Januari 2024
Dekan,

Dr. Nurdiana Mulyatini, S.E., M.M.
NIK. 3112770079

Tembusan :

- Yth. Ketua Program Studi yang bersangkutan
- Yth. Mahasiswa yang bersangkutan

Surat Ijin Penelitian



UNIVERSITAS GALUH FAKULTAS EKONOMI

PROGRAM STUDI MANAJEMEN : TERAKREDITASI "B" SK. NO. 5278/SK/BAN-PT/Akred/S/IX/2020
PROGRAM STUDI AKUNTANSI : TERAKREDITASI "B" SK. NO. 4682/SK/BAN-PT/Akred/S/VIII/2020
JI. RE. Martadinata No. 150 Telp/Fax. (0265) 772060 - 778374 Ciamis 46251

Nomor : 441/34/SP/AK/D/II/2024
Lampiran : -
Perihal : Ijin Penelitian Skripsi

Kepada Yth,
Pimpinan Endro Cosmetik
di
T e m p a t

Dengan Hormat,

Berdasarkan Program Akademik Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Ciamis, dalam rangka menyelesaikan studi mahasiswa diwajibkan untuk menyusun skripsi. Untuk keperluan tersebut kiranya Bapak/Ibu dapat membantu mahasiswa kami dalam melakukan penelitian dan pengumpulan data pada Perusahaan/Dinas/Instansi yang Bapak/Ibu pimpin. Adapun mahasiswa yang dimaksud adalah :

Nama : Destia Isro Mirajanti
Nomor Pokok / NIM. : 3402200018
Asal Program Studi : Manajemen
Tempat Tanggal Lahir : Ciamis, 15 Oktober 20001
Telepon / HP : 0895325026924
Alamat : Dsn Karangmulya RT 04/05 Desa Karangpawitan Kec. Kawali Kab. Ciamis
Lamanya Penelitian : **Februari s/d April 2024**
Judul Penelitian : Pengaruh Kualitas Produk dan Kepercayaan Konsumen terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Konsumen Wardah di Endro Cosmetik)

Demikian permohonan ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Ciamis, 17 Februari 2024
Dekan,

Dr. Nurdiana Mulyatini, S.E., M.M.
NIK. 3112770079

Surat Konfirmasi Izin Penelitian



ENDROCOSMETIC'S

Karangpawitan, Kec. Kawali, Kabupaten Ciamis, Jawa Barat 46253

Konfirmasi Izin Penelitian

Kawali, 25 Februari 2024

Kepada
Yth Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Galuh
Di Tempat

Dengan Hormat,
Berdasarkan Surat Nomor : 441/34/SP/AK/D/II/2024 Tanggal 17 Februari 2024 Perihal
konfirmasi izin penelitian kepada mahasiswa/I :

Nama : Destia Isro Mirajanti
NPM : 3402200018
Program Studi : Manajemen

Bersama ini kami sampaikan bahwa mahasiswa/I tersebut diizinkan melaksanakan penelitian
di perusahaan kami.

Atas perhatian dan kerjasamanya, kami ucapkan terima kasih.


Endro Cosmetic's

ENDRO
WEDDING, DEKORASI, HAIR SALON & COSMETICS
WA 08221304888

Manager Store

Bukti Acc

5

 saya 10.02
kepada Nana ▾


Assalamualaikum bapak selamat siang
maaf mengganggu waktunya
izin mengumpulkan jurnal dan hasil revisi bimbingan kemarin

terimakasih pak

...

JURNAL_DESTIA_ISR
O_MIRAJANTI.docx
W Dokumen

DRAF SKRIPSI DESTIA
ISRO MIRAJANTI.docx
W Dokumen


 Nana Darna 10.54
kepada saya ▾

Walaikumsalam Wr. Wb Ikuti ketentuan sesuai dengan pengumuman Dekan
No. 473 buku panduan sekripsi selanjutnya silahkan kirm draf, bukti acc pem
1 dan 2 dan bukti penerimaan E-Leabrary dari Perpustakaan FE ke
kaprodi.manajemen.fe@unigal.ac.id

...

← Balas

→ Teruskan



KEGIATAN BIMBINGAN SKRIPSI

| TANGGAL BIMBINGAN | KEGIATAN | PARAF PEMBIMBING | | PARAF PRODI |
|-------------------|--|------------------|----|-------------|
| | | I | II | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 10/Agustus/2024 | Bab I | | | |
| | Isi di bab I disesuaikan dan di Perbaiki | | ✓ | |
| | Bab II | | | |
| | Sesuaikan dengan Pedaksi dalam Penelitiannya | | ✓ | |
| 15/Agustus/2024 | Bab III | | | |
| | Tabel 3.1 diperbaiki lagi | | ✓ | |
| | Bab IV | | | |
| | lengkapi Pembahasan | | ✓ | |
| | Bab V | | | |
| | Saran dilengkapi | | ✓ | |
| 19/Agustus/2024 | Bab II | | | |
| | Hipotesis Redaksinya Sediki Perubahan | | ✓ | |
| | Bab III | | | |
| | Populasi dan Sampel | | ✓ | |
| 22/Agustus/2024 | Bab IV | | | |
| | Cek hal Pembahasan | | ✓ | |
| | Daftar pustaka | | ✓ | |
| 24/Agustus/2024 | - Bimbingan / hasil Revisi | | | |
| | - Lajit ke P. 1. 11 | | ✓ | |

buku-buku
lajit

Hasil Pra Survey Penelitian

| No | Aspek Kepuasan Konsumen | STS (1) | TS (2) | N (3) | S (4) | SS (5) |
|-----------------------------------|--|------------|-----------|----------|----------|-----------|
| Kesediaan Harapan | | | | | | |
| 1. | Produk Wardah dikenal memiliki kualitas yang baik dan sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen sehingga memberikan hasil yang memuaskan | ✓ | | | | |
| 2. | Wardah memiliki berbagai macam produk kosmetik, mulai dari skincare, makeup, hingga produk perawatan tubuh. Hal ini memenuhi kebutuhan konsumen yang beragam | | ✓ | | | |
| Minat Berlanjut Kembali | | | | | | |
| 3. | Produk Wardah dianggap berkualitas dan efektif, sehingga konsumen ingin menggunakan produk tersebut lagi di masa depan. | | ✓ | | | |
| 4. | konsumen memiliki pengalaman pembelian yang positif dengan Wardah, seperti pelayanan yang ramah atau penggunaan produk yang menyenangkan, sehingga mereka ingin mengulang pengalaman tersebut. | | | | ✓ | |
| Kesediaan Merekomendasikan | | | | | | |
| 5. | Konsumen mendengar rekomendasi positif tentang produk Wardah dari teman atau keluarga, sehingga tertarik untuk mencoba atau menggunakan produk tersebut lagi. | | ✓ | | | |
| 6. | Produk wardah yang tersedia di Endro Cosmetic lengkap sehingga konsumen menyarankan orang lain agar membeli produk wardah di Endro Cosmetic | | ✓ | | | |

| No | Aspek Kualitas Produk | STS (1) | TS (2) | N (3) | S (4) | SS (5) |
|-------------------------|---|------------|-----------|----------|----------|-----------|
| Bentuk Produk | | | | | | |
| 1. | Produk Wardah memiliki desain dan packaging yang menarik | | ✓ | | | |
| Daya Tahan | | | | | | |
| 2. | Wardah memiliki masa pakai (kadaluarsa) yang lama. | | ✓ | | | |
| Kejelasan Fungsi | | | | | | |
| 3. | Informasi atau petunjuk penggunaan produk yang jelas atau lengkap | | ✓ | | | |
| Keragaman Jenis | | | | | | |
| 4. | Variasi produk yang tersedia sesuai dengan kebutuhan atau preferensi konsumen | | ✓ | | | |

| No | Aspek Kepercayaan | STS (1) | TS (2) | N (3) | S (4) | SS (5) |
|--|--|------------|-----------|----------|----------|-----------|
| Benevolence (kesungguhan/ketulusan) | | | | | | |
| 1. | Konsumen yakin bahwa Wardah memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen dalam mengembangkan produk-produknya | | ✓ | | | |
| Ability (Kemampuan) | | | | | | |
| 2. | Konsumen merasa Wardah memiliki kemampuan unggul dibanding merek lain dalam memenuhi kebutuhan konsumen. | | ✓ | | | |
| Integritas | | | | | | |
| 3. | Wardah bertanggung jawab dalam memastikan keamanan dan kualitas produk-produknya | | ✓ | | | |
| Willingnes To Depend | | | | | | |
| 4. | Produk Wardah konsisten dalam kualitasnya dari waktu ke waktu, sehingga konsumen bergantung pada produk tersebut untuk kebutuhan perawatan kulit | | ✓ | | | |

| No | Aspek Kepuasan Konsumen | STS (1) | TS (2) | N (3) | S (4) | SS (5) |
|-----------------------------------|--|------------|-----------|----------|----------|-----------|
| Kesediaan Harapan | | | | | | |
| 1. | Produk Wardah dikenal memiliki kualitas yang baik dan sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen sehingga memberikan hasil yang memuaskan | ✓ | | | | |
| 2. | Wardah memiliki berbagai macam produk kosmetik, mulai dari skincare, makeup, hingga produk perawatan tubuh. Hal ini memenuhi kebutuhan konsumen yang beragam | | ✓ | | | |
| Minat Berlanjut Kembali | | | | | | |
| 3. | Produk Wardah dianggap berkualitas dan efektif, sehingga konsumen ingin menggunakan produk tersebut lagi di masa depan. | | ✓ | | | |
| 4. | konsumen memiliki pengalaman pembelian yang positif dengan Wardah, seperti pelayanan yang ramah atau penggunaan produk yang menyenangkan, sehingga mereka ingin mengulang pengalaman tersebut. | | ✓ | | | |
| Kesediaan Merekomendasikan | | | | | | |
| 5. | Konsumen mendengar rekomendasi positif tentang produk Wardah dari teman atau keluarga, sehingga tertarik untuk mencoba atau menggunakan produk tersebut lagi. | | ✓ | | | |
| 6. | Produk wardah yang tersedia di Endro Cosmetic lengkap sehingga konsumen menyarankan orang lain agar membeli produk wardah di Endro Cosmetic | | ✓ | | | |

| No | Aspek Kualitas Produk | STS (1) | TS (2) | N (3) | S (4) | SS (5) |
|-------------------------|---|------------|-----------|----------|----------|-----------|
| Bentuk Produk | | | | | | |
| 1. | Produk Wardah memiliki desain dan packaging yang menarik | | | | | ✓ |
| Daya Tahan | | | | | | |
| 2. | Wardah memiliki masa pakai (kadaluarsa) yang lama. | | | | | ✓ |
| Kejelasan Fungsi | | | | | | |
| 3. | Informasi atau petunjuk penggunaan produk yang jelas atau lengkap | | | | | ✓ |
| Keragaman Jenis | | | | | | |
| 4. | Variasi produk yang tersedia sesuai dengan kebutuhan atau preferensi konsumen | | | | | ✓ |

| No | Aspek Kepercayaan | STS (1) | TS (2) | N (3) | S (4) | SS (5) |
|--|--|------------|-----------|----------|----------|-----------|
| Benevolence (kesungguhan/ketulusan) | | | | | | |
| 1. | Konsumen yakin bahwa Wardah memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen dalam mengembangkan produk-produknya | | | | | ✓ |
| Ability (Kemampuan) | | | | | | |
| 2. | Konsumen merasa Wardah memiliki kemampuan unggul dibanding merek lain dalam memenuhi kebutuhan konsumen. | | | | | ✓ |
| Integritas | | | | | | |
| 3. | Wardah bertanggung jawab dalam memastikan keamanan dan kualitas produk-produknya | | | | | ✓ |
| Willingnes To Depend | | | | | | |
| 4. | Produk Wardah konsisten dalam kualitasnya dari waktu ke waktu, sehingga konsumen bergantung pada produk tersebut untuk kebutuhan perawatan kulit | | | | | ✓ |

| No | Aspek Kepuasan Konsumen | STS (1) | TS (2) | N (3) | S (4) | SS (5) |
|-----------------------------------|--|------------|-----------|----------|----------|-----------|
| Kesesuaian Harapan | | | | | | |
| 1. | Produk Wardah dikenal memiliki kualitas yang baik dan sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen sehingga memberikan hasil yang memuaskan | | | | | ✓ |
| 2. | Wardah memiliki berbagai macam produk kosmetik, mulai dari skincare, makeup, hingga produk perawatan tubuh. Hal ini memenuhi kebutuhan konsumen yang beragam | | | | | ✓ |
| Minat Berlanjut Kembali | | | | | | |
| 3. | Produk Wardah dianggap berkualitas dan efektif, sehingga konsumen ingin menggunakan produk tersebut lagi di masa depan. | | | | | ✓ |
| 4. | konsumen memiliki pengalaman pembelian yang positif dengan Wardah, seperti pelayanan yang ramah atau penggunaan produk yang menyenangkan, sehingga mereka ingin mengulang pengalaman tersebut. | | | | | ✓ |
| Kesediaan Merekomendasikan | | | | | | |
| 5. | Konsumen mendengar rekomendasi positif tentang produk Wardah dari teman atau keluarga, sehingga tertarik untuk mencoba atau menggunakan produk tersebut lagi. | | | | | ✓ |
| 6. | Produk wardah yang tersedia di Endro Cosmetic lengkap sehingga konsumen menyarankan orang lain agar membeli produk wardah di Endro Cosmetic | | | | | ✓ |

| No | Aspek Kualitas Produk | STS (1) | TS (2) | N (3) | S (4) | SS (5) |
|-------------------------|---|------------|-----------|----------|----------|-----------|
| Bentuk Produk | | | | | | |
| 1. | Produk Wardah memiliki desain dan packaging yang menarik | | | | | ✓ |
| Daya Tahan | | | | | | |
| 2. | Wardah memiliki masa pakai (kadaluarsa) yang lama. | | | | | ✓ |
| Kejelasan Fungsi | | | | | | |
| 3. | Informasi atau petunjuk penggunaan produk yang jelas atau lengkap | | | | | ✓ |
| Keragaman Jenis | | | | | | |
| 4. | Variasi produk yang tersedia sesuai dengan kebutuhan atau preferensi konsumen | | | | | ✓ |

| No | Aspek Kepercayaan | STS (1) | TS (2) | N (3) | S (4) | SS (5) |
|--|--|------------|-----------|----------|----------|-----------|
| Benevolence (kesungguhan/ketulusan) | | | | | | |
| 1. | Konsumen yakin bahwa Wardah memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen dalam mengembangkan produk-produknya | | | | | ✓ |
| Ability (Kemampuan) | | | | | | |
| 2. | Konsumen merasa Wardah memiliki kemampuan unggul dibanding merek lain dalam memenuhi kebutuhan konsumen. | | | | | ✓ |
| Integritas | | | | | | |
| 3. | Wardah bertanggung jawab dalam memastikan keamanan dan kualitas produk-produknya | | | | | ✓ |
| Willingnes To Depend | | | | | | |
| 4. | Produk Wardah konsisten dalam kualitasnya dari waktu ke waktu, sehingga konsumen bergantung pada produk tersebut untuk kebutuhan perawatan kulit | | | | | ✓ |

| No | Aspek Kualitas Produk | STS (1) | TS (2) | N (3) | S (4) | SS (5) |
|-------------------------|---|------------|-----------|----------|----------|-----------|
| Bentuk Produk | | | | | | |
| 1. | Produk Wardah memiliki desain dan packaging yang menarik | | | | | ✓ |
| Daya Tahan | | | | | | |
| 2. | Wardah memiliki masa pakai (kadaluarsa) yang lama. | | | | | ✓ |
| Kejelasan Fungsi | | | | | | |
| 3. | Informasi atau petunjuk penggunaan produk yang jelas atau lengkap | | | | | ✓ |
| Keragaman Jenis | | | | | | |
| 4. | Variasi produk yang tersedia sesuai dengan kebutuhan atau preferensi konsumen | | | | | ✓ |

