

DAFTAR PUSTAKA

- Husaini, H., & Fitria, H. (2019). Manajemen Kepemimpinan Pada Lembaga Pendidikan Islam. *JMKSP (Jurnal Manajemen, Kepemimpinan, Dan Supervisi Pendidikan)*, 4(1), 43. <https://doi.org/10.31851/jmksp.v4i1.2474>
- Ma'sum, T. (2020). Eksistensi Manajemen Pemasaran dalam Membangun Citra Lembaga Pendidikan. *Jurnal Intelektual: Jurnal Pendidikan Dan Studi Keislaman*, 10(2), 133–153. <https://doi.org/10.33367/ji.v10i2.1243>
- Dewi, nia safitri, & Prabowo, rokh eddy. (2018). "Performa Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi, Dan Gaya Hidup Dalam Mempengaruhi Proses Keputusan Pembelian Minuman Isotonik (Studi Konsumen Minuman Isotonik Di Kota Semarang). *Prosiding SENDI_U 2018*, 2016, 711.
- Budiono, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 17(02), 1–15. <https://doi.org/10.25134/equi.v17i02.2664>
- Abdul Gofur. (2019). 1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 37–44.
- Agustina, S. (2020). Manajemen Pemasaran: Manajemen Pemasaran Modern. *Management Pemasaran*, 9(2), 26.
- Andari, & Nafiudin. (2019). Pengaruh Motivasi Dan Penilaian Prestasi Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Pada Pt Surya Indah Persada Indonesia Di Kota Serang. *Jurnal Ekonomi Vokasi*, 2(2), 60–74.
- Ayuningtias, T., & W, H. D. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Iklan terhadap Keputusan Pembelian Kartu XL Prabayar di Kota Semarang (Studi Kasus pada Pengguna Kartu XL Prabayar di Kota Semarang). *Diponegoro Journal Of*

- Social and Political*, 1(1), 1–6. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/>
- Bayu, D. C. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Penjualan Jasa Grabcar Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Wisatawan di Yogyakarta). *Perspektif*, 16(1), 1–6.
- Budiyanto, E. (2018). Pengaruh Persepsi Harga, Diskon Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Giant Supermarket Rungkut Surabaya. *Ekonomi*, 03(01), 36–46.
- Firatmadi, A. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Journal of Business Studies*, 2(2), 2443–3837. <http://journal.uta45jakarta.ac.id/index.php/jbsuta/article/viewFile/959/667>
- Imron, I. (2019). Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada CV. Meubele Berkah Tangerang. *Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE)*, 5(1), 19–28. <https://doi.org/10.31294/ijse.v5i1.5861>
- Kristianti, T., & Rivai, A. R. (2018). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warunk Upnormal Semarang. *Telaah Manajemen*, 15(2), 128–136.
- Leonardo, R. M., & Riki. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Gocar Di Kota Barat. *Jurnal Rekaman*, 5(1), 78–85.
- Melda Kolo, S., & Sri Darma, G. (2020). Faktor-Faktor Terpenting Yang Mempengaruhi Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Pengguna Jaringan 4G di Denpasar. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(1), 57. <https://doi.org/10.38043/jmb.v17i1.2342>
- Nurul, A., & Mulyowahyudi, A. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk , Persepsi Harga , Distribusi , dan Citra Merek pada Kepuasan Pelanggan AMDK Quelle di

- Kota Cilegon. *Perwira*, 2(1), 1–15.
- Oktarini, R. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Aplikasi Gojek Di Kota Tangerang. *Jurnal Sekretari Universitas Pamulang*, 6(2), 248. <https://doi.org/10.32493/skr.v6i2.5541>
- Retno, D. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Studio Fotografi Calista Yogyakarta. *Jurnal Tata Kelola Seni*, 6(1), 53–65. <https://doi.org/10.24821/jtks.v6i1.4115>
- Rivai, A. R., & Wahyudi, T. A. (2017). Pengaruh Persepsi Kualitas, Citra Merek, Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi*, 4(1), 29–37.
- Shihab, N. C. M. S. (2018). TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SMARTPHONE ASUS STUDI KASUS DI PT . DATASCRIP Nur Cahya Penelitian oleh Majalah Marketing dan Frontier. *Jemi*, 1(01), 34–46.
- Sianipar, G. J. . (2019). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PENGGUNA JASA TRANSPORTASI OJEK ONLINE (Studi Pada Pelanggan GrabBike Di Kota Medan). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 19, 183–196. <https://doi.org/10.54367/jmb.v19i2.576>
- Syofian. (2020). Pengaruh Citra Perusahaan, Ekspektasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank BRI KC Bengkulu. *Creative Research Management Journal*, 3(1), 84–95.
- Wibowo, T. J. K., & Khuzaini. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 9(5), 1–18.
- Wicaksono, P. U., & Mudiantono. (2017). “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi Terhadap Citra Merek dan Minat Beli Serta Dampaknya pada

