

# LAMPIRAN

# **LAMPIRAN 1**

## **Gambaran Organisasi**

## Lampiran 1

### Gambaran Organisasi

#### Sejarah Mira Beauty Skin Care

*Mira Beauty Skin Care* didirikan pada bulan Juni 2003 oleh Ibu Misra Darma di Istana Mekar Wangi Bandung. Ibu Misra Darma terkenal dengan panggilan Ibu Mira sehingga *skin care* ini diberi nama *Mira Beauty Skin Care*. *Mira Beauty Skin Care* bergerak di bidang kesehatan dan kecantikan wajah. *Mira Beauty Skin Care* memiliki visi yaitu agar masyarakat khususnya wanita dapat tampil lebih sehat, lebih aman, dan cantik alami dengan produk bio herbal. Dan memiliki misi yaitu agar masyarakat terutama wanita lebih pintar dalam memilih produk kecantikan yang sehat dengan menggunakan produk bio herbal. Produk-produk *Mira Beauty Skin Care* adalah produk bio herbal. Produk bio herbal ini berasal dari tumbuh-tumbuhan seperti aloe vera, *extract birch leaf* dan *dandelion extract*. Ibu Mira mengenal produk bio herbal ini dari distributor produk kecantikan Jerman di Indonesia. Pertama kali berdiri, *Mira Beauty Skin Care* memiliki 8 orang karyawan dan 30 orang konsumen. Karena konsumen bertambah banyak dan atas permintaan konsumen, *Mira Beauty Skin Care* membuka cabang yang kedua yaitu di antapani pada bulan agustus 2003, kemudian cabang ketiga di Metro Trade Center pada bulan Mei 2004, cabang keempat di Bandung Trade Centre pada bulan Juli 2005, cabang kelima di Pasar Baru

pada bulan April 2006, cabang keenam di Ciumbuleuit pada bulan Agustus 2007 dan cabang yang ketujuh di Tasikmalaya pada bulan Oktober 2007. Sampai sekarang ini *Mira Beauty Skin Care* telah memiliki sekitar 40 orang karyawan dan kurang lebih 3000 konsumen yang tersebar di berbagai cabang. *Mira Beauty Skin Care* mendapatkan penghargaan skin care terbaik yaitu *Indonesian Quality & Development Award 2007* oleh menteri pariwisata dan kesehatan.

# **LAMPIRAN 2**

## **Alat Ukur**

Lampiran 2A<sub>1</sub>

## Kuesioner Loyalitas Konsumen (Attitude)

NO	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS
1	Saya memiliki keinginan untuk kembali menggunakan perawatan di <i>Mira Beauty Skin Care</i>				
2	Saya tidak yakin untuk merekomendasikan kepada orang lain tentang <i>Mira Beauty Skin Care</i> dalam hal kualitasnya				
3	Saya berniat untuk tetap menggunakan <i>Mira Beauty Skin Care</i>				
4	Meskipun saya yakin akan keunggulan produk <i>Mira Beauty Skin Care</i> , saya berkeinginan untuk membandingkan-bandingkannya dengan merek lain.				
5	Saya lebih percaya pada kualitas produk <i>Mira Beauty Skin Care</i> dibandingkan dengan kualitas produk kecantikan lain				
6	Saya ingin orang lain juga menggunakan produk <i>Mira Beauty Skin Care</i>				
7	Saya tertarik juga untuk menggunakan merek lain untuk membandingkan hasilnya dengan produk <i>Mira Beauty Skin Care</i>				
8	Saya selalu mencari informasi produk kecantikan lain selain produk <i>Mira Beauty Skin Care</i> , ketika ingin membeli produk kecantikan				
9	Saya sudah merasa cocok dengan <i>Mira Beauty Skin Care</i> sehingga saya tidak ingin beralih ke skin care lain				
10	Saya akan membeli ulang produk kecantikan di <i>Mira Beauty Skin Care</i>				