| No | Aspek Kepercayaan | STS (1) | TS (2) | N (3) | S (4) | SS (5) |
|--|--|------------|-----------|----------|----------|-----------|
| Benevolence (kesungguhan/ketulusan) | | | | | | |
| 1. | Konsumen yakin bahwa Wardah memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen dalam mengembangkan produk-produknya | | | | | ✓ |
| Ability (Kemampuan) | | | | | | |
| 2. | Konsumen merasa Wardah memiliki kemampuan unggul dibanding merek lain dalam memenuhi kebutuhan konsumen. | | | | | ✓ |
| Integritas | | | | | | |
| 3. | Wardah bertanggung jawab dalam memastikan keamanan dan kualitas produk-produknya | | | | | ✓ |
| Willingnes To Depend | | | | | | |
| 4. | Produk Wardah konsisten dalam kualitasnya dari waktu ke waktu, sehingga konsumen bergantung pada produk tersebut untuk kebutuhan perawatan kulit | | | | | ✓ |

| No | Aspek Kepuasan Konsumen | STS (1) | TS (2) | N (3) | S (4) | SS (5) |
|-----------------------------------|--|------------|-----------|----------|----------|-----------|
| Kesesuaian Harapan | | | | | | |
| 1. | Produk Wardah dikenal memiliki kualitas yang baik dan sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen sehingga memberikan hasil yang memuaskan | | | | | ✓ |
| 2. | Wardah memiliki berbagai macam produk kosmetik, mulai dari skincare, makeup, hingga produk perawatan tubuh. Hal ini memenuhi kebutuhan konsumen yang beragam | | | | | ✓ |
| Minat Berlanjut Kembali | | | | | | |
| 3. | Produk Wardah dianggap berkualitas dan efektif, sehingga konsumen ingin menggunakan produk tersebut lagi di masa depan. | | | | | ✓ |
| 4. | konsumen memiliki pengalaman pembelian yang positif dengan Wardah, seperti pelayanan yang ramah atau penggunaan produk yang menyenangkan, sehingga mereka ingin mengulang pengalaman tersebut. | | | | | ✓ |
| Kesediaan Merekomendasikan | | | | | | |
| 5. | Konsumen mendengar rekomendasi positif tentang produk Wardah dari teman atau keluarga, sehingga tertarik untuk mencoba atau menggunakan produk tersebut lagi. | | | | | ✓ |
| 6. | Produk wardah yang tersedia di Endro Cosmetic lengkap sehingga konsumen menyarankan orang lain agar membeli produk wardah di Endro Cosmetic | | | | | ✓ |

| No | Aspek Kualitas Produk | STS (1) | TS (2) | N (3) | S (4) | SS (5) |
|-------------------------|---|------------|-----------|----------|----------|-----------|
| Bentuk Produk | | | | | | |
| 1. | Produk Wardah memiliki desain dan packaging yang menarik | | | | | ✓ |
| Daya Tahan | | | | | | |
| 2. | Wardah memiliki masa pakai (kadaluarsa) yang lama . | | | | | ✓ |
| Kejelasan Fungsi | | | | | | |
| 3. | Informasi atau petunjuk penggunaan produk yang jelas atau lengkap | | | | | ✓ |
| Keragaman Jenis | | | | | | |
| 4. | Variasi produk yang tersedia sesuai dengan kebutuhan atau preferensi konsumen | | | | | ✓ |

| No | Aspek Kepercayaan | STS (1) | TS (2) | N (3) | S (4) | SS (5) |
|--|--|------------|-----------|----------|----------|-----------|
| Benevolence (kesungguhan/ketulusan) | | | | | | |
| 1. | Konsumen yakin bahwa Wardah memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen dalam mengembangkan produk-produknya | | | | | ✓ |
| Ability (Kemampuan) | | | | | | |
| 2. | Konsumen merasa Wardah memiliki kemampuan unggul dibanding merek lain dalam memenuhi kebutuhan konsumen. | | | | | ✓ |
| Integritas | | | | | | |
| 3. | Wardah bertanggung jawab dalam memastikan keamanan dan kualitas produk-produknya | | | | | ✓ |
| Willingnes To Depend | | | | | | |
| 4. | Produk Wardah konsisten dalam kualitasnya dari waktu ke waktu, sehingga konsumen bergantung pada produk tersebut untuk kebutuhan perawatan kulit | | | | | ✓ |

| No | Aspek Kepuasan Konsumen | STS (1) | TS (2) | N (3) | S (4) | SS (5) |
|-----------------------------------|--|------------|-----------|----------|----------|-----------|
| Kesesuaian Harapan | | | | | | |
| 1. | Produk Wardah dikenal memiliki kualitas yang baik dan sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen sehingga memberikan hasil yang memuaskan | | | | | ✓ |
| 2. | Wardah memiliki berbagai macam produk kosmetik, mulai dari skincare, makeup, hingga produk perawatan tubuh. Hal ini memenuhi kebutuhan konsumen yang beragam | | | | | ✓ |
| Minat Berkunjung Kembali | | | | | | |
| 3. | Produk Wardah dianggap berkualitas dan efektif, sehingga konsumen ingin menggunakan produk tersebut lagi di masa depan. | | | | | ✓ |
| 4. | konsumen memiliki pengalaman pembelian yang positif dengan Wardah, seperti pelayanan yang ramah atau penggunaan produk yang menyenangkan, sehingga mereka ingin mengulang pengalaman tersebut. | | | | | ✓ |
| Kesediaan Merekomendasikan | | | | | | |
| 5. | Konsumen mendengar rekomendasi positif tentang produk Wardah dari teman atau keluarga, sehingga tertarik untuk mencoba atau menggunakan produk tersebut lagi. | | | | | ✓ |
| 6. | Produk wardah yang tersedia di Endro Cosmetic lengkap sehingga konsumen menyarankan orang lain agar membeli produk wardah di Endro Cosmetic | | | | | ✓ |

| No | Aspek Kualitas Produk | STS (1) | TS (2) | N (3) | S (4) | SS (5) |
|-------------------------|---|------------|-----------|----------|----------|-----------|
| Bentuk Produk | | | | | | |
| 1. | Produk Wardah memiliki desain dan packaging yang menarik | | | | | ✓ |
| Daya Tahan | | | | | | |
| 2. | Wardah memiliki masa pakai (kadaluarsa) yang lama . | | | | | ✓ |
| Kejelasan Fungsi | | | | | | |
| 3. | Informasi atau petunjuk penggunaan produk yang jelas atau lengkap | | | | | ✓ |
| Keragaman Jenis | | | | | | |
| 4. | Variasi produk yang tersedia sesuai dengan kebutuhan atau preferensi konsumen | | | | | ✓ |

| No | Aspek Kepercayaan | STS (1) | TS (2) | N (3) | S (4) | SS (5) |
|--|--|------------|-----------|----------|----------|-----------|
| Benevolence (kesungguhan/ketulusan) | | | | | | |
| 1. | Konsumen yakin bahwa Wardah memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen dalam mengembangkan produk-produknya | | | | | ✓ |
| Ability (Kemampuan) | | | | | | |
| 2. | Konsumen merasa Wardah memiliki kemampuan unggul dibanding merek lain dalam memenuhi kebutuhan konsumen. | | | | | ✓ |
| Integritas | | | | | | |
| 3. | Wardah bertanggung jawab dalam memastikan keamanan dan kualitas produk-produknya | | | | | ✓ |
| Willingnes To Depend | | | | | | |
| 4. | Produk Wardah konsisten dalam kualitasnya dari waktu ke waktu, sehingga konsumen bergantung pada produk tersebut untuk kebutuhan perawatan kulit | | | | | ✓ |

| No | Aspek Kepuasan Konsumen | STS (1) | TS (2) | N (3) | S (4) | SS (5) |
|-----------------------------------|--|------------|-----------|----------|----------|-----------|
| Kesesuaian Harapan | | | | | | |
| 1. | Produk Wardah dikenal memiliki kualitas yang baik dan sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen sehingga memberikan hasil yang memuaskan | | | | | ✓ |
| 2. | Wardah memiliki berbagai macam produk kosmetik, mulai dari skincare, makeup, hingga produk perawatan tubuh. Hal ini memenuhi kebutuhan konsumen yang beragam | | | | | ✓ |
| Minat Berkunjung Kembali | | | | | | |
| 3. | Produk Wardah dianggap berkualitas dan efektif, sehingga konsumen ingin menggunakan produk tersebut lagi di masa depan. | | | | | ✓ |
| 4. | konsumen memiliki pengalaman pembelian yang positif dengan Wardah, seperti pelayanan yang ramah atau penggunaan produk yang menyenangkan, sehingga mereka ingin mengulang pengalaman tersebut. | | | | | ✓ |
| Kesediaan Merekomendasikan | | | | | | |
| 5. | Konsumen mendengar rekomendasi positif tentang produk Wardah dari teman atau keluarga, sehingga tertarik untuk mencoba atau menggunakan produk tersebut lagi. | | | | | ✓ |
| 6. | Produk wardah yang tersedia di Endro Cosmetic lengkap sehingga konsumen menyarankan orang lain agar membeli produk wardah di Endro Cosmetic | | | | | ✓ |

| No | Aspek Kualitas Produk | STS (1) | TS (2) | N (3) | S (4) | SS (5) |
|-------------------------|---|------------|-----------|----------|----------|-----------|
| Bentuk Produk | | | | | | |
| 1. | Produk Wardah memiliki desain dan packaging yang menarik | | | | | ✓ |
| Daya Tahan | | | | | | |
| 2. | Wardah memiliki masa pakai (kadaluarsa) yang lama. | | | | | ✓ |
| Kejelasan Fungsi | | | | | | |
| 3. | Informasi atau petunjuk penggunaan produk yang jelas atau lengkap | | | | | ✓ |
| Keragaman Jenis | | | | | | |
| 4. | Variasi produk yang tersedia sesuai dengan kebutuhan atau preferensi konsumen | | | | | ✓ |

| No | Aspek Kepercayaan | STS (1) | TS (2) | N (3) | S (4) | SS (5) |
|--|--|------------|-----------|----------|----------|-----------|
| Benevolence (kesungguhan/ketulusan) | | | | | | |
| 1. | Konsumen yakin bahwa Wardah memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen dalam mengembangkan produk-produknya | | | | | ✓ |
| Ability (Kemampuan) | | | | | | |
| 2. | Konsumen merasa Wardah memiliki kemampuan unggul dibanding merek lain dalam memenuhi kebutuhan konsumen. | | | | | ✓ |
| Integritas | | | | | | |
| 3. | Wardah bertanggung jawab dalam memastikan keamanan dan kualitas produk-produknya | | | | | ✓ |
| Willingnes To Depend | | | | | | |
| 4. | Produk Wardah konsisten dalam kualitasnya dari waktu ke waktu, sehingga konsumen bergantung pada produk tersebut untuk kebutuhan perawatan kulit | | | | | ✓ |

| No | Aspek Kepuasan Konsumen | STS (1) | TS (2) | N (3) | S (4) | SS (5) |
|-----------------------------------|--|------------|-----------|----------|----------|-----------|
| Kesesuaian Harapan | | | | | | |
| 1. | Produk Wardah dikenal memiliki kualitas yang baik dan sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen sehingga memberikan hasil yang memuaskan | | | | ✓ | |
| 2. | Wardah memiliki berbagai macam produk kosmetik, mulai dari skincare, makeup, hingga produk perawatan tubuh. Hal ini memenuhi kebutuhan konsumen yang beragam | | | | | ✓ |
| Minat Berkunjung Kembali | | | | | | |
| 3. | Produk Wardah dianggap berkualitas dan efektif, sehingga konsumen ingin menggunakan produk tersebut lagi di masa depan. | | | | | ✓ |
| 4. | konsumen memiliki pengalaman pembelian yang positif dengan Wardah, seperti pelayanan yang ramah atau penggunaan produk yang menyenangkan, sehingga mereka ingin mengulang pengalaman tersebut. | | | | | ✓ |
| Kesediaan Merekomendasikan | | | | | | |
| 5. | Konsumen mendengar rekomendasi positif tentang produk Wardah dari teman atau keluarga, sehingga tertarik untuk mencoba atau menggunakan produk tersebut lagi. | | | | | ✓ |
| 6. | Produk wardah yang tersedia di Endro Cosmetic lengkap sehingga konsumen menyarankan orang lain agar membeli produk wardah di Endro Cosmetic | | | | | ✓ |

| No | Aspek Kualitas Produk | STS (1) | TS (2) | N (3) | S (4) | SS (5) |
|-------------------------|---|------------|-----------|----------|----------|-----------|
| Bentuk Produk | | | | | | |
| 1. | Produk Wardah memiliki desain dan packaging yang menarik | | | | | ✓ |
| Daya Tahan | | | | | | |
| 2. | Wardah memiliki masa pakai (kadaluarsa) yang lama. | | | | | ✓ |
| Kejelasan Fungsi | | | | | | |
| 3. | Informasi atau petunjuk penggunaan produk yang jelas atau lengkap | | | | | ✓ |
| Keragaman Jenis | | | | | | |
| 4. | Variasi produk yang tersedia sesuai dengan kebutuhan atau preferensi konsumen | | | | | ✓ |

| No | Aspek Kepercayaan | STS (1) | TS (2) | N (3) | S (4) | SS (5) |
|--|--|------------|-----------|----------|----------|-----------|
| Benevolence (kesungguhan/ketulusan) | | | | | | |
| 1. | Konsumen yakin bahwa Wardah memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen dalam mengembangkan produk-produknya | | | | | ✓ |
| Ability (Kemampuan) | | | | | | |
| 2. | Konsumen merasa Wardah memiliki kemampuan unggul dibanding merek lain dalam memenuhi kebutuhan konsumen. | | | | | ✓ |
| Integritas | | | | | | |
| 3. | Wardah bertanggung jawab dalam memastikan keamanan dan kualitas produk-produknya | | | | | ✓ |
| Willingnes To Depend | | | | | | |
| 4. | Produk Wardah konsisten dalam kualitasnya dari waktu ke waktu, sehingga konsumen bergantung pada produk tersebut untuk kebutuhan perawatan kulit | | | | | ✓ |

| No | Aspek Kepuasan Konsumen | STS (1) | TS (2) | N (3) | S (4) | SS (5) |
|-----------------------------------|--|------------|-----------|----------|----------|-----------|
| Kesesuaian Harapan | | | | | | |
| 1. | Produk Wardah dikenal memiliki kualitas yang baik dan sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen sehingga memberikan hasil yang memuaskan | | | | ✓ | |
| 2. | Wardah memiliki berbagai macam produk kosmetik, mulai dari skincare, makeup, hingga produk perawatan tubuh. Hal ini memenuhi kebutuhan konsumen yang beragam | | | | | ✓ |
| Minat Berkunjung Kembali | | | | | | |
| 3. | Produk Wardah dianggap berkualitas dan efektif, sehingga konsumen ingin menggunakan produk tersebut lagi di masa depan. | | | | | ✓ |
| 4. | konsumen memiliki pengalaman pembelian yang positif dengan Wardah, seperti pelayanan yang ramah atau penggunaan produk yang menyenangkan, sehingga mereka ingin mengulang pengalaman tersebut. | | | | | ✓ |
| Kesediaan Merekomendasikan | | | | | | |
| 5. | Konsumen mendengar rekomendasi positif tentang produk Wardah dari teman atau keluarga, sehingga tertarik untuk mencoba atau menggunakan produk tersebut lagi. | | | | | ✓ |
| 6. | Produk wardah yang tersedia di Endro Cosmetic lengkap sehingga konsumen menyarankan orang lain agar membeli produk wardah di Endro Cosmetic | | | | | ✓ |