Keputusan Pembelian Kartu Perdana XI Axiata di Semarang”. *Diponegoro Journal of Management*, 6(2), 1–11. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>

Arifin, J. (2017). *SPSS 23 untuk Penelitian dan Skripsi*. Kelompok Gramedia.



**LAMPIRAN
LEMBAR KUISONER**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KARTU PRABAYAR XL DI
RAWAMANGUN JAKARTA TIMUR**

Kepada Yth,

Bapak/Ibu/Saudara/i

Pelanggan Kartu Prabayar XL

Ditempat

Halo teman-teman.

Saya Bagoes Yugo Prasetyo, Mahasiswa dari Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Nasional Jakarta.

Saat ini saya sedang menyusun Proposal Tugas Akhir sebagai pemenuhan syarat kelulusan. Dengan adanya lampiran ini pernyataan yang telah dibuat dibawah ini. Saya mohon bantuan dan Kerjasama teman-teman sekalian untuk dapat mengisi kuesioner berikut ini dengan lengkap dan jujur.

Karena hasil dari kuesioner yang telah diisi oleh kalian semua nantinya akan saya gunakan untuk keperluan penelitian saya. Atas perhatian dan ketersediaan teman-teman sekalian dalam mengisi kuesioner ini, saya mengucapkan terimakasih sebanyak-banyaknya.

Peneliti

BAGOES YUGO PRASETYO

NPM : 183112340250225

Bagian 1: Identitas Responden**1. Jenis Kelamin:**

- a. Perempuan
- b. Laki – laki

2. Usia:

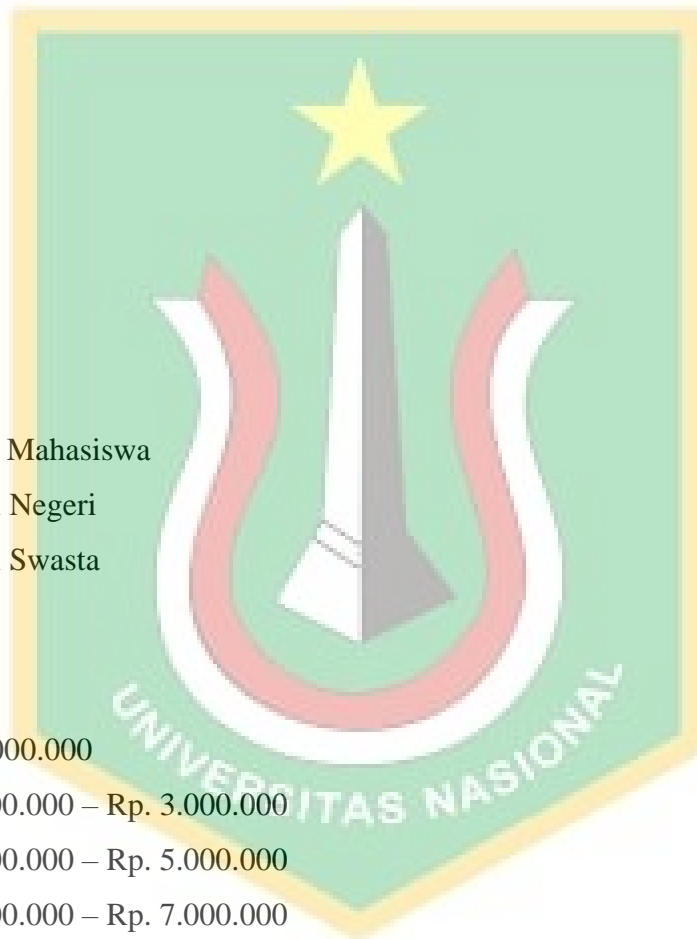
- a. 17-20
- b. 21-23
- c. 21-27
- d. 28-30
- e. >30

3. Pekerjaan:

- a. Pelajar / Mahasiswa
- b. Pegawai Negeri
- c. Pegawai Swasta
- d. Lainnya

4. Pendapatan:

- a. <Rp. 1.000.000
- b. Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000
- c. Rp. 3.000.000 – Rp. 5.000.000
- d. Rp. 5.000.000 – Rp. 7.000.000
- e. >Rp. 7.000.000