11	Saya akan mengabaikan penawaran brosur-brosur atau iklan mengenai produk lain, selain produk <i>Mira Beauty Skin Care</i>				
12	Saya tidak menemukan keunggulan <i>Mira Beauty Skin Care</i> sehingga saya tidak menyarankan orang lain untuk menggunakannya				
13	Saya tidak akan beralih ke skin care lain selain <i>Mira Beauty Skin Care</i>				
14	Saya tertarik untuk mencoba produk kecantikan lain yang bukan produk <i>Mira Beauty Skin Care</i>				
15	Saya menolak jika ditawari untuk mencoba produk kecantikan merek lain selain produk <i>Mira Beauty Skin Care</i>				
16	Saya akan membeli produk kecantikan lain selain <i>Mira Beauty Skin Care</i>				
17	Saya merasa lebih percaya pada produk <i>Mira Beauty Skin Care</i> dibandingkan produk kecantikan lain				
18	Saya ingin menyampaikan keunggulan perawatan yang dilakukan oleh <i>Mira Beauty Skin Care</i>				
19	Saya masih berniat untuk mencoba <i>skin care</i> lain				
20	Saya kurang tertarik untuk mencoba <i>Mira Beauty Skin Care</i> dibandingkan dengan skin care lain				
21	Saya merasa <i>Mira Beauty Skin Care</i> memiliki keunggulan tersendiri sehingga saya tidak ingin beralih ke <i>skin care</i> lain				
22	Saya akan terus menggunakan produk <i>Mira Beauty Skin Care</i> apabila produk sebelumnya habis.				
23	Saya merasakan ketidaknyamanan ketika menggunakan <i>Mira Beauty Skin Care</i> sehingga saya tidak ingin merekomendasikannya kepada orang lain				
24	Saya tetap menyediakan <i>stock beauty care</i> dari <i>Mira Beauty Skin Care</i> agar tidak terputus ketika produk kecantikan yang saya pakai habis				

25	Karena banyak keluhan yang saya rasakan, saya akan mencari produk kecantikan lain				
26	Saya merasa cocok dengan <i>Mira Beauty Skin Care</i> sehingga saya berani untuk merekomendasikan kepada orang lain				
27	Saya tidak memiliki keinginan untuk menggunakan kembali produk dari <i>Mira Beauty Skin Care</i>				
28	Ketika <i>stock</i> produk kecantikan yang saya pakai habis, saya mencoba menggunakan produk lain				
29	Saya tertarik dengan iklan/brosur/hadiah skin care lain dibandingkan <i>Mira Beauty Skin Care</i>				

Lampiran 2A<sub>2</sub>

Kuesioner Loyalitas Konsumen (Behavior)

NO	PERNYATAAN	SL	SR	JR	TP
1	Saya mempersiapkan cadangan produk <i>Mira Beauty Skin Care</i> sebelum habis				
2	Saya tidak mau ikut serta dalam keanggotaan <i>Mira Beauty Skin Care</i>				
3	Saya menceritakan kepuasan saya tentang <i>Mira Beauty Skin Care</i> kepada orang lain				
4	Saya menjadi member sejak menggunakan perawatan di <i>Mira Beauty Skin Care</i>				
5	Saya membeli produk kecantikan lain selain produk <i>Mira Beauty Skin Care</i>				
6	Saya menceritakan kenyamanan saya ketika menggunakan produk <i>Mira Beauty Skin Care</i> kepada orang lain				
7	Saya menyarankan kepada orang lain untuk membeli produk <i>Mira Beauty Skin Care</i>				
8	Saya ikut berpartisipasi dalam kegiatan atau acara yang diselenggarakan oleh <i>Mira Beauty Skin Care</i>				
9	Setiap membutuhkan produk kecantikan, saya memilih produk <i>Mira Beauty Skin Care</i>				
10	Saya bersemangat menceritakan kecocokan saya menggunakan produk <i>Mira Beauty Skin Care</i> kepada orang lain				
11	Saya melakukan perawatan kulit wajah dengan menggunakan produk <i>Mira Beauty Skin Care</i>				
12	Saya mengatakan kepada orang lain bahwa produknya <i>Mira Beauty Skin Care</i> berkualitas				

13	Dari awal menggunakan produk kecantikan, saya selalu menggunakan produk <i>Mira Beauty Skin Care</i>				
14	Saya membeli produk yang lebih banyak ketika ditawarkan untuk mencoba produk baru dari <i>Mira Beauty Skin Care</i>				
15	Saya mengganti produk <i>Mira Beauty Skin Care</i> dengan produk kecantikan lain				
16	Dengan menjadi member, saya mendapatkan informasi untuk perawatan secara teratur di <i>Mira Beauty Skin Care</i>				
17	Saya bercerita kepada orang lain tentang keunggulan produk <i>Mira Beauty Skin Care</i>				
18	Saya menggunakan produk <i>Mira Beauty Skin Care</i> yang lebih dari satu macam produk kecantikan, misalnya paket kecantikan				
19	Saya membeli produk baru yang ditawarkan oleh <i>Mira Beauty Skin Care</i>				