| No | Aspek Kepuasan Konsumen | STS (1) | TS (2) | N (3) | S (4) | SS (5) |
|-----------------------------------|--|------------|-----------|----------|----------|-----------|
| Kesesuaian Harapan | | | | | | |
| 1. | Produk Wardah dikenal memiliki kualitas yang baik dan sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen sehingga memberikan hasil yang memuaskan | | | | ✓ | |
| 2. | Wardah memiliki berbagai macam produk kosmetik, mulai dari skincare, makeup, hingga produk perawatan tubuh. Hal ini memenuhi kebutuhan konsumen yang beragam | | | | ✓ | |
| Minat Berkunjung Kembali | | | | | | |
| 3. | Produk Wardah dianggap berkualitas dan efektif, sehingga konsumen ingin menggunakan produk tersebut lagi di masa depan. | | | | ✓ | |
| 4. | konsumen memiliki pengalaman pembelian yang positif dengan Wardah, seperti pelayanan yang ramah atau penggunaan produk yang menyenangkan, sehingga mereka ingin mengulang pengalaman tersebut. | | | | ✓ | |
| Kesediaan Merekomendasikan | | | | | | |
| 5. | Konsumen mendengar rekomendasi positif tentang produk Wardah dari teman atau keluarga, sehingga tertarik untuk mencoba atau menggunakan produk tersebut lagi. | | | | ✓ | |
| 6. | Produk wardah yang tersedia di Endro Cosmetic lengkap sehingga konsumen menyarankan orang lain agar membeli produk wardah di Endro Cosmetic | | | | ✓ | |

| No | Aspek Kualitas Produk | STS (1) | TS (2) | N (3) | S (4) | SS (5) |
|-------------------------|---|------------|-----------|----------|----------|-----------|
| Bentuk Produk | | | | | | |
| 1. | Produk Wardah memiliki desain dan packaging yang menarik | | | | | ✓ |
| Daya Tahan | | | | | | |
| 2. | Wardah memiliki masa pakai (kadaluarsa) yang lama. | | | | | ✓ |
| Kejelasan Fungsi | | | | | | |
| 3. | Informasi atau petunjuk penggunaan produk yang jelas atau lengkap | | | | | ✓ |
| Keragaman Jenis | | | | | | |
| 4. | Variasi produk yang tersedia sesuai dengan kebutuhan atau preferensi konsumen | | | | | ✓ |

| No | Aspek Kepercayaan | STS (1) | TS (2) | N (3) | S (4) | SS (5) |
|--|--|------------|-----------|----------|----------|-----------|
| Benevolence (kesungguhan/ketulusan) | | | | | | |
| 1. | Konsumen yakin bahwa Wardah memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen dalam mengembangkan produk-produknya | | | | | ✓ |
| Ability (Kemampuan) | | | | | | |
| 2. | Konsumen merasa Wardah memiliki kemampuan unggul dibanding merek lain dalam memenuhi kebutuhan konsumen. | | | | ✓ | |
| Integritas | | | | | | |
| 3. | Wardah bertanggung jawab dalam memastikan keamanan dan kualitas produk-produknya | | | | | ✓ |
| Willingnes To Depend | | | | | | |
| 4. | Produk Wardah konsisten dalam kualitasnya dari waktu ke waktu, sehingga konsumen bergantung pada produk tersebut untuk kebutuhan perawatan kulit | | | | | ✓ |

| No | Aspek Kepuasan Konsumen | STS (1) | TS (2) | N (3) | S (4) | SS (5) |
|-----------------------------------|--|------------|-----------|----------|----------|-----------|
| Kesesuaian Harapan | | | | | | |
| 1. | Produk Wardah dikenal memiliki kualitas yang baik dan sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen sehingga memberikan hasil yang memuaskan | | | | ✓ | |
| 2. | Wardah memiliki berbagai macam produk kosmetik, mulai dari skincare, makeup, hingga produk perawatan tubuh. Hal ini memenuhi kebutuhan konsumen yang beragam | | | | ✓ | |
| Minat Berkunjung Kembali | | | | | | |
| 3. | Produk Wardah dianggap berkualitas dan efektif, sehingga konsumen ingin menggunakan produk tersebut lagi di masa depan. | | | | ✓ | |
| 4. | konsumen memiliki pengalaman pembelian yang positif dengan Wardah, seperti pelayanan yang ramah atau penggunaan produk yang menyenangkan, sehingga mereka ingin mengulang pengalaman tersebut. | | | | ✓ | |
| Kesediaan Merekomendasikan | | | | | | |
| 5. | Konsumen mendengar rekomendasi positif tentang produk Wardah dari teman atau keluarga, sehingga tertarik untuk mencoba atau menggunakan produk tersebut lagi. | | | | ✓ | |
| 6. | Produk wardah yang tersedia di Endro Cosmetic lengkap sehingga konsumen menyarankan orang lain agar membeli produk wardah di Endro Cosmetic | | | | ✓ | |

| No | Aspek Kualitas Produk | STS (1) | TS (2) | N (3) | S (4) | SS (5) |
|-------------------------|---|------------|-----------|----------|----------|-----------|
| Bentuk Produk | | | | | | |
| 1. | Produk Wardah memiliki desain dan packaging yang menarik | | | | | ✓ |
| Daya Tahan | | | | | | |
| 2. | Wardah memiliki masa pakai (kadaluarsa) yang lama. | | | | | ✓ |
| Kejelasan Fungsi | | | | | | |
| 3. | Informasi atau petunjuk penggunaan produk yang jelas atau lengkap | | | | | ✓ |
| Keragaman Jenis | | | | | | |
| 4. | Variasi produk yang tersedia sesuai dengan kebutuhan atau preferensi konsumen | | | | ✓ | |

| No | Aspek Kepercayaan | STS (1) | TS (2) | N (3) | S (4) | SS (5) |
|--|--|------------|-----------|----------|----------|-----------|
| Benevolence (kesungguhan/ketulusan) | | | | | | |
| 1. | Konsumen yakin bahwa Wardah memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen dalam mengembangkan produk-produknya | | | | | ✓ |
| Ability (Kemampuan) | | | | | | |
| 2. | Konsumen merasa Wardah memiliki kemampuan unggul dibanding merek lain dalam memenuhi kebutuhan konsumen. | | | | ✓ | |
| Integritas | | | | | | |
| 3. | Wardah bertanggung jawab dalam memastikan keamanan dan kualitas produk-produknya | | | | | ✓ |
| Willingnes To Depend | | | | | | |
| 4. | Produk Wardah konsisten dalam kualitasnya dari waktu ke waktu, sehingga konsumen bergantung pada produk tersebut untuk kebutuhan perawatan kulit | | | | | ✓ |

| No | Aspek Kepuasan Konsumen | STS (1) | TS (2) | N (3) | S (4) | SS (5) |
|-----------------------------------|--|------------|-----------|----------|----------|-----------|
| Kesesuaian Harapan | | | | | | |
| 1. | Produk Wardah dikenal memiliki kualitas yang baik dan sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen sehingga memberikan hasil yang memuaskan | | | ✓ | | |
| 2. | Wardah memiliki berbagai macam produk kosmetik, mulai dari skincare, makeup, hingga produk perawatan tubuh. Hal ini memenuhi kebutuhan konsumen yang beragam | | | | ✓ | |
| Minat Berkunjung Kembali | | | | | | |
| 3. | Produk Wardah dianggap berkualitas dan efektif, sehingga konsumen ingin menggunakan produk tersebut lagi di masa depan. | | | | ✓ | |
| 4. | konsumen memiliki pengalaman pembelian yang positif dengan Wardah, seperti pelayanan yang ramah atau penggunaan produk yang menyenangkan, sehingga mereka ingin mengulang pengalaman tersebut. | | | | ✓ | |
| Kesediaan Merekomendasikan | | | | | | |
| 5. | Konsumen mendengar rekomendasi positif tentang produk Wardah dari teman atau keluarga, sehingga tertarik untuk mencoba atau menggunakan produk tersebut lagi. | | | ✓ | | |
| 6. | Produk wardah yang tersedia di Endro Cosmetic lengkap sehingga konsumen menyarankan orang lain agar membeli produk wardah di Endro Cosmetic | | | | ✓ | |

| No | Aspek Kualitas Produk | STS (1) | TS (2) | N (3) | S (4) | SS (5) |
|-------------------------|---|------------|-----------|----------|----------|-----------|
| Bentuk Produk | | | | | | |
| 1. | Produk Wardah memiliki desain dan packaging yang menarik | | | | | ✓ |
| Daya Tahan | | | | | | |
| 2. | Wardah memiliki masa pakai (kadaluarsa) yang lama. | | | | | ✓ |
| Kejelasan Fungsi | | | | | | |
| 3. | Informasi atau petunjuk penggunaan produk yang jelas atau lengkap | | | | | ✓ |
| Keragaman Jenis | | | | | | |
| 4. | Variasi produk yang tersedia sesuai dengan kebutuhan atau preferensi konsumen | | | ✓ | | |

| No | Aspek Kepercayaan | STS (1) | TS (2) | N (3) | S (4) | SS (5) |
|--|--|------------|-----------|----------|----------|-----------|
| Benevolence (kesungguhan/ketulusan) | | | | | | |
| 1. | Konsumen yakin bahwa Wardah memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen dalam mengembangkan produk-produknya | | | | | ✓ |
| Ability (Kemampuan) | | | | | | |
| 2. | Konsumen merasa Wardah memiliki kemampuan unggul dibanding merek lain dalam memenuhi kebutuhan konsumen. | | | | ✓ | |
| Integritas | | | | | | |
| 3. | Wardah bertanggung jawab dalam memastikan keamanan dan kualitas produk-produknya | | | | | ✓ |
| Willingnes To Depend | | | | | | |
| 4. | Produk Wardah konsisten dalam kualitasnya dari waktu ke waktu, sehingga konsumen bergantung pada produk tersebut untuk kebutuhan perawatan kulit | | | | | ✓ |

| No | Aspek Kepuasan Konsumen | STS (1) | TS (2) | N (3) | S (4) | SS (5) |
|-----------------------------------|--|------------|-----------|----------|----------|-----------|
| Kesesuaian Harapan | | | | | | |
| 1. | Produk Wardah dikenal memiliki kualitas yang baik dan sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen sehingga memberikan hasil yang memuaskan | | | ✓ | | |
| 2. | Wardah memiliki berbagai macam produk kosmetik, mulai dari skincare, makeup, hingga produk perawatan tubuh. Hal ini memenuhi kebutuhan konsumen yang beragam | | | | ✓ | |
| Minat Berkunjung Kembali | | | | | | |
| 3. | Produk Wardah dianggap berkualitas dan efektif, sehingga konsumen ingin menggunakan produk tersebut lagi di masa depan. | | | | | ✓ |
| 4. | konsumen memiliki pengalaman pembelian yang positif dengan Wardah, seperti pelayanan yang ramah atau penggunaan produk yang menyenangkan, sehingga mereka ingin mengulang pengalaman tersebut. | | | | | ✓ |
| Kesediaan Merekomendasikan | | | | | | |
| 5. | Konsumen mendengar rekomendasi positif tentang produk Wardah dari teman atau keluarga, sehingga tertarik untuk mencoba atau menggunakan produk tersebut lagi. | | | ✓ | | |
| 6. | Produk wardah yang tersedia di Endro Cosmetic lengkap sehingga konsumen menyarankan orang lain agar membeli produk wardah di Endro Cosmetic | | | | | ✓ |

| No | Aspek Kualitas Produk | STS (1) | TS (2) | N (3) | S (4) | SS (5) |
|-------------------------|---|------------|-----------|----------|----------|-----------|
| Bentuk Produk | | | | | | |
| 1. | Produk Wardah memiliki desain dan packaging yang menarik | | | | | ✓ |
| Daya Tahan | | | | | | |
| 2. | Wardah memiliki masa pakai (kadaluarsa) yang lama. | | | | | ✓ |
| Kejelasan Fungsi | | | | | | |
| 3. | Informasi atau petunjuk penggunaan produk yang jelas atau lengkap | | | | | ✓ |
| Keragaman Jenis | | | | | | |
| 4. | Variasi produk yang tersedia sesuai dengan kebutuhan atau preferensi konsumen | | | | ✓ | |

| No | Aspek Kepercayaan | STS (1) | TS (2) | N (3) | S (4) | SS (5) |
|--|--|------------|-----------|----------|----------|-----------|
| Benevolence (kesungguhan/ketulusan) | | | | | | |
| 1. | Konsumen yakin bahwa Wardah memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen dalam mengembangkan produk-produknya | | | | | ✓ |
| Ability (Kemampuan) | | | | | | |
| 2. | Konsumen merasa Wardah memiliki kemampuan unggul dibanding merek lain dalam memenuhi kebutuhan konsumen. | | | | | ✓ |
| Integritas | | | | | | |
| 3. | Wardah bertanggung jawab dalam memastikan keamanan dan kualitas produk-produknya | | | | | ✓ |
| Willingnes To Depend | | | | | | |
| 4. | Produk Wardah konsisten dalam kualitasnya dari waktu ke waktu, sehingga konsumen bergantung pada produk tersebut untuk kebutuhan perawatan kulit | | | | | ✓ |

| No | Aspek Kepuasan Konsumen | STS (1) | TS (2) | N (3) | S (4) | SS (5) |
|-----------------------------------|--|------------|-----------|----------|----------|-----------|
| Kesesuaian Harapan | | | | | | |
| 1. | Produk Wardah dikenal memiliki kualitas yang baik dan sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen sehingga memberikan hasil yang memuaskan | | | ✓ | | |
| 2 | Wardah memiliki berbagai macam produk kosmetik, mulai dari skincare, makeup, hingga produk perawatan tubuh. Hal ini memenuhi kebutuhan konsumen yang beragam | | | ✓ | | |
| Minat Berkunjung Kembali | | | | | | |
| 3. | Produk Wardah dianggap berkualitas dan efektif, sehingga konsumen ingin menggunakan produk tersebut lagi di masa depan. | | | | ✓ | |
| 4. | konsumen memiliki pengalaman pembelian yang positif dengan Wardah, seperti pelayanan yang ramah atau penggunaan produk yang menyenangkan, sehingga mereka ingin mengulang pengalaman tersebut. | | | | ✓ | |
| Kesediaan Merekomendasikan | | | | | | |
| 5. | Konsumen mendengar rekomendasi positif tentang produk Wardah dari teman atau keluarga, sehingga tertarik untuk mencoba atau menggunakan produk tersebut lagi. | | | ✓ | | |
| 6. | Produk wardah yang tersedia di Endro Cosmetic lengkap sehingga konsumen menyarankan orang lain agar membeli produk wardah di Endro Cosmetic | | | ✓ | | |

| No | Aspek Kualitas Produk | STS (1) | TS (2) | N (3) | S (4) | SS (5) |
|-------------------------|---|------------|-----------|----------|----------|-----------|
| Bentuk Produk | | | | | | |
| 1. | Produk Wardah memiliki desain dan packaging yang menarik | | | | ✓ | |
| Daya Tahan | | | | | | |
| 2. | Wardah memiliki masa pakai (kadaluarsa) yang lama . | | | | ✓ | |
| Kejelasan Fungsi | | | | | | |
| 3. | Informasi atau petunjuk penggunaan produk yang jelas atau lengkap | | | | ✓ | |
| Keragaman Jenis | | | | | | |
| 4. | Variasi produk yang tersedia sesuai dengan kebutuhan atau preferensi konsumen | | | ✓ | | |