**5. Apakah anda pernah menggunakan Kartu Prabayar XL minimal 1 tahun ?**

Tata Cara Pengisian Kuesioner:

Bapak/Ibu/Saudara/i sebagai Pelanggan Kartu Prabayar XL di Rawamangun Jakarta Timur. Dengan segala hormat peneliti mengharapkan untuk kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk memberikan tanggapan/jawaban atas pernyataan yang tertera dibawah ini. Berikan jawaban dengan menandai salah satu jawaban yang telah disediakan di masing-masing pernyataan yang disediakan (boleh dengan tanda X atau *checklist* dijawabkan tersebut).

Skala berikut dipakai untuk mendefinisikan pengukuran dari jawaban yaitu:

Pernyataan	Bobot Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (ST)	2
Netral (N)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

1. Kuesioner Kualitas Produk (X₁)

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
Kinerja (<i>Performance</i>)						
1	Kinerja jaringan kartu prabayar XL memiliki kualitas yang baik dan stabil					
Keistimewaan (<i>Feature</i>)						
1	Saya senang menggunakan kartu prabayar XL karena kualitas keamanan produk sangat baik					
Kehandalan (<i>Reliability</i>)						

1	Saya senang menggunakan kartu prabayar XL karena pelayanan yang diberikan akurat dan memuaskan					
Mutu kinerja (<i>Conformance</i>)						
1	Mutu kinerja kartu prabayar XL memiliki jaringan stabil, baik dan tidak <i>buffering</i> saat digunakan					
Daya tahan (<i>Durability</i>)						
1	Kartu prabayar XL memiliki ketahanan jaringan yang baik dalam kondisi cuaca yang buruk					
Pelayanan (<i>Serviceability</i>)						
1	Saya senang menggunakan kartu prabayar XL karena <i>Customer Service</i> membantu dan memberikan pelayanan secara cepat dan tepat					
Keindahan/gaya (<i>Estetika</i>)						
1	Saya senang menggunakan kartu prabayar XL karena penampilan dan kualitas produk ini sudah sesuai dengan keinginan saya					

2. Kuesioner Citra Merek (X₂)

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
Pengakuan/pengenalan (<i>Recognition</i>)						
1	Merek kartu prabayar XL sangat dikenal banyak orang					

Tingkat/status yang cukup tinggi bagi sebuah merek (<i>Reputation</i>)					
1	Merek kartu prabayar XL memiliki reputasi yang baik dikalangan masyarakat				
Hubungan emosional yang terjadi antar merek dengan konsumen (<i>Affinity Royalty</i>)					
1	Merek kartu prabayar XL membuat saya merasa nyaman menggunakannya				

3. Kuesioner Persepsi Harga (X₃)

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
Kesesuaian harga dengan kualitas produk						
1	Saya merasa kartu prabayar XL memiliki kesesuaian harga dengan kualitas produk					
Kesesuaian harga dengan manfaat						
1	Saya merasa kartu prabayar XL memiliki kesesuaian harga dengan manfaat yang diberikan					
Harga bersaing						
1	Saya merasa harga kartu prabayar XL mampu bersaing dengan merek lain					

4. Kuesioner Kepuasan Pelanggan (Y)

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
Kesesuaian harapan						
1	Terpenuhinya harapan saya setelah menggunakan kartu prabayar XL					
Minat berkunjung kembali						
1	Saya berminat menggunakan kartu prabayar XL kembali dalam waktu dekat ini					
Kesediaan merekomendasikan						
1	Saya akan merekomendasikan kartu prabayar XL kepada teman-teman saya yang lain					



LAMPIRAN 2 TABULASI DATA

1. Tabulasi Kualitas Produk (X₁) 100 Responden

No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	TOTAL X1
1	4	4	4	4	4	3	3	26
2	4	4	5	4	4	4	4	29
3	4	4	4	3	3	3	3	24
4	4	3	4	3	3	4	3	24
5	4	4	3	5	3	5	3	27
6	2	3	3	3	3	4	3	21
7	5	5	5	5	5	5	5	35
8	4	4	3	4	3	5	2	25
9	4	5	4	4	4	4	5	30
10	5	3	5	4	5	4	5	31
11	5	5	3	5	4	5	3	30
12	5	5	4	4	5	4	4	31
13	4	4	5	4	4	5	4	30
14	4	5	4	4	4	4	5	30
15	4	3	5	5	4	3	5	29
16	5	4	5	5	5	5	4	33
17	5	5	4	4	5	4	4	31
18	5	3	2	1	1	2	1	15
19	4	5	5	3	5	4	4	30
20	4	4	4	4	5	4	4	29
21	4	5	5	4	4	5	4	31
22	2	3	4	4	2	5	3	23
23	4	4	5	4	4	4	4	29
24	2	3	2	2	1	4	3	17