## Lampiran 2B

### Daftar Pertanyaan Data Penunjang

1. Jenis Kelamin : L / P
2. Usia : .....tahun.
3. Sudah berapa lamakah Saudara menggunakan produk *Mira Beauty Skin Care*?
  - a. < 1 bulan
  - b. 1 bulan
  - c. 3 bulan
  - d. 6 bulan
  - e. ....
4. Apa alasan saudara menggunakan produk *Mira Beauty Skin Care*?
  - a. Karena kebiasaan diri sendiri untuk menggunakannya
  - b. Karena kebiasaan anggota keluarga saya juga menggunakannya
  - c. Karena kebiasaan teman-teman saya juga menggunakannya
  - d. Karena kebiasaan lingkungan sekitar, saya harus menggunakan produk kecantikan
5. Pada dasarnya, saudara menggunakan produk *Mira Beauty Skin Care* adalah untuk memenuhi kebutuhan akan:
  - a. Rasa percaya diri
  - b. Kenyamanan ketika berelasi
  - c. Ekspresi diri (tampil bersih, cantik dan terawat)
  - d. Pengakuan (dipuji orang lain karena kulit terawat dengan baik)

6. Program apa yang membuat Saudara tertarik ketika membeli produk *Mira Beauty Skin Care*?
  - a. Program hadiah (Mis: beli 1 gratis 1, membawa teman dapat satu macam produk gratis, dll.)
  - b. Program *EasyPay* (Cicilan dengan bunga ringan)
  - c. Program Harga Spesial (Mis: Spesial Natal, Spesial Lebaran)
  - d. Tidak ada
7. Apabila produk kecantikan yang saudara inginkan tidak tersedia di tempat atau sudah habis, apa yang akan saudara lakukan?
  - a. Berusaha mencari ke cabang lain
  - b. Beralih mencari produk kecantikan dari *skin care* lain
  - c. Menunggu sampai produk tersedia kembali
  - d. Meminta atau meminjam pada keluarga, teman, tetangga.
8. Apa yang akan saudara lakukan, jika terjadi kebutuhan mendadak yang lebih penting sehingga mempengaruhi rencana Saudara untuk membeli produk *Mira Beauty Skin Care*?
  - a. Tetap membeli produk *Mira Beauty Skin Care*
  - b. Membeli produk kecantikan lain bukan produk *Mira Beauty Skin Care*
  - c. Menunda pembelian
  - d. Meminta atau meminjam pada keluarga, teman, tetangga.
9. Apa yang saudara rasakan ketika menggunakan produk *Mira Beauty Skin Care*?
  - a. Percaya Diri
  - b. Bangga
  - c. Keren
  - d. *up-to-date* (tidak ketinggalan jaman)
10. Menurut saudara harga produk *Mira Beauty Skin Care*?
  - a. murah
  - b. terjangkau
  - c. mahal

# **LAMPIRAN 3**

## **Validitas & Reliabilitas**

## Lampiran 3

## Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur

## DATA TRY OUT

R/N	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
1	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4
2	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	1	4	4	4
3	3	3	3	2	3	4	3	2	3	3	4	3	2	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4
5	3	2	3	4	4	4	3	4	4	3	2	3	3	4	3	4
6	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	2	4	3	4
7	3	3	3	2	3	4	3	2	2	3	4	3	2	3	3	2
8	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2
9	3	4	3	2	3	4	3	2	3	3	4	3	1	4	3	3
10	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4
11	3	3	3	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
12	4	3	2	4	4	3	3	2	4	4	4	3	4	4	3	3
13	3	3	3	2	3	4	3	2	3	3	3	3	2	4	3	3
14	3	3	3	3	3	4	1	3	1	1	4	3	3	4	4	3
15	4	3	4	4	4	3	1	4	4	4	4	2	1	3	4	3
	0.63	0.375	0.379	0.621	0.711	<b>-0.105</b>	0.4	0.507	0.305	0.663	<b>0.297</b>	0.519	0.544	0.448	0.464	0.746
	v	v	v	v	v	<b>x</b>	v	v	v	v	<b>x</b>	v	v	v	v	v

R/N	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	<b>31</b>	32
1	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	<b>3</b>	3
2	3	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>1</b>	4
3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	<b>3</b>	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>3</b>	4
5	1	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>2</b>	4
6	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	<b>2</b>	3
7	2	2	2	3	2	4	3	3	3	3	2	3	3	3	<b>3</b>	2
8	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	2	<b>3</b>	3
9	3	3	3	2	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	<b>1</b>	3
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>3</b>	3
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>3</b>	4
12	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>3</b>	4
13	2	2	3	4	2	4	3	3	4	2	4	3	4	4	<b>2</b>	2
14	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	<b>3</b>	4
15	1	3	4	4	3	4	4	4	4	4	1	4	4	4	<b>1</b>	4
	0.48	0.69	0.779	0.487	0.834	0.547	0.787	0.804	0.698	0.791	0.537	0.773	0.549	0.742	<b>0.012</b>	0.572
	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v	<b>x</b>	v