| No | Aspek Kepercayaan | STS (1) | TS (2) | N (3) | S (4) | SS (5) |
|--|--|------------|-----------|----------|----------|-----------|
| Benevolence (kesungguhan/ketulusan) | | | | | | |
| 1. | Konsumen yakin bahwa Wardah memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen dalam mengembangkan produk-produknya | | | | ✓ | |
| Ability (Kemampuan) | | | | | | |
| 2. | Konsumen merasa Wardah memiliki kemampuan unggul dibanding merek lain dalam memenuhi kebutuhan konsumen. | | | ✓ | | |
| Integritas | | | | | | |
| 3. | Wardah bertanggung jawab dalam memastikan keamanan dan kualitas produk-produknya | | | | ✓ | |
| Willingnes To Depend | | | | | | |
| 4. | Produk Wardah konsisten dalam kualitasnya dari waktu ke waktu, sehingga konsumen bergantung pada produk tersebut untuk kebutuhan perawatan kulit | | | ✓ | | |

| No | Aspek Kepuasan Konsumen | STS (1) | TS (2) | N (3) | S (4) | SS (5) |
|-----------------------------------|--|------------|-----------|----------|----------|-----------|
| Kesesuaian Harapan | | | | | | |
| 1. | Produk Wardah dikenal memiliki kualitas yang baik dan sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen sehingga memberikan hasil yang memuaskan | | | ✓ | | |
| 2. | Wardah memiliki berbagai macam produk kosmetik, mulai dari skincare, makeup, hingga produk perawatan tubuh. Hal ini memenuhi kebutuhan konsumen yang beragam | | | ✓ | | |
| Minat Berkunjung Kembali | | | | | | |
| 3. | Produk Wardah dianggap berkualitas dan efektif, sehingga konsumen ingin menggunakan produk tersebut lagi di masa depan. | | | | ✓ | |
| 4. | konsumen memiliki pengalaman pembelian yang positif dengan Wardah, seperti pelayanan yang ramah atau penggunaan produk yang menyenangkan, sehingga mereka ingin mengulang pengalaman tersebut. | | | | ✓ | |
| Kesediaan Merekomendasikan | | | | | | |
| 5. | Konsumen mendengar rekomendasi positif tentang produk Wardah dari teman atau keluarga, sehingga tertarik untuk mencoba atau menggunakan produk tersebut lagi. | | | ✓ | ✓ | |
| 6. | Produk wardah yang tersedia di Endro Cosmetic lengkap sehingga konsumen menyarankan orang lain agar membeli produk wardah di Endro Cosmetic | | | ✓ | | |

| No | Aspek Kualitas Produk | STS (1) | TS (2) | N (3) | S (4) | SS (5) |
|-------------------------|---|------------|-----------|----------|----------|-----------|
| Bentuk Produk | | | | | | |
| 1. | Produk Wardah memiliki desain dan packaging yang menarik | ✓ | | | | |
| Daya Tahan | | | | | | |
| 2. | Wardah memiliki masa pakai (kadaluarsa) yang lama . | ✓ | | | | |
| Kejelasan Fungsi | | | | | | |
| 3. | Informasi atau petunjuk penggunaan produk yang jelas atau lengkap | ✓ | | | | |
| Keragaman Jenis | | | | | | |
| 4. | Variasi produk yang tersedia sesuai dengan kebutuhan atau preferensi konsumen | ✓ | | | | |

| No | Aspek Kepercayaan | STS (1) | TS (2) | N (3) | S (4) | SS (5) |
|--|--|------------|-----------|----------|----------|-----------|
| Benevolence (kesungguhan/ketulusan) | | | | | | |
| 1. | Konsumen yakin bahwa Wardah memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen dalam mengembangkan produk-produknya | | ✓ | | | |
| Ability (Kemampuan) | | | | | | |
| 2. | Konsumen merasa Wardah memiliki kemampuan unggul dibanding merek lain dalam memenuhi kebutuhan konsumen. | ✓ | | | | |
| Integritas | | | | | | |
| 3. | Wardah bertanggung jawab dalam memastikan keamanan dan kualitas produk-produknya | ✓ | | | | |
| Wilingnes To Depend | | | | | | |
| 4. | Produk Wardah konsisten dalam kualitasnya dari waktu ke waktu, sehingga konsumen bergantung pada produk tersebut untuk kebutuhan perawatan kulit | ✓ | | | | |

| No | Aspek Kualitas Produk | STS (1) | TS (2) | N (3) | S (4) | SS (5) |
|-------------------------|---|------------|-----------|----------|----------|-----------|
| Bentuk Produk | | | | | | |
| 1. | Produk Wardah memiliki desain dan packaging yang menarik | | | | ✓ | |
| Daya Tahan | | | | | | |
| 2. | Wardah memiliki masa pakai (kadaluarsa) yang lama . | | | | ✓ | |
| Kejelasan Fungsi | | | | | | |
| 3. | Informasi atau petunjuk penggunaan produk yang jelas atau lengkap | | | ✓ | | |
| Keragaman Jenis | | | | | | |
| 4. | Variasi produk yang tersedia sesuai dengan kebutuhan atau preferensi konsumen | | | ✓ | | |

| No | Aspek Kepercayaan | STS (1) | TS (2) | N (3) | S (4) | SS (5) |
|--|--|------------|-----------|----------|----------|-----------|
| Benevolence (kesungguhan/ketulusan) | | | | | | |
| 1. | Konsumen yakin bahwa Wardah memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen dalam mengembangkan produk-produknya | | | | ✓ | |
| Ability (Kemampuan) | | | | | | |
| 2. | Konsumen merasa Wardah memiliki kemampuan unggul dibanding merek lain dalam memenuhi kebutuhan konsumen. | | | ✓ | | |
| Integritas | | | | | | |
| 3. | Wardah bertanggung jawab dalam memastikan keamanan dan kualitas produk-produknya | | | ✓ | | |
| Wilingnes To Depend | | | | | | |
| 4. | Produk Wardah konsisten dalam kualitasnya dari waktu ke waktu, sehingga konsumen bergantung pada produk tersebut untuk kebutuhan perawatan kulit | | | ✓ | | |

| No | Aspek Kepuasan Konsumen | STS (1) | TS (2) | N (3) | S (4) | SS (5) |
|-----------------------------------|--|------------|-----------|----------|----------|-----------|
| Kesesuaian Harapan | | | | | | |
| 1. | Produk Wardah dikenal memiliki kualitas yang baik dan sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen sehingga memberikan hasil yang memuaskan | | ✓ | | | |
| 2. | Wardah memiliki berbagai macam produk kosmetik, mulai dari skincare, makeup, hingga produk perawatan tubuh. Hal ini memenuhi kebutuhan konsumen yang beragam | | | ✓ | | |
| Minat Berkunjung Kembali | | | | | | |
| 3. | Produk Wardah dianggap berkualitas dan efektif, sehingga konsumen ingin menggunakan produk tersebut lagi di masa depan. | | | | ✓ | |
| 4. | konsumen memiliki pengalaman pembelian yang positif dengan Wardah, seperti pelayanan yang ramah atau penggunaan produk yang menyenangkan, sehingga mereka ingin mengulang pengalaman tersebut. | | | | ✓ | |
| Kesediaan Merekomendasikan | | | | | | |
| 5. | Konsumen mendengar rekomendasi positif tentang produk Wardah dari teman atau keluarga, sehingga tertarik untuk mencoba atau menggunakan produk tersebut lagi. | | | ✓ | | |
| 6. | Produk wardah yang tersedia di Endro Cosmetic lengkap sehingga konsumen menyarankan orang lain agar membeli produk wardah di Endro Cosmetic | | | ✓ | | |

| No | Aspek Kualitas Produk | STS (1) | TS (2) | N (3) | S (4) | SS (5) |
|-------------------------|---|------------|-----------|----------|----------|-----------|
| Bentuk Produk | | | | | | |
| 1. | Produk Wardah memiliki desain dan packaging yang menarik | | | ✓ | | |
| Daya Tahan | | | | | | |
| 2. | Wardah memiliki masa pakai (kadaluarsa) yang lama . | | | | ✓ | |
| Kejelasan Fungsi | | | | | | |
| 3. | Informasi atau petunjuk penggunaan produk yang jelas atau lengkap | | | ✓ | | |
| Keragaman Jenis | | | | | | |
| 4. | Variasi produk yang tersedia sesuai dengan kebutuhan atau preferensi konsumen | | | ✓ | | |

| No | Aspek Kepercayaan | STS (1) | TS (2) | N (3) | S (4) | SS (5) |
|--|--|------------|-----------|----------|----------|-----------|
| Benevolence (kesungguhan/ketulusan) | | | | | | |
| 1. | Konsumen yakin bahwa Wardah memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen dalam mengembangkan produk-produknya | | | | ✓ | |
| Ability (Kemampuan) | | | | | | |
| 2. | Konsumen merasa Wardah memiliki kemampuan unggul dibanding merek lain dalam memenuhi kebutuhan konsumen. | | | ✓ | | |
| Integritas | | | | | | |
| 3. | Wardah bertanggung jawab dalam memastikan keamanan dan kualitas produk-produknya | | | ✓ | | |
| Willingnes To Depend | | | | | | |
| 4. | Produk Wardah konsisten dalam kualitasnya dari waktu ke waktu, sehingga konsumen bergantung pada produk tersebut untuk kebutuhan perawatan kulit | | | ✓ | | |

| No | Aspek Kepuasan Konsumen | STS (1) | TS (2) | N (3) | S (4) | SS (5) |
|-----------------------------------|--|------------|-----------|----------|----------|-----------|
| Kesesuaian Harapan | | | | | | |
| 1. | Produk Wardah dikenal memiliki kualitas yang baik dan sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen sehingga memberikan hasil yang memuaskan | | ✓ | | | |
| 2. | Wardah memiliki berbagai macam produk kosmetik, mulai dari skincare, makeup, hingga produk perawatan tubuh. Hal ini memenuhi kebutuhan konsumen yang beragam | | | ✓ | | |
| Minat Berkunjung Kembali | | | | | | |
| 3. | Produk Wardah dianggap berkualitas dan efektif, sehingga konsumen ingin menggunakan produk tersebut lagi di masa depan. | | | | ✓ | |
| 4. | konsumen memiliki pengalaman pembelian yang positif dengan Wardah, seperti pelayanan yang ramah atau penggunaan produk yang menyenangkan, sehingga mereka ingin mengulang pengalaman tersebut. | | | | ✓ | |
| Kesediaan Merekomendasikan | | | | | | |
| 5. | Konsumen mendengar rekomendasi positif tentang produk Wardah dari teman atau keluarga, sehingga tertarik untuk mencoba atau menggunakan produk tersebut lagi. | | | ✓ | | |
| 6. | Produk wardah yang tersedia di Endro Cosmetic lengkap sehingga konsumen menyarankan orang lain agar membeli produk wardah di Endro Cosmetic | | | ✓ | | |

| No | Aspek Kualitas Produk | STS (1) | TS (2) | N (3) | S (4) | SS (5) |
|-------------------------|---|------------|-----------|----------|----------|-----------|
| Bentuk Produk | | | | | | |
| 1. | Produk Wardah memiliki desain dan packaging yang menarik | | | ✓ | | |
| Daya Tahan | | | | | | |
| 2. | Wardah memiliki masa pakai (kadaluarsa) yang lama . | | | | ✓ | |
| Kejelasan Fungsi | | | | | | |
| 3. | Informasi atau petunjuk penggunaan produk yang jelas atau lengkap | | | ✓ | | |
| Keragaman Jenis | | | | | | |
| 4. | Variasi produk yang tersedia sesuai dengan kebutuhan atau preferensi konsumen | | | ✓ | | |

| No | Aspek Kepercayaan | STS (1) | TS (2) | N (3) | S (4) | SS (5) |
|--|--|------------|-----------|----------|----------|-----------|
| Benevolence (kesungguhan/ketulusan) | | | | | | |
| 1. | Konsumen yakin bahwa Wardah memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen dalam mengembangkan produk-produknya | | | ✓ | | |
| Ability (Kemampuan) | | | | | | |
| 2. | Konsumen merasa Wardah memiliki kemampuan unggul dibanding merek lain dalam memenuhi kebutuhan konsumen. | | ✓ | | | |
| Integritas | | | | | | |
| 3. | Wardah bertanggung jawab dalam memastikan keamanan dan kualitas produk-produknya | | | ✓ | | |
| Wilingnes To Depend | | | | | | |
| 4. | Produk Wardah konsisten dalam kualitasnya dari waktu ke waktu, sehingga konsumen bergantung pada produk tersebut untuk kebutuhan perawatan kulit | | | ✓ | | |

| No | Aspek Kepuasan Konsumen | STS (1) | TS (2) | N (3) | S (4) | SS (5) |
|-----------------------------------|--|------------|-----------|----------|----------|-----------|
| Kesesuaian Harapan | | | | | | |
| 1. | Produk Wardah dikenal memiliki kualitas yang baik dan sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen sehingga memberikan hasil yang memuaskan | | ✓ | | | |
| 2. | Wardah memiliki berbagai macam produk kosmetik, mulai dari skincare, makeup, hingga produk perawatan tubuh. Hal ini memenuhi kebutuhan konsumen yang beragam | | | ✓ | | |
| Minat Berkunjung Kembali | | | | | | |
| 3. | Produk Wardah dianggap berkualitas dan efektif, sehingga konsumen ingin menggunakan produk tersebut lagi di masa depan. | | | | ✓ | |
| 4. | konsumen memiliki pengalaman pembelian yang positif dengan Wardah, seperti pelayanan yang ramah atau penggunaan produk yang menyenangkan, sehingga mereka ingin mengulang pengalaman tersebut. | | | | ✓ | |
| Kesediaan Merekomendasikan | | | | | | |
| 5. | Konsumen mendengar rekomendasi positif tentang produk Wardah dari teman atau keluarga, sehingga tertarik untuk mencoba atau menggunakan produk tersebut lagi. | | | ✓ | | |
| 6. | Produk wardah yang tersedia di Endro Cosmetic lengkap sehingga konsumen menyarankan orang lain agar membeli produk wardah di Endro Cosmetic | | | ✓ | | |

| No | Aspek Kualitas Produk | STS (1) | TS (2) | N (3) | S (4) | SS (5) |
|-------------------------|---|------------|-----------|----------|----------|-----------|
| Bentuk Produk | | | | | | |
| 1. | Produk Wardah memiliki desain dan packaging yang menarik | | | ✓ | | |
| Daya Tahan | | | | | | |
| 2. | Wardah memiliki masa pakai (kadaluarsa) yang lama . | | | | ✓ | |
| Kejelasan Fungsi | | | | | | |
| 3. | Informasi atau petunjuk penggunaan produk yang jelas atau lengkap | | | ✓ | | |
| Keragaman Jenis | | | | | | |
| 4. | Variasi produk yang tersedia sesuai dengan kebutuhan atau preferensi konsumen | | | ✓ | | |

| No | Aspek Kepercayaan | STS (1) | TS (2) | N (3) | S (4) | SS (5) |
|--|--|------------|-----------|----------|----------|-----------|
| Benevolence (kesungguhan/ketulusan) | | | | | | |
| 1. | Konsumen yakin bahwa Wardah memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen dalam mengembangkan produk-produknya | | | ✓ | | |
| Ability (Kemampuan) | | | | | | |
| 2. | Konsumen merasa Wardah memiliki kemampuan unggul dibanding merek lain dalam memenuhi kebutuhan konsumen. | | ✓ | | | |
| Integritas | | | | | | |
| 3. | Wardah bertanggung jawab dalam memastikan keamanan dan kualitas produk-produknya | | | ✓ | | |
| Wilingnes To Depend | | | | | | |
| 4. | Produk Wardah konsisten dalam kualitasnya dari waktu ke waktu, sehingga konsumen bergantung pada produk tersebut untuk kebutuhan perawatan kulit | | | ✓ | | |