25	4	4	4	4	4	4	4	28
26	3	5	3	5	4	5	5	30
27	4	4	5	4	5	3	4	29
28	5	5	5	4	4	5	5	33
29	4	5	4	3	2	4	4	26
30	5	4	5	5	4	4	5	32
31	4	4	4	4	4	5	5	30
32	3	4	4	4	4	5	3	27
33	4	5	4	5	5	4	4	31
34	5	5	4	5	4	5	4	32
35	3	3	3	3	3	4	2	21
36	4	4	3	4	3	4	4	26
37	4	3	4	3	4	4	3	25
38	3	2	2	3	2	3	4	19
39	1	5	1	1	1	1	1	11
40	3	3	3	3	3	3	3	21
41	2	3	2	2	1	3	2	15
42	2	3	4	3	3	2	2	19
43	4	4	4	4	4	4	4	28
44	4	5	3	5	3	5	4	29
45	4	4	5	3	5	2	5	28
46	3	3	3	3	3	2	2	19
47	5	5	5	4	5	4	4	32
48	5	4	5	3	5	5	3	30
49	5	4	5	4	5	3	3	29
50	5	3	3	5	5	4	4	29
51	4	3	3	4	3	4	3	24
52	4	4	2	4	3	4	3	24

53	4	3	4	4	4	4	4	27
54	5	5	4	5	3	4	4	30
55	4	3	3	4	4	4	4	26
56	3	4	4	3	3	4	4	25
57	4	5	5	4	3	5	5	31
58	4	3	3	2	1	3	3	19
59	4	5	4	3	4	4	4	28
60	4	4	4	4	3	3	4	26
61	5	3	4	5	4	4	4	29
62	5	3	4	3	3	4	4	26
63	4	5	5	4	5	5	4	32
64	5	5	4	4	4	5	3	30
65	4	4	4	4	3	4	4	27
66	4	4	3	5	4	4	5	29
67	4	4	4	4	4	4	4	28
68	4	4	3	3	2	3	4	23
69	3	3	3	2	4	3	3	21
70	5	5	5	5	5	5	4	34
71	4	4	4	4	4	4	4	28
72	3	2	2	2	1	4	4	18
73	5	5	5	5	4	5	5	34
74	4	4	5	4	4	4	5	30
75	4	3	4	5	2	3	3	24
76	4	5	4	4	3	4	5	29
77	4	4	4	4	4	4	4	28
78	1	1	4	2	2	2	2	14
79	4	4	4	4	5	5	4	30
80	2	3	3	4	3	3	3	21

81	4	4	4	4	4	4	4	28
82	3	3	4	4	4	1	4	23
83	3	3	4	2	3	3	4	22
84	5	5	4	5	4	5	5	33
85	4	4	4	4	3	3	4	26
86	4	4	4	5	4	4	5	30
87	4	3	4	3	3	4	3	24
88	4	4	3	5	3	3	4	26
89	3	3	4	3	3	3	3	22
90	3	4	1	5	3	4	2	22
91	5	4	3	5	4	5	5	31
92	4	5	5	4	4	5	5	32
93	5	5	4	4	4	5	5	32
94	5	4	5	4	4	3	3	28
95	4	5	4	3	3	5	4	28
96	3	3	1	2	4	2	2	17
97	2	2	1	2	1	2	2	12
98	4	4	3	2	2	3	3	21
99	2	2	2	1	3	1	2	13
100	4	3	3	2	2	3	2	19

2. Tabulasi Citra Merek (X₂) 100 Responden

No	X2.1	X2.2	X2.3	TOTAL X2
1	5	3	3	11
2	4	4	5	13
3	3	3	3	9
4	5	4	3	12
5	3	4	5	12

6	3	4	3	10
7	4	4	5	13
8	5	4	4	13
9	5	5	3	13
10	5	5	5	15
11	5	5	5	15
12	5	5	4	14
13	5	4	4	13
14	5	4	5	14
15	4	5	4	13
16	5	4	4	13
17	4	4	5	13
18	2	2	2	6
19	5	5	4	14
20	5	4	4	13
21	4	5	4	13
22	3	4	2	9
23	5	4	4	13
24	5	3	2	10
25	4	5	4	13
26	5	4	4	13
27	5	5	5	15
28	5	5	4	14
29	5	5	4	14
30	4	5	4	13
31	5	5	4	14
32	2	2	2	6
33	4	5	4	13