R/N	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48
1	4	4	<b>3</b>	2	3	3	3	3	3	3	3	<b>3</b>	3	3	3	3
2	3	4	<b>4</b>	3	3	3	4	2	2	3	3	<b>3</b>	4	4	1	2
3	2	4	<b>4</b>	2	2	3	2	2	1	2	2	<b>4</b>	3	2	2	1
4	4	4	<b>3</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>1</b>	4	4	4	2
5	4	4	<b>3</b>	4	4	3	4	4	4	4	4	<b>1</b>	4	4	4	2
6	4	1	<b>4</b>	4	4	3	3	3	4	4	3	<b>1</b>	3	3	4	2
7	3	3	<b>3</b>	3	3	3	3	3	3	2	3	<b>2</b>	3	3	3	2
8	3	3	<b>3</b>	3	2	2	3	2	3	3	3	<b>2</b>	3	3	3	2
9	4	4	<b>2</b>	3	3	4	3	3	3	4	3	<b>1</b>	4	3	3	3
10	4	4	<b>3</b>	3	4	4	3	3	4	4	3	<b>1</b>	4	3	4	4
11	4	4	<b>4</b>	3	4	4	3	3	4	4	3	<b>1</b>	4	3	4	4
12	4	4	<b>4</b>	3	4	4	3	3	3	4	3	<b>1</b>	4	3	4	4
13	2	3	<b>1</b>	3	3	2	3	3	3	3	3	<b>3</b>	3	3	2	2
14	2	4	<b>2</b>	3	4	1	4	4	3	3	3	<b>3</b>	3	3	3	3
15	3	4	<b>2</b>	4	4	3	4	4	4	4	4	<b>3</b>	4	4	4	2
	0.745	0.433	<b>0.27</b>	0.502	0.824	0.721	0.355	0.47	0.726	0.822	0.521	-	0.742	0.474	0.781	0.475
	v	v	<b>x</b>	v	v	v	v	v	v	v	v	<b>x</b>	v	v	v	v

R/N	49	50	51	52	53
1	3	3	3	3	3
2	3	4	3	4	3
3	4	1	2	1	1
4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4
6	4	4	3	4	4
7	3	3	3	3	3
8	3	3	3	2	3
9	4	3	3	4	3
10	4	4	3	4	4
11	4	4	3	4	4
12	4	4	3	4	4
13	3	3	3	3	2
14	4	3	3	2	2
15	4	4	4	4	4
	0.556	0.873	0.521	0.831	0.856
	v	v	v	v	v

Keterangan :

V = valid, item diterima

X = tidak valid, item di tolak

Hasil validitas alat ukur adalah 48 item diterima dan 5 item dibuang.

Reliabilitas alat ukur adalah 0.9458

# **LAMPIRAN 4**

## **Hasil Penelitian**

# **LAMPIRAN 4A**

## **Gambaran Responden**

Lampiran 4A<sub>1</sub>

Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	1	2.4%
Perempuan	40	97.6%
Total	41	100%

Lampiran 4A<sub>2</sub>

Gambaran Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase
11-20 tahun	3	7.3%
21-30 tahun	17	41.5%
31-40 tahun	10	24.4%
41-50 tahun	11	26.8%
Total	41	100%

Lampiran 4A<sub>3</sub>

Gambaran Responden Berdasarkan Lamanya Responden Menggunakan Produk

Lamanya	Frekuensi	Persentase
1 bulan	12	29.3%
> 1 bulan – 3 bulan	8	19.5%
> 3 bulan – 6 bulan	9	22.0%
> 6 bulan	4	9.8%
> 1 tahun	8	19.5%
Total	41	100%

Lampiran 4A<sub>4</sub>

Gambaran Responden Berdasarkan Kebiasaan Menggunakan Produk

Kebiasaan	Frekuensi	Persentase
Kebiasaan diri sendiri	35	85.4%
Kebiasaan keluarga	1	2.4%
Kebiasaan Teman-teman	4	9.8%
Kebiasaan lingkungan	1	2.4%
Total	41	100%

Lampiran 4A<sub>5</sub>

Gambaran Responden Berdasarkan Komponen Merek *Mira Beauty Skin Care*

Komponen Merek	Frekuensi	Persentase
Percaya Diri	34	82.9%
Bangga	4	9.8%
Keren	1	2.4%
<i>Up-to-date</i>	2	4.9%
Total	41	100%