| No | Aspek Kepuasan Konsumen | STS (1) | TS (2) | N (3) | S (4) | SS (5) |
|-----------------------------------|--|------------|-----------|----------|----------|-----------|
| Kesesuaian Harapan | | | | | | |
| 1. | Produk Wardah dikenal memiliki kualitas yang baik dan sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen sehingga memberikan hasil yang memuaskan | | ✓ | | | |
| 2. | Wardah memiliki berbagai macam produk kosmetik, mulai dari skincare, makeup, hingga produk perawatan tubuh. Hal ini memenuhi kebutuhan konsumen yang beragam | | | ✓ | | |
| Minat Berkunjung Kembali | | | | | | |
| 3. | Produk Wardah dianggap berkualitas dan efektif, sehingga konsumen ingin menggunakan produk tersebut lagi di masa depan. | | | | ✓ | |
| 4. | konsumen memiliki pengalaman pembelian yang positif dengan Wardah, seperti pelayanan yang ramah atau penggunaan produk yang menyenangkan, sehingga mereka ingin mengulang pengalaman tersebut. | | | | ✓ | |
| Kesediaan Merekomendasikan | | | | | | |
| 5. | Konsumen mendengar rekomendasi positif tentang produk Wardah dari teman atau keluarga, sehingga tertarik untuk mencoba atau menggunakan produk tersebut lagi. | | | | ✓ | |
| 6. | Produk wardah yang tersedia di Endro Cosmetic lengkap sehingga konsumen menyarankan orang lain agar membeli produk wardah di Endro Cosmetic | | | | ✓ | |

| No | Aspek Kualitas Produk | STS (1) | TS (2) | N (3) | S (4) | SS (5) |
|-------------------------|---|------------|-----------|----------|----------|-----------|
| Bentuk Produk | | | | | | |
| 1. | Produk Wardah memiliki desain dan packaging yang menarik | | | ✓ | | |
| Daya Tahan | | | | | | |
| 2. | Wardah memiliki masa pakai (kadaluarsa) yang lama . | | | | ✓ | |
| Kejelasan Fungsi | | | | | | |
| 3. | Informasi atau petunjuk penggunaan produk yang jelas atau lengkap | | | ✓ | | |
| Keragaman Jenis | | | | | | |
| 4. | Variasi produk yang tersedia sesuai dengan kebutuhan atau preferensi konsumen | | | ✓ | | |

| No | Aspek Kepercayaan | STS (1) | TS (2) | N (3) | S (4) | SS (5) |
|--|--|------------|-----------|----------|----------|-----------|
| Benevolence (kesungguhan/ketulusan) | | | | | | |
| 1. | Konsumen yakin bahwa Wardah memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen dalam mengembangkan produk-produknya | | | ✓ | | |
| Ability (Kemampuan) | | | | | | |
| 2. | Konsumen merasa Wardah memiliki kemampuan unggul dibanding merek lain dalam memenuhi kebutuhan konsumen. | | ✓ | | | |
| Integritas | | | | | | |
| 3. | Wardah bertanggung jawab dalam memastikan keamanan dan kualitas produk-produknya | | | ✓ | | |
| Wilingnes To Depend | | | | | | |
| 4. | Produk Wardah konsisten dalam kualitasnya dari waktu ke waktu, sehingga konsumen bergantung pada produk tersebut untuk kebutuhan perawatan kulit | | | ✓ | | |

| No | Aspek Kepuasan Konsumen | STS (1) | TS (2) | N (3) | S (4) | SS (5) |
|-----------------------------------|--|------------|-----------|----------|----------|-----------|
| Kesesuaian Harapan | | | | | | |
| 1. | Produk Wardah dikenal memiliki kualitas yang baik dan sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen sehingga memberikan hasil yang memuaskan | | ✓ | | | |
| 2. | Wardah memiliki berbagai macam produk kosmetik, mulai dari skincare, makeup, hingga produk perawatan tubuh. Hal ini memenuhi kebutuhan konsumen yang beragam | | | ✓ | | |
| Minat Berkunjung Kembali | | | | | | |
| 3. | Produk Wardah dianggap berkualitas dan efektif, sehingga konsumen ingin menggunakan produk tersebut lagi di masa depan. | | | ✓ | | |
| 4. | konsumen memiliki pengalaman pembelian yang positif dengan Wardah, seperti pelayanan yang ramah atau penggunaan produk yang menyenangkan, sehingga mereka ingin mengulang pengalaman tersebut. | | | | ✓ | |
| Kesediaan Merekomendasikan | | | | | | |
| 5. | Konsumen mendengar rekomendasi positif tentang produk Wardah dari teman atau keluarga, sehingga tertarik untuk mencoba atau menggunakan produk tersebut lagi. | | | ✓ | | |
| 6. | Produk wardah yang tersedia di Endro Cosmetic lengkap sehingga konsumen menyarankan orang lain agar membeli produk wardah di Endro Cosmetic | | | ✓ | | |

| No | Aspek Kepuasan Konsumen | STS (1) | TS (2) | N (3) | S (4) | SS (5) |
|-----------------------------------|--|------------|-----------|----------|----------|-----------|
| Kesesuaian Harapan | | | | | | |
| 1. | Produk Wardah dikenal memiliki kualitas yang baik dan sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen sehingga memberikan hasil yang memuaskan | ✓ | | | ✓ | ✓ |
| 2. | Wardah memiliki berbagai macam produk kosmetik, mulai dari skincare, makeup, hingga produk perawatan tubuh. Hal ini memenuhi kebutuhan konsumen yang beragam | ✓ | | | | |
| Minat Berkunjung Kembali | | | | | | |
| 3. | Produk Wardah dianggap berkualitas dan efektif, sehingga konsumen ingin menggunakan produk tersebut lagi di masa depan. | | ✓ | | | |
| 4. | konsumen memiliki pengalaman pembelian yang positif dengan Wardah, seperti pelayanan yang ramah atau penggunaan produk yang menyenangkan, sehingga mereka ingin mengulang pengalaman tersebut. | | ✓ | | | |
| Kesediaan Merekomendasikan | | | | | | |
| 5. | Konsumen mendengar rekomendasi positif tentang produk Wardah dari teman atau keluarga, sehingga tertarik untuk mencoba atau menggunakan produk tersebut lagi. | ✓ | | ✓ | | |
| 6. | Produk wardah yang tersedia di Endro Cosmetic lengkap sehingga konsumen menyarankan orang lain agar membeli produk wardah di Endro Cosmetic | ✓ | | | | |

| No | Aspek Kualitas Produk | STS (1) | TS (2) | N (3) | S (4) | SS (5) |
|-------------------------|---|------------|-----------|----------|----------|-----------|
| Bentuk Produk | | | | | | |
| 1. | Produk Wardah memiliki desain dan packaging yang menarik | | | ✓ | | |
| Daya Tahan | | | | | | |
| 2. | Wardah memiliki masa pakai (kadaluarsa) yang lama . | | | ✓ | | |
| Kejelasan Fungsi | | | | | | |
| 3. | Informasi atau petunjuk penggunaan produk yang jelas atau lengkap | | | ✓ | | |
| Keragaman Jenis | | | | | | |
| 4. | Variasi produk yang tersedia sesuai dengan kebutuhan atau preferensi konsumen | | | ✓ | | |

| No | Aspek Kepercayaan | STS (1) | TS (2) | N (3) | S (4) | SS (5) |
|--|--|------------|-----------|----------|----------|-----------|
| Benevolence (kesungguhan/ketulusan) | | | | | | |
| 1. | Konsumen yakin bahwa Wardah memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen dalam mengembangkan produk-produknya | | | ✓ | | |
| Ability (Kemampuan) | | | | | | |
| 2. | Konsumen merasa Wardah memiliki kemampuan unggul dibanding merek lain dalam memenuhi kebutuhan konsumen. | | ✓ | | | |
| Integritas | | | | | | |
| 3. | Wardah bertanggung jawab dalam memastikan keamanan dan kualitas produk-produknya | | | ✓ | | |
| Wilingnes To Depend | | | | | | |
| 4. | Produk Wardah konsisten dalam kualitasnya dari waktu ke waktu, sehingga konsumen bergantung pada produk tersebut untuk kebutuhan perawatan kulit | | | ✓ | | |

| No | Aspek Kepuasan Konsumen | STS (1) | TS (2) | N (3) | S (4) | SS (5) |
|-----------------------------------|--|------------|-----------|----------|----------|-----------|
| Kesesuaian Harapan | | | | | | |
| 1. | Produk Wardah dikenal memiliki kualitas yang baik dan sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen sehingga memberikan hasil yang memuaskan | | ✓ | | | |
| 2. | Wardah memiliki berbagai macam produk kosmetik, mulai dari skincare, makeup, hingga produk perawatan tubuh. Hal ini memenuhi kebutuhan konsumen yang beragam | | | ✓ | | |
| Minat Berkunjung Kembali | | | | | | |
| 3. | Produk Wardah dianggap berkualitas dan efektif, sehingga konsumen ingin menggunakan produk tersebut lagi di masa depan. | | | ✓ | | |
| 4. | konsumen memiliki pengalaman pembelian yang positif dengan Wardah, seperti pelayanan yang ramah atau penggunaan produk yang menyenangkan, sehingga mereka ingin mengulang pengalaman tersebut. | | | | ✓ | |
| Kesediaan Merekomendasikan | | | | | | |
| 5. | Konsumen mendengar rekomendasi positif tentang produk Wardah dari teman atau keluarga, sehingga tertarik untuk mencoba atau menggunakan produk tersebut lagi. | | | ✓ | | |
| 6. | Produk wardah yang tersedia di Endro Cosmetic lengkap sehingga konsumen menyarankan orang lain agar membeli produk wardah di Endro Cosmetic | | | ✓ | 3 | |

| No | Aspek Kualitas Produk | STS (1) | TS (2) | N (3) | S (4) | SS (5) |
|-------------------------|---|------------|-----------|----------|----------|-----------|
| Bentuk Produk | | | | | | |
| 1. | Produk Wardah memiliki desain dan packaging yang menarik | | | ✓ | | |
| Daya Tahan | | | | | | |
| 2. | Wardah memiliki masa pakai (kadaluarsa) yang lama . | | | ✓ | | |
| Kejelasan Fungsi | | | | | | |
| 3. | Informasi atau petunjuk penggunaan produk yang jelas atau lengkap | | | ✓ | | |
| Keragaman Jenis | | | | | | |
| 4. | Variasi produk yang tersedia sesuai dengan kebutuhan atau preferensi konsumen | | | ✓ | | |

| No | Aspek Kepercayaan | STS (1) | TS (2) | N (3) | S (4) | SS (5) |
|--|--|------------|-----------|----------|----------|-----------|
| Benevolence (kesungguhan/ketulusan) | | | | | | |
| 1. | Konsumen yakin bahwa Wardah memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen dalam mengembangkan produk-produknya | | | ✓ | | |
| Ability (Kemampuan) | | | | | | |
| 2. | Konsumen merasa Wardah memiliki kemampuan unggul dibanding merek lain dalam memenuhi kebutuhan konsumen. | | ✓ | | | |
| Integritas | | | | | | |
| 3. | Wardah bertanggung jawab dalam memastikan keamanan dan kualitas produk-produknya | | | ✓ | | |
| Willingnes To Depend | | | | | | |
| 4. | Produk Wardah konsisten dalam kualitasnya dari waktu ke waktu, sehingga konsumen bergantung pada produk tersebut untuk kebutuhan perawatan kulit | | | ✓ | | |

| No | Aspek Kepuasan Konsumen | STS (1) | TS (2) | N (3) | S (4) | SS (5) |
|-----------------------------------|--|------------|-----------|----------|----------|-----------|
| Kesesuaian Harapan | | | | | | |
| 1. | Produk Wardah dikenal memiliki kualitas yang baik dan sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen sehingga memberikan hasil yang memuaskan | | ✓ | | | |
| 2 | Wardah memiliki berbagai macam produk kosmetik, mulai dari skincare, makeup, hingga produk perawatan tubuh. Hal ini memenuhi kebutuhan konsumen yang beragam | | ✓ | | | |
| Minat Berkunjung Kembali | | | | | | |
| 3. | Produk Wardah dianggap berkualitas dan efektif, sehingga konsumen ingin menggunakan produk tersebut lagi di masa depan. | | | ✓ | | |
| 4. | konsumen memiliki pengalaman pembelian yang positif dengan Wardah, seperti pelayanan yang ramah atau penggunaan produk yang menyenangkan, sehingga mereka ingin mengulang pengalaman tersebut. | | | | ✓ | |
| Kesediaan Merekomendasikan | | | | | | |
| 5. | Konsumen mendengar rekomendasi positif tentang produk Wardah dari teman atau keluarga, sehingga tertarik untuk mencoba atau menggunakan produk tersebut lagi. | | ✓ | | | |
| 6. | Produk wardah yang tersedia di Endro Cosmetic lengkap sehingga konsumen menyarankan orang lain agar membeli produk wardah di Endro Cosmetic | | | ✓ | | |

| No | Aspek Kualitas Produk | STS (1) | TS (2) | N (3) | S (4) | SS (5) |
|-------------------------|---|------------|-----------|----------|----------|-----------|
| Bentuk Produk | | | | | | |
| 1. | Produk Wardah memiliki desain dan packaging yang menarik | | | ✓ | | |
| Daya Tahan | | | | | | |
| 2. | Wardah memiliki masa pakai (kadaluarsa) yang lama . | | | ✓ | | |
| Kejelasan Fungsi | | | | | | |
| 3. | Informasi atau petunjuk penggunaan produk yang jelas atau lengkap | | ✓ | | | |
| Keragaman Jenis | | | | | | |
| 4. | Variasi produk yang tersedia sesuai dengan kebutuhan atau preferensi konsumen | | ✓ | | | |

| No | Aspek Kepercayaan | STS (1) | TS (2) | N (3) | S (4) | SS (5) |
|--|--|------------|-----------|----------|----------|-----------|
| Benevolence (kesungguhan/ketulusan) | | | | | | |
| 1. | Konsumen yakin bahwa Wardah memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen dalam mengembangkan produk-produknya | | | ✓ | | |
| Ability (Kemampuan) | | | | | | |
| 2. | Konsumen merasa Wardah memiliki kemampuan unggul dibanding merek lain dalam memenuhi kebutuhan konsumen. | | ✓ | | | |
| Integritas | | | | | | |
| 3. | Wardah bertanggung jawab dalam memastikan keamanan dan kualitas produk-produknya | | ✓ | | | |
| Wilingnes To Depend | | | | | | |
| 4. | Produk Wardah konsisten dalam kualitasnya dari waktu ke waktu, sehingga konsumen bergantung pada produk tersebut untuk kebutuhan perawatan kulit | | | ✓ | | |

| No | Aspek Kepuasan Konsumen | STS (1) | TS (2) | N (3) | S (4) | SS (5) |
|-----------------------------------|--|------------|-----------|----------|----------|-----------|
| Kesesuaian Harapan | | | | | | |
| 1. | Produk Wardah dikenal memiliki kualitas yang baik dan sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen sehingga memberikan hasil yang memuaskan | | ✓ | | | |
| 2 | Wardah memiliki berbagai macam produk kosmetik, mulai dari skincare, makeup, hingga produk perawatan tubuh. Hal ini memenuhi kebutuhan konsumen yang beragam | | ✓ | | | |
| Minat Berkunjung Kembali | | | | | | |
| 3. | Produk Wardah dianggap berkualitas dan efektif, sehingga konsumen ingin menggunakan produk tersebut lagi di masa depan. | | | ✓ | | |
| 4. | konsumen memiliki pengalaman pembelian yang positif dengan Wardah, seperti pelayanan yang ramah atau penggunaan produk yang menyenangkan, sehingga mereka ingin mengulang pengalaman tersebut. | | | | ✓ | |
| Kesediaan Merekomendasikan | | | | | | |
| 5. | Konsumen mendengar rekomendasi positif tentang produk Wardah dari teman atau keluarga, sehingga tertarik untuk mencoba atau menggunakan produk tersebut lagi. | | ✓ | ✓ | | |
| 6. | Produk wardah yang tersedia di Endro Cosmetic lengkap sehingga konsumen menyarankan orang lain agar membeli produk wardah di Endro Cosmetic | | ✓ | | | |

| No | Aspek Kualitas Produk | STS (1) | TS (2) | N (3) | S (4) | SS (5) |
|-------------------------|---|------------|-----------|----------|----------|-----------|
| Bentuk Produk | | | | | | |
| 1. | Produk Wardah memiliki desain dan packaging yang menarik | | | ✓ | | |
| Daya Tahan | | | | | | |
| 2. | Wardah memiliki masa pakai (kadaluarsa) yang lama . | | | ✓ | | |
| Kejelasan Fungsi | | | | | | |
| 3. | Informasi atau petunjuk penggunaan produk yang jelas atau lengkap | | ✓ | | | |
| Keragaman Jenis | | | | | | |
| 4. | Variasi produk yang tersedia sesuai dengan kebutuhan atau preferensi konsumen | | ✓ | | | |

| No | Aspek Kepercayaan | STS (1) | TS (2) | N (3) | S (4) | SS (5) |
|--|--|------------|-----------|----------|----------|-----------|
| Benevolence (kesungguhan/ketulusan) | | | | | | |
| 1. | Konsumen yakin bahwa Wardah memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen dalam mengembangkan produk-produknya | | | ✓ | | |
| Ability (Kemampuan) | | | | | | |
| 2. | Konsumen merasa Wardah memiliki kemampuan unggul dibanding merek lain dalam memenuhi kebutuhan konsumen. | | ✓ | | | |
| Integritas | | | | | | |
| 3. | Wardah bertanggung jawab dalam memastikan keamanan dan kualitas produk-produknya | | ✓ | | | |
| Willingnes To Depend | | | | | | |
| 4. | Produk Wardah konsisten dalam kualitasnya dari waktu ke waktu, sehingga konsumen bergantung pada produk tersebut untuk kebutuhan perawatan kulit | | | ✓ | | |

| No | Aspek Kepuasan Konsumen | STS (1) | TS (2) | N (3) | S (4) | SS (5) |
|-----------------------------------|--|------------|-----------|----------|----------|-----------|
| Kesesuaian Harapan | | | | | | |
| 1. | Produk Wardah dikenal memiliki kualitas yang baik dan sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen sehingga memberikan hasil yang memuaskan | | ✓ | | | |
| 2. | Wardah memiliki berbagai macam produk kosmetik, mulai dari skincare, makeup, hingga produk perawatan tubuh. Hal ini memenuhi kebutuhan konsumen yang beragam | | ✓ | | | |
| Minat Berkunjung Kembali | | | | | | |
| 3. | Produk Wardah dianggap berkualitas dan efektif, sehingga konsumen ingin menggunakan produk tersebut lagi di masa depan. | | | ✓ | | |
| 4. | konsumen memiliki pengalaman pembelian yang positif dengan Wardah, seperti pelayanan yang ramah atau penggunaan produk yang menyenangkan, sehingga mereka ingin mengulang pengalaman tersebut. | | | ✓ | | |
| Kesediaan Merekomendasikan | | | | | | |
| 5. | Konsumen mendengar rekomendasi positif tentang produk Wardah dari teman atau keluarga, sehingga tertarik untuk mencoba atau menggunakan produk tersebut lagi. | | ✓ | | | |
| 6. | Produk wardah yang tersedia di Endro Cosmetic lengkap sehingga konsumen menyarankan orang lain agar membeli produk wardah di Endro Cosmetic | | ✓ | | | |

| No | Aspek Kualitas Produk | STS (1) | TS (2) | N (3) | S (4) | SS (5) |
|-------------------------|---|------------|-----------|----------|----------|-----------|
| Bentuk Produk | | | | | | |
| 1. | Produk Wardah memiliki desain dan packaging yang menarik | | | ✓ | | |
| Daya Tahan | | | | | | |
| 2. | Wardah memiliki masa pakai (kadaluarsa) yang lama . | | | ✓ | | |
| Kejelasan Fungsi | | | | | | |
| 3. | Informasi atau petunjuk penggunaan produk yang jelas atau lengkap | | ✓ | | | |
| Keragaman Jenis | | | | | | |
| 4. | Variasi produk yang tersedia sesuai dengan kebutuhan atau preferensi konsumen | | ✓ | | | |

| No | Aspek Kepercayaan | STS (1) | TS (2) | N (3) | S (4) | SS (5) |
|--|--|------------|-----------|----------|----------|-----------|
| Benevolence (kesungguhan/ketulusan) | | | | | | |
| 1. | Konsumen yakin bahwa Wardah memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen dalam mengembangkan produk-produknya | | | ✓ | | |
| Ability (Kemampuan) | | | | | | |
| 2. | Konsumen merasa Wardah memiliki kemampuan unggul dibanding merek lain dalam memenuhi kebutuhan konsumen. | | ✓ | | | |
| Integritas | | | | | | |
| 3. | Wardah bertanggung jawab dalam memastikan keamanan dan kualitas produk-produknya | | ✓ | | | |
| Willingnes To Depend | | | | | | |
| 4. | Produk Wardah konsisten dalam kualitasnya dari waktu ke waktu, sehingga konsumen bergantung pada produk tersebut untuk kebutuhan perawatan kulit | | ✓ | | | |

| No | Aspek Kepuasan Konsumen | STS (1) | TS (2) | N (3) | S (4) | SS (5) |
|-----------------------------------|--|------------|-----------|----------|----------|-----------|
| Kesesuaian Harapan | | | | | | |
| 1. | Produk Wardah dikenal memiliki kualitas yang baik dan sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen sehingga memberikan hasil yang memuaskan | | ✓ | | | |
| 2. | Wardah memiliki berbagai macam produk kosmetik, mulai dari skincare, makeup, hingga produk perawatan tubuh. Hal ini memenuhi kebutuhan konsumen yang beragam | | ✓ | | | |
| Minat Berkunjung Kembali | | | | | | |
| 3. | Produk Wardah dianggap berkualitas dan efektif, sehingga konsumen ingin menggunakan produk tersebut lagi di masa depan. | | | ✓ | | |
| 4. | konsumen memiliki pengalaman pembelian yang positif dengan Wardah, seperti pelayanan yang ramah atau penggunaan produk yang menyenangkan, sehingga mereka ingin mengulang pengalaman tersebut. | | | ✓ | | |
| Kesediaan Merekomendasikan | | | | | | |
| 5. | Konsumen mendengar rekomendasi positif tentang produk Wardah dari teman atau keluarga, sehingga tertarik untuk mencoba atau menggunakan produk tersebut lagi. | | ✓ | | | |
| 6. | Produk wardah yang tersedia di Endro Cosmetic lengkap sehingga konsumen menyarankan orang lain agar membeli produk wardah di Endro Cosmetic | | ✓ | | | |

| No | Aspek Kualitas Produk | STS (1) | TS (2) | N (3) | S (4) | SS (5) |
|-------------------------|---|------------|-----------|----------|----------|-----------|
| Bentuk Produk | | | | | | |
| 1. | Produk Wardah memiliki desain dan packaging yang menarik | ✓ | | | | |
| Daya Tahan | | | | | | |
| 2. | Wardah memiliki masa pakai (kadaluarsa) yang lama . | ✓ | | | | |
| Kejelasan Fungsi | | | | | | |
| 3. | Informasi atau petunjuk penggunaan produk yang jelas atau lengkap | ✓ | | | | |
| Keragaman Jenis | | | | | | |
| 4. | Variasi produk yang tersedia sesuai dengan kebutuhan atau preferensi konsumen | ✓ | | | | |

| No | Aspek Kepercayaan | STS (1) | TS (2) | N (3) | S (4) | SS (5) |
|--|--|------------|-----------|----------|----------|-----------|
| Benevolence (kesungguhan/ketulusan) | | | | | | |
| 1. | Konsumen yakin bahwa Wardah memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen dalam mengembangkan produk-produknya | ✓ | | | | |
| Ability (Kemampuan) | | | | | | |
| 2. | Konsumen merasa Wardah memiliki kemampuan unggul dibanding merek lain dalam memenuhi kebutuhan konsumen. | ✓ | | | | |
| Integritas | | | | | | |
| 3. | Wardah bertanggung jawab dalam memastikan keamanan dan kualitas produk-produknya | ✓ | | | | |
| Wilingnes To Depend | | | | | | |
| 4. | Produk Wardah konsisten dalam kualitasnya dari waktu ke waktu, sehingga konsumen bergantung pada produk tersebut untuk kebutuhan perawatan kulit | ✓ | | | | |

| No | Aspek Kualitas Produk | STS (1) | TS (2) | N (3) | S (4) | SS (5) |
|-------------------------|---|------------|-----------|----------|----------|-----------|
| Bentuk Produk | | | | | | |
| 1. | Produk Wardah memiliki desain dan packaging yang menarik | | ✓ | | | |
| Daya Tahan | | | | | | |
| 2. | Wardah memiliki masa pakai (kadaluarsa) yang lama . | | | ✓ | | |
| Kejelasan Fungsi | | | | | | |
| 3. | Informasi atau petunjuk penggunaan produk yang jelas atau lengkap | | ✓ | | | |
| Keragaman Jenis | | | | | | |
| 4. | Variasi produk yang tersedia sesuai dengan kebutuhan atau preferensi konsumen | | ✓ | | | |

| No | Aspek Kepercayaan | STS (1) | TS (2) | N (3) | S (4) | SS (5) |
|--|--|------------|-----------|----------|----------|-----------|
| Benevolence (kesungguhan/ketulusan) | | | | | | |
| 1. | Konsumen yakin bahwa Wardah memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen dalam mengembangkan produk-produknya | | | ✓ | | |
| Ability (Kemampuan) | | | | | | |
| 2. | Konsumen merasa Wardah memiliki kemampuan unggul dibanding merek lain dalam memenuhi kebutuhan konsumen. | | ✓ | | | |
| Integritas | | | | | | |
| 3. | Wardah bertanggung jawab dalam memastikan keamanan dan kualitas produk-produknya | | ✓ | | | |
| Willingnes To Depend | | | | | | |
| 4. | Produk Wardah konsisten dalam kualitasnya dari waktu ke waktu, sehingga konsumen bergantung pada produk tersebut untuk kebutuhan perawatan kulit | | ✓ | | | |

| No | Aspek Kepuasan Konsumen | STS (1) | TS (2) | N (3) | S (4) | SS (5) |
|-----------------------------------|--|------------|-----------|----------|----------|-----------|
| Kesesuaian Harapan | | | | | | |
| 1. | Produk Wardah dikenal memiliki kualitas yang baik dan sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen sehingga memberikan hasil yang memuaskan | ✓ | | ✓ | | |
| 2. | Wardah memiliki berbagai macam produk kosmetik, mulai dari skincare, makeup, hingga produk perawatan tubuh. Hal ini memenuhi kebutuhan konsumen yang beragam | | | ✓ | | |
| Minat Berkunjung Kembali | | | | | | |
| 3. | Produk Wardah dianggap berkualitas dan efektif, sehingga konsumen ingin menggunakan produk tersebut lagi di masa depan. | | | | ✓ | |
| 4. | konsumen memiliki pengalaman pembelian yang positif dengan Wardah, seperti pelayanan yang ramah atau penggunaan produk yang menyenangkan, sehingga mereka ingin mengulang pengalaman tersebut. | | | | ✓ | |
| Kesediaan Merekomendasikan | | | | | | |
| 5. | Konsumen mendengar rekomendasi positif tentang produk Wardah dari teman atau keluarga, sehingga tertarik untuk mencoba atau menggunakan produk tersebut lagi. | | | | ✓ | |
| 6. | Produk wardah yang tersedia di Endro Cosmetic lengkap sehingga konsumen menyarankan orang lain agar membeli produk wardah di Endro Cosmetic | | | | ✓ | |

| No | Aspek Kualitas Produk | STS (1) | TS (2) | N (3) | S (4) | SS (5) |
|-------------------------|---|------------|-----------|----------|----------|-----------|
| Bentuk Produk | | | | | | |
| 1. | Produk Wardah memiliki desain dan packaging yang menarik | | ✓ | | | |
| Daya Tahan | | | | | | |
| 2. | Wardah memiliki masa pakai (kadaluarsa) yang lama . | | | ✓ | | |
| Kejelasan Fungsi | | | | | | |
| 3. | Informasi atau petunjuk penggunaan produk yang jelas atau lengkap | | ✓ | | | |
| Keragaman Jenis | | | | | | |
| 4. | Variasi produk yang tersedia sesuai dengan kebutuhan atau preferensi konsumen | | ✓ | | | |

| No | Aspek Kepercayaan | STS (1) | TS (2) | N (3) | S (4) | SS (5) |
|--|--|------------|-----------|----------|----------|-----------|
| Benevolence (kesungguhan/ketulusan) | | | | | | |
| 1. | Konsumen yakin bahwa Wardah memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen dalam mengembangkan produk-produknya | | | ✓ | | |
| Ability (Kemampuan) | | | | | | |
| 2. | Konsumen merasa Wardah memiliki kemampuan unggul dibanding merek lain dalam memenuhi kebutuhan konsumen. | ✓ | | | | |
| Integritas | | | | | | |
| 3. | Wardah bertanggung jawab dalam memastikan keamanan dan kualitas produk-produknya | | ✓ | | | |
| Willingnes To Depend | | | | | | |
| 4. | Produk Wardah konsisten dalam kualitasnya dari waktu ke waktu, sehingga konsumen bergantung pada produk tersebut untuk kebutuhan perawatan kulit | | ✓ | | | |

| No | Aspek Kepuasan Konsumen | STS (1) | TS (2) | N (3) | S (4) | SS (5) |
|-----------------------------------|--|------------|-----------|----------|----------|-----------|
| Kesesuaian Harapan | | | | | | |
| 1. | Produk Wardah dikenal memiliki kualitas yang baik dan sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen sehingga memberikan hasil yang memuaskan | ✓ | ✓ | | | |
| 2. | Wardah memiliki berbagai macam produk kosmetik, mulai dari skincare, makeup, hingga produk perawatan tubuh. Hal ini memenuhi kebutuhan konsumen yang beragam | | ✓ | | | |
| Minat Berkunjung Kembali | | | | | | |
| 3. | Produk Wardah dianggap berkualitas dan efektif, sehingga konsumen ingin menggunakan produk tersebut lagi di masa depan. | | | ✓ | | |
| 4. | konsumen memiliki pengalaman pembelian yang positif dengan Wardah, seperti pelayanan yang ramah atau penggunaan produk yang menyenangkan, sehingga mereka ingin mengulang pengalaman tersebut. | | | ✓ | | |
| Kesediaan Merekomendasikan | | | | | | |
| 5. | Konsumen mendengar rekomendasi positif tentang produk Wardah dari teman atau keluarga, sehingga tertarik untuk mencoba atau menggunakan produk tersebut lagi. | | ✓ | | | |
| 6. | Produk wardah yang tersedia di Endro Cosmetic lengkap sehingga konsumen menyarankan orang lain agar membeli produk wardah di Endro Cosmetic | | ✓ | | | |