Lampiran 4A<sub>6</sub>

Gambaran Responden Berdasarkan Program Loyalitas yang Mempengaruhi

Pembelian Produk

Program	Frekuensi	Persentase
Program Berhadiah	9	22.0%
Program <i>Easypay</i>	5	12.2%
Program Harga Spesial	7	17.1%
Tidak ada	20	48.8%
Total	41	100%

Lampiran 4A<sub>7</sub>

## Gambaran Responden Berdasarkan Situasi Pembelian Produk

Produk tidak tersedia di tempat	Frekuensi	Persentase
Berusaha mencari ke cabang lain	23	56.1%
Beralih mencari produk kecantikan dari <i>skin care</i> lain	2	4.9%
Menunggu sampai produk tersedia kembali	15	36.6%
Meminta atau meminjam pada keluarga, teman, tetangga	1	2.4%
Total	41	100%

Lampiran 4A<sub>8</sub>

## Gambaran Responden Berdasarkan Kebutuhan Menggunakan Produk

Kebutuhan	Frekuensi	Persentase
Rasa percaya diri	14	34.1%
Kenyamanan ketika berelasi	1	2.4%
Ekspresi diri	25	61.0%
Pengakuan	1	2.4%
Total	41	100%

Lampiran 4A<sub>9</sub>

Gambaran Responden Berdasarkan Persepsi Harga Produk

Harga	Frekuensi	Persentase
Murah	0	0%
Terjangkau	31	75.6%
Mahal	10	24.4%
Total	41	100%

# **LAMPIRAN 4B**

**Hasil Tipe Loyalitas Konsumen**

Lampiran 4B

Hasil Tipe Loyalitas Konsumen

Tipe Loyalitas	Frekuensi	Persentase
<b><i>True Loyalty</i></b>	<b>15</b>	<b>36.6%</b>
<i>Latent Loyalty</i>	6	14.6%
<i>Spurius Loyalty</i>	7	17.1%
<b><i>No Loyalty</i></b>	<b>13</b>	<b>31.7%</b>
Total	41	100%

# **LAMPIRAN 4C**

**Hasil Tabulasi Silang antara Tipe  
Loyalitas Konsumen dengan Data  
Penunjang**

Lampiran 4C<sub>1</sub>

Hasil Tabulasi Silang antara Tipe Loyalitas Konsumen dengan Faktor Kebiasaan

		LOYALTY			
		<i>True Loyalty</i>	<i>Latent Loyalty</i>	<i>Spurious Loyalty</i>	<i>No Loyalty</i>
Kebiasaan	Kebiasaan Diri	14	6	5	10
	Sendiri	93.3%	100.0%	71.4%	76.9%
	Kebiasaan Keluarga	0	0	0	1
		.0%	.0%	.0%	7.7%
	Kebiasaan Teman-teman	0	0	2	2
		.0%	.0%	28.6%	15.4%
	Kebiasaan Lingkungan	1	0	0	0
		6.7%	.0%	.0%	.0%
Total		15	6	7	13
		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Lampiran 4C<sub>2</sub>

Hasil Tabulasi Silang antara Tipe Loyalitas Konsumen dengan

Faktor Komponen Merek

		LOYALTY			
		<i>True Loyalty</i>	<i>Latent Loyalty</i>	<i>Spurious Loyalty</i>	<i>No Loyalty</i>
Komponen Merek	Percaya Diri	12 80.0%	6 100.0%	7 100.0%	9 69.2%
	Bangga	1 6.7%	0 .0%	0 .0%	3 23.1%
	Keren	1 6.7%	0 .0%	0 .0%	0 .0%
	<i>Up-to-date</i>	1 6.7%	0 .0%	0 .0%	1 7.7%
Total		15 100.0%	6 100.0%	7 100.0%	13 100.0%

Lampiran 4C<sub>3</sub>

Hasil Tabulasi Silang antara Tipe Loyalitas Konsumen dengan

Faktor Program Loyalitas

		LOYALTY			
		<i>True Loyalty</i>	<i>Latent Loyalty</i>	<i>Spurious Loyalty</i>	<i>No Loyalty</i>
Program	Program Berhadiah	5 33.3%	1 16.7%	2 28.6%	1 7.7%
	Program <i>Easypay</i> (cicilan)	1 6.7%	1 16.7%	2 28.6%	1 7.7%
	Program Harga Spesial	3 20.0%	2 33.3%	0 .0%	2 15.4%
	Tidak Ada	6 40.0%	2 33.3%	3 42.9%	9 69.2%
	<b>Total</b>	15 100.0%	6 100.0%	7 100.0%	13 100.0%