| No | Aspek Kualitas Produk | STS (1) | TS (2) | N (3) | S (4) | SS (5) |
|-------------------------|---|------------|-----------|----------|----------|-----------|
| Bentuk Produk | | | | | | |
| 1. | Produk Wardah memiliki desain dan packaging yang menarik | | ✓ | | | |
| Daya Tahan | | | | | | |
| 2. | Wardah memiliki masa pakai (kadaluarsa) yang lama . | | ✓ | | | |
| Kejelasan Fungsi | | | | | | |
| 3. | Informasi atau petunjuk penggunaan produk yang jelas atau lengkap | | ✓ | | | |
| Keragaman Jenis | | | | | | |
| 4. | Variasi produk yang tersedia sesuai dengan kebutuhan atau preferensi konsumen | | ✓ | | | |

| No | Aspek Kepercayaan | STS (1) | TS (2) | N (3) | S (4) | SS (5) |
|--|--|------------|-----------|----------|----------|-----------|
| Benevolence (kesungguhan/ketulusan) | | | | | | |
| 1. | Konsumen yakin bahwa Wardah memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen dalam mengembangkan produk-produknya | | ✓ | | | |
| Ability (Kemampuan) | | | | | | |
| 2. | Konsumen merasa Wardah memiliki kemampuan unggul dibanding merek lain dalam memenuhi kebutuhan konsumen. | ✓ | | | | |
| Integritas | | | | | | |
| 3. | Wardah bertanggung jawab dalam memastikan keamanan dan kualitas produk-produknya | | ✓ | | | |
| Willingnes To Depend | | | | | | |
| 4. | Produk Wardah konsisten dalam kualitasnya dari waktu ke waktu, sehingga konsumen bergantung pada produk tersebut untuk kebutuhan perawatan kulit | | ✓ | | | |

| No | Aspek Kepuasan Konsumen | STS (1) | TS (2) | N (3) | S (4) | SS (5) |
|-----------------------------------|--|------------|-----------|----------|----------|-----------|
| Kesesuaian Harapan | | | | | | |
| 1. | Produk Wardah dikenal memiliki kualitas yang baik dan sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen sehingga memberikan hasil yang memuaskan | ✓ | | | | |
| 2 | Wardah memiliki berbagai macam produk kosmetik, mulai dari skincare, makeup, hingga produk perawatan tubuh. Hal ini memenuhi kebutuhan konsumen yang beragam | | ✓ | | | |
| Minat Berkunjung Kembali | | | | | | |
| 3. | Produk Wardah dianggap berkualitas dan efektif, sehingga konsumen ingin menggunakan produk tersebut lagi di masa depan. | | | ✓ | | |
| 4. | konsumen memiliki pengalaman pembelian yang positif dengan Wardah, seperti pelayanan yang ramah atau penggunaan produk yang menyenangkan, sehingga mereka ingin mengulang pengalaman tersebut. | | | ✓ | | |
| Kesediaan Merekomendasikan | | | | | | |
| 5. | Konsumen mendengar rekomendasi positif tentang produk Wardah dari teman atau keluarga, sehingga tertarik untuk mencoba atau menggunakan produk tersebut lagi. | | ✓ | | | |
| 6. | Produk wardah yang tersedia di Endro Cosmetic lengkap sehingga konsumen menyarankan orang lain agar membeli produk wardah di Endro Cosmetic | | ✓ | | | |

| No | Aspek Kualitas Produk | STS (1) | TS (2) | N (3) | S (4) | SS (5) |
|-------------------------|---|------------|-----------|----------|----------|-----------|
| Bentuk Produk | | | | | | |
| 1. | Produk Wardah memiliki desain dan packaging yang menarik | | ✓ | | | |
| Daya Tahan | | | | | | |
| 2. | Wardah memiliki masa pakai (kadaluarsa) yang lama . | | ✓ | | | |
| Kejelasan Fungsi | | | | | | |
| 3. | Informasi atau petunjuk penggunaan produk yang jelas atau lengkap | | ✓ | | | |
| Keragaman Jenis | | | | | | |
| 4. | Variasi produk yang tersedia sesuai dengan kebutuhan atau preferensi konsumen | | ✓ | | | |

| No | Aspek Kepercayaan | STS (1) | TS (2) | N (3) | S (4) | SS (5) |
|--|--|------------|-----------|----------|----------|-----------|
| Benevolence (kesungguhan/ketulusan) | | | | | | |
| 1. | Konsumen yakin bahwa Wardah memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen dalam mengembangkan produk-produknya | | ✓ | | | |
| Ability (Kemampuan) | | | | | | |
| 2. | Konsumen merasa Wardah memiliki kemampuan unggul dibanding merek lain dalam memenuhi kebutuhan konsumen. | ✓ | | | | |
| Integritas | | | | | | |
| 3. | Wardah bertanggung jawab dalam memastikan keamanan dan kualitas produk-produknya | | ✓ | | | |
| Wilingnes To Depend | | | | | | |
| 4. | Produk Wardah konsisten dalam kualitasnya dari waktu ke waktu, sehingga konsumen bergantung pada produk tersebut untuk kebutuhan perawatan kulit | | ✓ | | | |

| No | Aspek Kepuasan Konsumen | STS (1) | TS (2) | N (3) | S (4) | SS (5) |
|-----------------------------------|--|------------|-----------|----------|----------|-----------|
| Kesesuaian Harapan | | | | | | |
| 1. | Produk Wardah dikenal memiliki kualitas yang baik dan sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen sehingga memberikan hasil yang memuaskan | ✓ | | | | |
| 2. | Wardah memiliki berbagai macam produk kosmetik, mulai dari skincare, makeup, hingga produk perawatan tubuh. Hal ini memenuhi kebutuhan konsumen yang beragam | | ✓ | | | |
| Minat Berkunjung Kembali | | | | | | |
| 3. | Produk Wardah dianggap berkualitas dan efektif, sehingga konsumen ingin menggunakan produk tersebut lagi di masa depan. | | ✓ | | | |
| 4. | konsumen memiliki pengalaman pembelian yang positif dengan Wardah, seperti pelayanan yang ramah atau penggunaan produk yang menyenangkan, sehingga mereka ingin mengulang pengalaman tersebut. | | | ✓ | | |
| Kesediaan Merekomendasikan | | | | | | |
| 5. | Konsumen mendengar rekomendasi positif tentang produk Wardah dari teman atau keluarga, sehingga tertarik untuk mencoba atau menggunakan produk tersebut lagi. | | ✓ | | | |
| 6. | Produk wardah yang tersedia di Endro Cosmetic lengkap sehingga konsumen menyarankan orang lain agar membeli produk wardah di Endro Cosmetic | | ✓ | | | |

| No | Aspek Kualitas Produk | STS (1) | TS (2) | N (3) | S (4) | SS (5) |
|-------------------------|---|------------|-----------|----------|----------|-----------|
| Bentuk Produk | | | | | | |
| 1. | Produk Wardah memiliki desain dan packaging yang menarik | | ✓ | | | |
| Daya Tahan | | | | | | |
| 2. | Wardah memiliki masa pakai (kadaluarsa) yang lama . | | ✓ | | | |
| Kejelasan Fungsi | | | | | | |
| 3. | Informasi atau petunjuk penggunaan produk yang jelas atau lengkap | ✓ | | | | |
| Keragaman Jenis | | | | | | |
| 4. | Variasi produk yang tersedia sesuai dengan kebutuhan atau preferensi konsumen | ✓ | | | | |

| No | Aspek Kepercayaan | STS (1) | TS (2) | N (3) | S (4) | SS (5) |
|--|--|------------|-----------|----------|----------|-----------|
| Benevolence (kesungguhan/ketulusan) | | | | | | |
| 1. | Konsumen yakin bahwa Wardah memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen dalam mengembangkan produk-produknya | | ✓ | | | |
| Ability (Kemampuan) | | | | | | |
| 2. | Konsumen merasa Wardah memiliki kemampuan unggul dibanding merek lain dalam memenuhi kebutuhan konsumen. | ✓ | | | | |
| Integritas | | | | | | |
| 3. | Wardah bertanggung jawab dalam memastikan keamanan dan kualitas produk-produknya | ✓ | | | | |
| Willingnes To Depend | | | | | | |
| 4. | Produk Wardah konsisten dalam kualitasnya dari waktu ke waktu, sehingga konsumen bergantung pada produk tersebut untuk kebutuhan perawatan kulit | | ✓ | | | |

| No | Aspek Kepuasan Konsumen | STS (1) | TS (2) | N (3) | S (4) | SS (5) |
|-----------------------------------|--|------------|-----------|----------|----------|-----------|
| Kesesuaian Harapan | | | | | | |
| 1. | Produk Wardah dikenal memiliki kualitas yang baik dan sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen sehingga memberikan hasil yang memuaskan | ✓ | | | | |
| 2 | Wardah memiliki berbagai macam produk kosmetik, mulai dari skincare, makeup, hingga produk perawatan tubuh. Hal ini memenuhi kebutuhan konsumen yang beragam | | ✓ | | | |
| Minat Berkunjung Kembali | | | | | | |
| 3. | Produk Wardah dianggap berkualitas dan efektif, sehingga konsumen ingin menggunakan produk tersebut lagi di masa depan. | | ✓ | | | |
| 4. | konsumen memiliki pengalaman pembelian yang positif dengan Wardah, seperti pelayanan yang ramah atau penggunaan produk yang menyenangkan, sehingga mereka ingin mengulang pengalaman tersebut. | | | ✓ | | |
| Kesediaan Merekomendasikan | | | | | | |
| 5. | Konsumen mendengar rekomendasi positif tentang produk Wardah dari teman atau keluarga, sehingga tertarik untuk mencoba atau menggunakan produk tersebut lagi. | | ✓ | | | |
| 6. | Produk wardah yang tersedia di Endro Cosmetic lengkap sehingga konsumen menyarankan orang lain agar membeli produk wardah di Endro Cosmetic | | ✓ | | | |

| No | Aspek Kepuasan Konsumen | STS (1) | TS (2) | N (3) | S (4) | SS (5) |
|-----------------------------------|--|------------|-----------|----------|----------|-----------|
| Kesesuaian Harapan | | | | | | |
| 1. | Produk Wardah dikenal memiliki kualitas yang baik dan sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen sehingga memberikan hasil yang memuaskan | ✓ | | | | |
| 2. | Wardah memiliki berbagai macam produk kosmetik, mulai dari skincare, makeup, hingga produk perawatan tubuh. Hal ini memenuhi kebutuhan konsumen yang beragam | ✓ | | | | |
| Minat Berkunjung Kembali | | | | | | |
| 3. | Produk Wardah dianggap berkualitas dan efektif, sehingga konsumen ingin menggunakan produk tersebut lagi di masa depan. | | ✓ | | | |
| 4. | konsumen memiliki pengalaman pembelian yang positif dengan Wardah, seperti pelayanan yang ramah atau penggunaan produk yang menyenangkan, sehingga mereka ingin mengulang pengalaman tersebut. | | ✓ | | | |
| Kesediaan Merekomendasikan | | | | | | |
| 5. | Konsumen mendengar rekomendasi positif tentang produk Wardah dari teman atau keluarga, sehingga tertarik untuk mencoba atau menggunakan produk tersebut lagi. | ✓ | | | | |
| 6. | Produk wardah yang tersedia di Endro Cosmetic lengkap sehingga konsumen menyarankan orang lain agar membeli produk wardah di Endro Cosmetic | ✓ | | | | |

KUESIONER PENELITIAN
PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
(Suatu Studi pada Konsumen Wardah di Endro Cosmetics)

Kepada Yth.
Ibu/ Bapak/Sdr/i Responden
Konsumen Wardah di Endro Cosmetics
Di tempat

Dengan hormat,
Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Destia Isro Mirajanti

NIM : 3402200018

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Kepercayaan
Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen (Suatu
Studi pada Konsumen Wardah di Endro Cosmetics)

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan hidayah yang diberikan kepada kita semua. Bapak dan Ibu yang saya hormati, Saya adalah mahasiswa Universitas Galuh Ciamis Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen. Bersama ini saya mohon kesediaan Bapak dan Ibu untuk mengisi kuesioner yang saya bagikan ini dengan sejujurnya. Semua jawaban Ibu/Bapak akan dijaga kerahasiaannya. Penelitian ini semata-mata hanya digunakan untuk kepentingan penyelesaian skripsi saya.

Atas kesediaan dan partisipasi Ibu/Bapak saya mengucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Destia Isro Mirajanti
NIM. 3402200018

PETUNJUK PENGISIAN

Berilah tanda (✓) yang telah disediakan dalam setiap pertanyaan dengan alternatif jawaban sesuai dengan apa yang bapak/Ibu rasakan selama membeli produk

Wardah di Endro Cosmetic's

| Alternatif Pilihan | Skor |
|---------------------------|-------------|
| Sangat Setuju (SS) | 5 |
| Setuju (S) | 4 |
| Kurang Setuju (KS) | 3 |
| Tidak Setuju (TS) | 2 |
| Sangat Tidak Setuju (STS) | 1 |

IDENTITAS RESPONDEN

IDENTITAS RESPONDEN

Berikan tanda silang (√) sesuai dengan jawaban yang dipilih.

| | | | |
|----------|-----------------------------------|-----|-------------|
| 1 | Jenis Kelamin | () | Laki-laki |
| | | () | Perempuan |
| 2 | Usia | () | 20-25 Tahun |
| | | () | 26-35 Tahun |
| | | () | 36-45 Tahun |
| | | () | >46 Tahun |
| 3 | Frekuensi Pembelian Wardah | () | <5 kali |
| | | () | >5 kali |
| 4 | Tingkat Pendidikan | () | SMP |
| | | () | SMA/SMK |
| | | () | D1-D3 |
| | | () | S1 |

DAFTAR PERNYATAAN ANGKET

KUALITAS PRODUK (X₁)

| No | Pernyataan | Jawaban | | | | |
|-------------------------|---|---------|---|----|----|-----|
| | | SS | S | KS | TS | STS |
| Bentuk Produk | | | | | | |
| 1 | Wardah memiliki kemasan yang estetik dengan desain yang elegan sehingga terlihat menarik | | | | | |
| 2 | Produk seperti krim atau <i>foundation</i> mudah diaplikasikan dan memberikan hasil akhir yang halus di kulit | | | | | |
| Daya Tahan | | | | | | |
| 3 | Produk Wardah memiliki masa pakai (kadaluarsa) yang lama. | | | | | |
| 4 | Produk Wardah tidak mudah rusak atau berubah bentuk. | | | | | |
| Kejelasan Fungsi | | | | | | |
| 5 | Informasi fungsi produk Wardah jelas dan mudah dipahami. | | | | | |
| 6 | Petunjuk penggunaan produk Wardah lengkap dan mudah diikuti | | | | | |
| 7 | Setiap produk memiliki spesifikasi dan fitur yang sesuai dengan klaimnya | | | | | |
| Keragaman Jenis | | | | | | |
| 8 | Setiap produk wardah bisa disesuaikan dengan berbagai jenis kulit seperti kulit berminyak, kering, kombinasi, dan sensitif. | | | | | |
| 9 | Setiap kategori makeup bisa memiliki beberapa varian yang sesuai dengan kebutuhan konsumen, seperti pilihan warna dan formula (<i>matte</i> , <i>dewy</i> , <i>long-lasting</i>). | | | | | |
| 10 | Wardah meluncurkan produk- atau kolaborasi dengan tokoh-tokoh terkenal atau influencer untuk menarik perhatian konsume | | | | | |