Lampiran 4C<sub>4</sub>

## Hasil Tabulasi Silang antara Tipe Loyalitas Konsumen dengan Faktor Situasi

		LOYALTY			
		<i>True Loyalty</i>	<i>Latent Loyalty</i>	<i>Spurius Loyalty</i>	<i>No Loyalty</i>
Situasi	Mencari ke cabang lain	10 66.7%	3 50.0%	2 28.6%	8 61.5%
	Beralih mencari produk <i>Skin care</i> lain	0 .0%	0 .0%	1 14.3%	1 7.7%
	Menunggu sampai tersedia kembali	5 33.3%	3 50.0%	4 57.1%	3 23.1%
	Meminjam pada keluarga teman/tetangga	0 .0%	0 .0%	0 .0%	1 7.7%
	<b>Total</b>	15 100.0%	6 100.0%	7 100.0%	13 100.0%

Lampiran 4C<sub>5</sub>

Hasil Tabulasi Silang antara Tipe Loyalitas Konsumen dengan  
Kebutuhan Konsumen Menggunakan Produk

		LOYALTY				Total
		<i>True Loyalty</i>	<i>Latent Loyalty</i>	<i>Spurious Loyalty</i>	<i>No Loyalty</i>	
Kebutuhan Konsumen	Rasa Percaya Diri	6 40.0%	3 50.0%	3 42.9%	2 15.4%	14 34.1%
	Kenyamanan ketika berelasi	1 6.7%	0 .0%	0 .0%	0 .0%	1 2.4%
	Ekspresi Diri	8 53.3%	3 50.0%	4 57.1%	10 76.9%	25 61.0%
	Pengakuan	0 .0%	0 .0%	0 .0%	1 7.7%	1 2.4%
	<b>Total</b>	15 100.0%	6 100.0%	7 100.0%	13 100.0%	41 100.0%

Lampiran 4C<sub>6</sub>

Hasil Tabulasi Silang antara Tipe Loyalitas Konsumen dengan Perilaku Konsumen  
ketika dihadapkan pada Kebutuhan Mendadak

		LOYALTY				Total
		<i>True Loyalty</i>	<i>Latent Loyalty</i>	<i>Spurious Loyalty</i>	<i>No Loyalty</i>	
Kebutuhan Mendadak	Tetap Membeli	8 53.3%	3 50.0%	5 71.4%	1 7.7%	17 41.5%
	Membeli produk <i>Skin care</i> lain	0 .0%	0 .0%	0 .0%	0 .0%	0 .0%
	Menunda Pembelian	7 46.7%	3 50.0%	2 28.6%	10 76.9%	22 53.7%
	Meminjam pada keluarga teman/tetangga	0 .0%	0 .0%	0 .0%	2 15.4%	2 4.9%
	<b>Total</b>	15 100.0%	6 100.0%	7 100.0%	13 100.0%	41 100.0%

Lampiran 4C<sub>7</sub>

Hasil Tabulasi Silang antara Tipe Loyalitas Konsumen dengan Persepsi Harga

Produk oleh Konsumen

		LOYALTY				Total
		<i>True Loyalty</i>	<i>Latent Loyalty</i>	<i>Spurius Loyalty</i>	<i>No Loyalty</i>	
Persepsi harga produk	Murah	0 .0%	0 .0%	0 .0%	0 .0%	0 .0%
	Terjangkau	12 80.0%	5 83.3%	7 100.0%	7 53.8%	31 75.6%
	Mahal	3 20.0%	1 16.7%	0 .0%	6 46.2%	10 24.4%
Total		15 100.0%	6 100.0%	7 100.0%	13 100.0%	41 100.0%