KEPERCAYAAN KONSUMEN (X₂)

| No | Pernyataan | Jawaban | | | | |
|---|--|---------|---|----|----|-----|
| | | SS | S | KS | TS | STS |
| <i>Benevolence (kesungguhan / ketulusan)</i> | | | | | | |
| 1 | Konsumen percaya wardah menggunakan bahan-bahan yang aman dan ramah lingkungan, | | | | | |
| 2 | Konsumen percaya Wardah sungguh-sungguh peduli terhadap kebutuhan kulit | | | | | |
| <i>Ability (Kemampuan)</i> | | | | | | |
| 3 | eauty Advisor (BA) Wardah di Endro Cosmetics, mampu meyakinkan pembeli dan memberikan jaminan kepuasan serta keamanan ketika bertransaksi. | | | | | |
| 4 | BA wardah Menciptakan pengalaman belanja yang menyenangkan dan menyambut bagi pembeli | | | | | |
| <i>Integrity (integritas),</i> | | | | | | |
| 5 | Wardah memberikan pelayanan pelanggan yang profesional, responsif, dan adil dalam membangun dan mempertahankan kepercayaan pelanggan | | | | | |
| 6 | Pelanggan percaya bahwa mereka akan mendapatkan produk yang sama baiknya setiap kali mereka membeli produk Wardah | | | | | |
| 7 | Wardah memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti tentang kandungan produk | | | | | |
| <i>Willingness to depend</i> | | | | | | |
| 8 | Konsumen bergantung pada produk Wardah untuk memenuhi kebutuhan perawatan kulit | | | | | |
| 9 | Konsumen percaya tidak ada risiko atau konsekuensi negatif yang mungkin terjadi akibat menggunakan produk Wardah | | | | | |
| 10 | Konsumen merasa bahwa manfaat menggunakan produk Wardah lebih besar daripada risiko yang mungkin terjadi | | | | | |

Kepuasan Konsumen (Y)

| No | Pernyataan | Jawaban | | | | |
|-----------------------------------|---|---------|---|----|----|-----|
| | | SS | S | KS | TS | STS |
| Kesesuaian Harapan: | | | | | | |
| 1 | Produk Wardah dikenal memiliki kualitas yang baik sesuai dengan ekspektasi konsumen terhadap produk kosmetik halal yang aman dan efektif. | | | | | |
| 2 | Produk Wardah menawarkan harga yang sesuai dengan kualitas yang diberikan, | | | | | |
| 3 | Endro Cosmetics Kawali menyediakan produk Wardah yang lengkap dan selalu tersedia, sehingga konsumen tidak kesulitan menemukan produk yang mereka cari. | | | | | |
| Minat Berkunjung Kembali | | | | | | |
| 4 | Konsumen sering berbelanja produk Wardah di Endro Cosmetics | | | | | |
| 5 | Pengalaman yang baik di toko, seperti suasana yang nyaman dan pelayanan yang cepat, dapat membuat konsumen ingin kembali | | | | | |
| 6 | Penawaran promosi atau diskon pada produk Wardah menarik konsumen untuk kembali berbelanja. | | | | | |
| Kesediaan Merekomendasikan | | | | | | |
| 7 | Wardah memiliki reputasi yang baik sebagai produk kosmetik halal dan berkualitas, sehingga konsumen merasa percaya diri untuk merekomendasikannya | | | | | |
| 8 | Konsumen yang memiliki pengalaman positif dengan produk Wardah dan layanan di Endro Cosmetics cenderung ingin berbagi pengalaman baik tersebut dengan orang lain. | | | | | |

Jawaban Responden Mengenai X1

| Responden | No. Pernyataan | | | | | | | | | | Jumlah |
|-----------|----------------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|--------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | |
| 1 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 32 |
| 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 35 |
| 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 34 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 2 | 3 | 3 | 30 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 39 |
| 6 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 7 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 8 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 41 |
| 9 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 37 |
| 10 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 2 | 3 | 38 |
| 11 | 5 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 39 |
| 12 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 38 |
| 13 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 40 |
| 14 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 3 | 4 | 34 |
| 15 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 39 |
| 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 41 |
| 17 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 37 |
| 18 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 39 |
| 19 | 4 | 2 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 36 |
| 20 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 39 |
| 21 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 40 |
| 22 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 36 |
| 23 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 39 |
| 24 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 36 |
| 25 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 41 |
| 26 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 | 42 |
| 27 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 36 |
| 28 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 36 |
| 29 | 2 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 31 |
| 30 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 33 |
| 31 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 42 |
| 32 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 39 |
| 33 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 |

| | | | | | | | | | | | |
|-----------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|-----------|
| 34 | 5 | 5 | 4 | 2 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 42 |
| 35 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 44 |
| 36 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 44 |
| 37 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 42 |
| 38 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 40 |
| 39 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 2 | 2 | 3 | 2 | 37 |
| 40 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 2 | 3 | 2 | 38 |
| 41 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 42 |
| 42 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 39 |
| 43 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 38 |
| 44 | 5 | 2 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 37 |
| 45 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 42 |
| 46 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 43 |
| 47 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 42 |
| 48 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 43 |
| 49 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 43 |
| 50 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 40 |
| 51 | 5 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 39 |
| 52 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 39 |
| 53 | 2 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 41 |
| 54 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 41 |
| 55 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 41 |
| 56 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 41 |
| 57 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 42 |
| 58 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 41 |
| 59 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 37 |
| 60 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 47 |
| 61 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 42 |
| 62 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 | 36 |
| 63 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 40 |
| 64 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 42 |
| 65 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 34 |
| 66 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 44 |
| 67 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 43 |
| 68 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 69 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |

| | | | | | | | | | | | |
|---------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-------------|
| 70 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 43 |
| 71 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 46 |
| 72 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 43 |
| 73 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 38 |
| 74 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 37 |
| 75 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 3 | 2 | 25 |
| 76 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 | 3 | 2 | 25 |
| 77 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 42 |
| 78 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 41 |
| 79 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 42 |
| 80 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 42 |
| 81 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 82 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 42 |
| 83 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 40 |
| 84 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 85 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 39 |
| 86 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 35 |
| 87 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 39 |
| 88 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 38 |
| 89 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 3 | 38 |
| 90 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 36 |
| 91 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 43 |
| 92 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 42 |
| 93 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 41 |
| 94 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 95 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 41 |
| 96 | 4 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 33 |
| 97 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 34 |
| 98 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 2 | 4 | 39 |
| 99 | 3 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 42 |
| 100 | 5 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 38 |
| Jumlah | 411 | 404 | 388 | 382 | 394 | 402 | 397 | 379 | 369 | 375 | 3901 |

Jawaban Responden Mengenai X2

| Res | No. Pernyataan | | | | | | | | | | Jumlah |
|-----|----------------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|--------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | |
| 1 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 31 |
| 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 35 |
| 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 33 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 29 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 6 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 7 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 8 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 40 |
| 9 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 36 |
| 10 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 37 |
| 11 | 5 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 39 |
| 12 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 37 |
| 13 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 41 |
| 14 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 3 | 4 | 34 |
| 15 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 38 |
| 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 41 |
| 17 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 43 |
| 18 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 39 |
| 19 | 4 | 2 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 36 |
| 20 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 39 |
| 21 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 41 |
| 22 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 37 |
| 23 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 39 |
| 24 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 36 |
| 25 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 41 |
| 26 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 | 42 |
| 27 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 37 |
| 28 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 36 |
| 29 | 2 | 4 | 4 | 4 | 5 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 31 |
| 30 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 30 |
| 31 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 43 |
| 32 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 38 |

| | | | | | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 33 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 30 |
| 34 | 5 | 5 | 4 | 2 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 42 |
| 35 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 44 |
| 36 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 43 |
| 37 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 41 |
| 38 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 42 |
| 39 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 2 | 41 |
| 40 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 38 |
| 41 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 43 |
| 42 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 39 |
| 43 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 37 |
| 44 | 5 | 2 | 4 | 4 | 2 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 38 |
| 45 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 46 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 44 |
| 47 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 43 |
| 48 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 43 |
| 49 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 41 |
| 50 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 2 | 41 |
| 51 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 37 |
| 52 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 39 |
| 53 | 2 | 4 | 5 | 5 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 38 |
| 54 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 41 |
| 55 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 41 |
| 56 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 42 |
| 57 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 43 |
| 58 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 41 |
| 59 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 36 |
| 60 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 48 |
| 61 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 42 |
| 62 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 37 |
| 63 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 41 |
| 64 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 42 |
| 65 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 2 | 2 | 2 | 2 | 35 |
| 66 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 43 |
| 67 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 43 |
| 68 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |

| | | | | | | | | | | | |
|---------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------|
| 69 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 70 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 42 |
| 71 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 45 |
| 72 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 44 |
| 73 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 38 |
| 74 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 36 |
| 75 | 2 | 2 | 4 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 25 |
| 76 | 2 | 2 | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 2 | 3 | 2 | 27 |
| 77 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 43 |
| 78 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 41 |
| 79 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 43 |
| 80 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 42 |
| 81 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 42 |
| 82 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 41 |
| 83 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 42 |
| 84 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 85 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 40 |
| 86 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 37 |
| 87 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 39 |
| 88 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 37 |
| 89 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 3 | 38 |
| 90 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 2 | 3 | 4 | 4 | 38 |
| 91 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 41 |
| 92 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 44 |
| 93 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 94 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 42 |
| 95 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 42 |
| 96 | 4 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 33 |
| 97 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 4 | 35 |
| 98 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 2 | 4 | 39 |
| 99 | 3 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 41 |
| 100 | 5 | 4 | 3 | 2 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 39 |
| Jumlah | 406 | 404 | 390 | 384 | 393 | 407 | 400 | 386 | 369 | 375 | 3914 |

Jawaban Responden Mengenai Y

| Responden | No. Pernyataan | | | | | | | | Jumlah |
|-----------|----------------|---|---|---|---|---|---|---|--------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | |
| 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 |
| 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 34 |
| 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 | 4 | 3 | 29 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 32 |
| 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 31 |
| 6 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 31 |
| 7 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 29 |
| 8 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 30 |
| 9 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 |
| 10 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 |
| 11 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 29 |
| 12 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 |
| 13 | 4 | 2 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 27 |
| 14 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 33 |
| 15 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 |
| 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 |
| 17 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 29 |
| 18 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 30 |
| 19 | 4 | 4 | 2 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 26 |
| 20 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 35 |
| 21 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 31 |
| 22 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 28 |
| 23 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 29 |
| 24 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 21 |
| 25 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 33 |
| 26 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 36 |
| 27 | 2 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 2 | 28 |
| 28 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 31 |
| 29 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 31 |
| 30 | 5 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 4 | 2 | 23 |
| 31 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 34 |
| 32 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 31 |

| | | | | | | | | | |
|-----------|---|---|---|---|---|---|---|---|-----------|
| 33 | 5 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 5 | 26 |
| 34 | 5 | 5 | 5 | 4 | 2 | 4 | 5 | 5 | 35 |
| 35 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 35 |
| 36 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 36 |
| 37 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 33 |
| 38 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 34 |
| 39 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 38 |
| 40 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 36 |
| 41 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 31 |
| 42 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 30 |
| 43 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 29 |
| 44 | 5 | 5 | 2 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 30 |
| 45 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 34 |
| 46 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 34 |
| 47 | 2 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 31 |
| 48 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 34 |
| 49 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 36 |
| 50 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 35 |
| 51 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 33 |
| 52 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 33 |
| 53 | 3 | 2 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 31 |
| 54 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 35 |
| 55 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 31 |
| 56 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 33 |
| 57 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 34 |
| 58 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 34 |
| 59 | 5 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 31 |
| 60 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 35 |
| 61 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 33 |
| 62 | 5 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 5 | 4 | 32 |
| 63 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 37 |
| 64 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 2 | 35 |
| 65 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 34 |
| 66 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 35 |
| 67 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 34 |

| | | | | | | | | | |
|---------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----------|
| 68 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 |
| 69 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 33 |
| 70 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 33 |
| 71 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 37 |
| 72 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 35 |
| 73 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 30 |
| 74 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 3 | 30 |
| 75 | 4 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 | 24 |
| 76 | 3 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 3 | 20 |
| 77 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 33 |
| 78 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 |
| 79 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 33 |
| 80 | 2 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 2 | 30 |
| 81 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 33 |
| 82 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 32 |
| 83 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 30 |
| 84 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 33 |
| 85 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 33 |
| 86 | 5 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 32 |
| 87 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 34 |
| 88 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 33 |
| 89 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 |
| 90 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 29 |
| 91 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 34 |
| 92 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 35 |
| 93 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 33 |
| 94 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 30 |
| 95 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 | 32 |
| 96 | 5 | 4 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 28 |
| 97 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 30 |
| 98 | 2 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 3 | 29 |
| 99 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 31 |
| 100 | 4 | 5 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 29 |
| Jumlah | 421 | 409 | 404 | 390 | 382 | 404 | 402 | 362 | 3174 |

Hasil Analisis Menggunakan SPSS

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Variables Entered/Removed^b

| Model | Variables Entered | Variables Removed | Method |
|-------|------------------------------|-------------------|--------|
| 1 | Kualitas Produk ^a | | Enter |

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Model Summary

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .621 ^a | .386 | .379 | 2.48552 |

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk

Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|-----------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 11.671 | 2.572 | | 4.538 | .000 |
| | Kualitas Produk | .514 | .066 | .621 | 7.841 | .000 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen

Variables Entered/Removed^b

| Model | Variables Entered | Variables Removed | Method |
|-------|-----------------------------------|-------------------|--------|
| 1 | Kepercayaan Konsumen ^a | | Enter |

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Model Summary

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .603 ^a | .364 | .358 | 2.52859 |

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan Konsumen

Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|----------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 12.888 | 2.530 | | 5.095 | .000 |
| | Kepercayaan Konsumen | .482 | .064 | .603 | 7.490 | .000 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Pengaruh Kualitas Produk dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Kepuasan

Konsumen

Correlations

| | | Kualitas Produk | Kepercayaan Konsumen | Kepuasan Konsumen |
|----------------------|---------------------|-----------------|----------------------|-------------------|
| Kualitas Produk | Pearson Correlation | 1 | .945** | .621** |
| | Sig. (2-tailed) | | .000 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 |
| Kepercayaan Konsumen | Pearson Correlation | .945** | 1 | .603** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 |
| Kepuasan Konsumen | Pearson Correlation | .621** | .603** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | |
| | N | 100 | 100 | 100 |

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Model Summary

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .623 ^a | .388 | .375 | 2.49312 |

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan Konsumen, Kualitas Produk

ANOVA^b

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 | Regression | 382.323 | 2 | 191.161 | 30.755 | .000 ^a |
| | Residual | 602.917 | 97 | 6.216 | | |
| | Total | 985.240 | 99 | | | |

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan Konsumen, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|----------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 11.563 | 2.585 | | 4.473 | .000 |
| | Kualitas Produk | .393 | .202 | .475 | 1.952 | .054 |
| | Kepercayaan Konsumen | .123 | .194 | .155 | .635 | .527 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

RIWAYAT HIDUP



Nama : Destia Isro Mirajanti
Tempat, tanggal lahir : Ciamis, 15 Oktober 2001
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Alamat : RT 04 RW 05, Dusun Karangmulya, Desa Karangpawitan,
Kecamatan kawali, Kabupaten Ciamis
No HP : 0895325026924
Email : Destiaisromirajanti12@gmail.com

Riwayat Pendidikan

1. TK PGRI MELATI
2. SDN 5 KARANGPAWITAN
3. SMPN 3 KAWALI
4. SMAN 1 KAWALI
5. S1 MANAJEMEN UNIVERSITAS GALUH CIAMIS