# **LAMPIRAN 5**

## **Case Summaries**

## Lampiran 5

## Case Summaries

	Jenis Kelamin	Usia	Lama menggunakan produk	Alasan menggunakan	Kebutuhan	Program Loyalitas	Situasi	Kebutuhan Mendadak	Komponen Merek	Harga
1	Wanita	41-50 tahun	>3 bulan - 6 bulan	Diri Sendiri	Rasa Percaya Diri	Tidak Ada	Cari ke cabang lain	Tetap membeli produk Mira Beauty Skin Care	Percaya Diri	Terjangkau
2	Wanita	21-30 tahun	> 1 tahun	Diri Sendiri	Rasa Percaya Diri	Tidak Ada	Cari ke cabang lain	Tetap membeli produk Mira Beauty Skin Care	Percaya Diri	Mahal
3	Wanita	31-40 tahun	1 bulan	Diri Sendiri	Ekspresi Diri	Tidak Ada	Cari ke cabang lain	Menunda pembelian	Bangga	Terjangkau
4	Wanita	21-30 tahun	1 bulan	Diri Sendiri	Ekspresi Diri	Tidak Ada	Cari ke cabang lain	Menunda pembelian	Percaya Diri	Terjangkau
5	Wanita	31-40 tahun	1 bulan	Diri Sendiri	Kenyamanan ketika berelasi	program Harga Spesial	Cari ke cabang lain	Menunda pembelian	Percaya Diri	Terjangkau
6	Wanita	21-30 tahun	>3 bulan - 6 bulan	Diri Sendiri	Ekspresi Diri	Program Berhadiah	Cari ke cabang lain	Tetap membeli produk Mira Beauty Skin Care	Percaya Diri	Terjangkau
7	Wanita	31-40 tahun	> 1 tahun	Diri Sendiri	Ekspresi Diri	program Harga Spesial	Cari ke cabang lain	Menunda pembelian	Percaya Diri	Mahal
8	Wanita	21-30 tahun	> 6 bulan	Diri Sendiri	Ekspresi Diri	Tidak Ada	Meminta/meminjam pada keluarga,teman	Meminta/meminjam pada keluarga, teman	Percaya Diri	Terjangkau
9	Wanita	21-30 tahun	>1 bulan - 3 bulan	Teman	Ekspresi Diri	Program Easy Pay	Cari ke cabang lain	Tetap membeli produk Mira Beauty Skin Care	Percaya Diri	Terjangkau
10	Wanita	41-50 tahun	> 6 bulan	Diri Sendiri	Ekspresi Diri	Program Berhadiah	Cari ke cabang lain	Menunda pembelian	Percaya Diri	Terjangkau

11	Wanita	21-30 tahun	>3 bulan - 6 bulan	Diri Sendiri	Ekspresi Diri	Program Berhadiah	Cari ke cabang lain	Menunda pembelian	Up to Date	Terjangkau
12	Wanita	31-40 tahun	>3 bulan - 6 bulan	Diri Sendiri	Rasa Percaya Diri	program Harga Spesial	Cari ke cabang lain	Menunda pembelian	Bangga	Terjangkau
13	Wanita	21-30 tahun	1 bulan	Teman	Rasa Percaya Diri	Program Easy Pay	Menunggu sampai produk tersedia kembali	Menunda pembelian	Percaya Diri	Mahal
14	Wanita	21-30 tahun	>3 bulan - 6 bulan	Teman	Ekspresi Diri	Program Berhadiah	Cari ke cabang lain	Tetap membeli produk Mira Beauty Skin Care	Percaya Diri	Terjangkau
15	Pria	21-30 tahun	>1 bulan - 3 bulan	Diri Sendiri	Ekspresi Diri	program Harga Spesial	Menunggu sampai produk tersedia kembali	Tetap membeli produk Mira Beauty Skin Care	Percaya Diri	Terjangkau
16	Wanita	31-40 tahun	>1 bulan - 3 bulan	Diri Sendiri	Ekspresi Diri	Program Berhadiah	Beralih mencari produk kecantikan dari skin care lain	Tetap membeli produk Mira Beauty Skin Care	Percaya Diri	Terjangkau
17	Wanita	11-20 tahun	1 bulan	Diri Sendiri	Rasa Percaya Diri	program Harga Spesial	Menunggu sampai produk tersedia kembali	Tetap membeli produk Mira Beauty Skin Care	Percaya Diri	Terjangkau
18	Wanita	41-50 tahun	1 bulan	Diri Sendiri	Rasa Percaya Diri	Tidak Ada	Menunggu sampai produk tersedia kembali	Menunda pembelian	Percaya Diri	Terjangkau
19	Wanita	21-30 tahun	>1 bulan - 3 bulan	Diri Sendiri	Ekspresi Diri	Tidak Ada	Menunggu sampai produk tersedia kembali	Menunda pembelian	Percaya Diri	Terjangkau
20	Wanita	21-30 tahun	>3 bulan - 6 bulan	Diri Sendiri	Ekspresi Diri	Tidak Ada	Beralih mencari produk kecantikan dari skin care lain	Menunda pembelian	Up to Date	Mahal
21	Wanita	11-20 tahun	1 bulan	Teman	Pengakuan	program Harga Spesial	Cari ke cabang lain	Meminta/meminjam pada keluarga, teman	Bangga	Terjangkau

22	Wanita	21-30 tahun	> 1 tahun	Diri Sendiri	Ekspresi Diri	Tidak Ada	Menunggu sampai produk tersedia kembali	Menunda pembelian	Percaya Diri	Terjangkau
23	Wanita	11-20 tahun	> 1 tahun	Diri Sendiri	Ekspresi Diri	Tidak Ada	Menunggu sampai produk tersedia kembali	Menunda pembelian	Percaya Diri	Mahal
24	Wanita	31-40 tahun	1 bulan	Diri Sendiri	Ekspresi Diri	Tidak Ada	Cari ke cabang lain	Tetap membeli produk Mira Beauty Skin Care	Percaya Diri	Terjangkau
25	Wanita	21-30 tahun	>1 bulan - 3 bulan	Diri Sendiri	Rasa Percaya Diri	program Harga Spesial	Cari ke cabang lain	Menunda pembelian	Percaya Diri	Mahal
26	Wanita	41-50 tahun	> 1 tahun	Diri Sendiri	Ekspresi Diri	Tidak Ada	Cari ke cabang lain	Tetap membeli produk Mira Beauty Skin Care	Percaya Diri	Terjangkau
27	Wanita	41-50 tahun	>3 bulan - 6 bulan	Diri Sendiri	Rasa Percaya Diri	Tidak Ada	Menunggu sampai produk tersedia kembali	Tetap membeli produk Mira Beauty Skin Care	Percaya Diri	Terjangkau
28	Wanita	21-30 tahun	>1 bulan - 3 bulan	Diri Sendiri	Rasa Percaya Diri	Program Berhadiah	Menunggu sampai produk tersedia kembali	Menunda pembelian	Percaya Diri	Mahal
29	Wanita	41-50 tahun	>1 bulan - 3 bulan	Diri Sendiri	Rasa Percaya Diri	Tidak Ada	Menunggu sampai produk tersedia kembali	Menunda pembelian	Percaya Diri	Terjangkau
30	Wanita	41-50 tahun	> 1 tahun	Diri Sendiri	Ekspresi Diri	Tidak Ada	Menunggu sampai produk tersedia kembali	Tetap membeli produk Mira Beauty Skin Care	Percaya Diri	Mahal
31	Wanita	31-40 tahun	> 1 tahun	Diri Sendiri	Rasa Percaya Diri	Tidak Ada	Menunggu sampai produk tersedia kembali	Menunda pembelian	Percaya Diri	Terjangkau

32	Wanita	41-50 tahun	>3 bulan - 6 bulan	Diri Sendiri	Rasa Percaya Diri	Tidak Ada	Menunggu sampai produk tersedia kembali	Tetap membeli produk Mira Beauty Skin Care	Percaya Diri	Terjangkau
33	Wanita	41-50 tahun	> 1 tahun	Diri Sendiri	Ekspresi Diri	Program Berhadiah	Cari ke cabang lain	Menunda pembelian	Bangga	Terjangkau
34	Wanita	31-40 tahun	1 bulan	Diri Sendiri	Rasa Percaya Diri	Program Easy Pay	Menunggu sampai produk tersedia kembali	Tetap membeli produk Mira Beauty Skin Care	Percaya Diri	Terjangkau
35	Wanita	21-30 tahun	1 bulan	Diri Sendiri	Ekspresi Diri	Program Easy Pay	Cari ke cabang lain	Tetap membeli produk Mira Beauty Skin Care	Percaya Diri	Terjangkau
36	Wanita	41-50 tahun	>1 bulan - 3 bulan	Diri Sendiri	Ekspresi Diri	Tidak Ada	Cari ke cabang lain	Menunda pembelian	Percaya Diri	Mahal
37	Wanita	41-50 tahun	> 6 bulan	Diri Sendiri	Ekspresi Diri	Program Berhadiah	Cari ke cabang lain	Tetap membeli produk Mira Beauty Skin Care	Percaya Diri	Terjangkau
38	Wanita	31-40 tahun	1 bulan	lingkungan	Rasa Percaya Diri	Program Easy Pay	Menunggu sampai produk tersedia kembali	Menunda pembelian	Keren	Terjangkau
39	Wanita	21-30 tahun	1 bulan	Diri Sendiri	Ekspresi Diri	Tidak Ada	Cari ke cabang lain	Menunda pembelian	Percaya Diri	Terjangkau
40	Wanita	31-40 tahun	>3 bulan - 6 bulan	Diri Sendiri	Ekspresi Diri	Program Berhadiah	Cari ke cabang lain	Tetap membeli produk Mira Beauty Skin Care	Percaya Diri	Terjangkau
41	Wanita	21-30 tahun	> 6 bulan	Keluarga	Ekspresi Diri	Tidak Ada	Cari ke cabang lain	Menunda pembelian	Percaya Diri	Mahal