34	5	4	4	13
35	4	2	2	8
36	4	4	4	12
37	3	3	3	9
38	5	4	3	12
39	5	2	2	9
40	3	4	3	10
41	4	4	2	10
42	5	4	4	13
43	4	4	4	12
44	3	4	3	10
45	4	1	4	9
46	1	2	4	7
47	5	5	3	13
48	5	5	3	13
49	5	5	3	13
50	4	4	5	13
51	4	4	4	12
52	5	4	3	12
53	4	3	3	10
54	5	4	4	13
55	4	4	3	11
56	5	4	4	13
57	5	5	5	15
58	5	3	2	10
59	5	4	4	13
60	5	4	4	13
61	5	4	4	13

62	5	4	4	13
63	4	4	5	13
64	5	5	5	15
65	4	4	3	11
66	4	3	5	12
67	4	4	4	12
68	5	3	4	12
69	4	4	3	11
70	5	4	4	13
71	4	4	4	12
72	5	4	3	12
73	5	5	5	15
74	4	3	3	10
75	3	4	3	10
76	5	4	4	13
77	5	5	4	14
78	5	5	5	15
79	4	4	4	12
80	4	3	3	10
81	4	4	4	12
82	4	4	4	12
83	5	3	3	11
84	5	5	5	15
85	4	3	4	11
86	5	4	4	13
87	5	4	4	13
88	3	2	4	9
89	3	3	3	9

90	5	4	5	14
91	5	5	5	15
92	5	5	5	15
93	3	4	4	11
94	4	3	2	9
95	5	4	4	13
96	1	2	1	4
97	4	2	1	7
98	5	3	3	11
99	5	3	2	10
100	5	3	3	11

3. Tabulasi Persepsi Harga (X₃) 100 Responden

No	X3.1	X3.2	X3.3	TOTAL X3
1	4	4	5	13
2	3	3	5	11
3	3	4	2	9
4	2	3	5	10
5	3	4	4	11
6	3	3	3	9
7	4	5	5	14
8	4	5	5	14
9	4	4	5	13
10	5	5	3	13
11	5	5	3	13

12	5	4	5	14
13	5	4	4	13
14	5	4	5	14
15	4	5	3	12
16	5	5	4	14
17	4	4	5	13
18	1	1	4	6
19	4	4	5	13
20	4	5	4	13
21	4	5	4	13
22	3	2	4	9
23	4	4	4	12
24	2	3	2	7
25	5	5	5	15
26	5	3	5	13
27	5	5	5	15
28	5	5	4	14
29	5	4	4	13
30	5	5	5	15
31	4	5	4	13
32	4	2	4	10
33	4	4	4	12
34	5	5	5	15
35	2	3	3	8
36	3	4	5	12
37	3	4	3	10
38	3	2	3	8
39	1	4	1	6

40	3	3	3	9
41	3	2	4	9
42	4	3	3	10
43	4	4	4	12
44	3	4	3	10
45	5	3	2	10
46	4	4	3	11
47	5	5	5	15
48	5	3	5	13
49	5	5	3	13
50	5	5	5	15
51	4	4	3	11
52	4	4	4	12
53	3	3	4	10
54	4	4	4	12
55	4	4	4	12
56	4	4	4	12
57	5	3	5	13
58	3	4	4	11
59	4	5	5	14
60	3	3	4	10
61	5	4	4	13
62	4	4	5	13
63	5	4	4	13
64	4	4	3	11
65	3	3	4	10
66	3	5	5	13
67	4	4	4	12

68	3	3	4	10
69	3	3	2	8
70	5	4	5	14
71	4	4	4	12
72	4	4	4	12
73	5	5	4	14
64	3	3	4	10
75	3	4	4	11
76	3	5	4	12
77	5	4	5	14
78	4	5	5	14
79	4	5	4	13
80	2	3	4	9
81	4	4	4	12
82	4	4	4	12
83	3	3	3	9
84	5	5	4	14
85	4	4	4	12
86	4	5	4	13
87	4	4	4	12
88	2	3	2	7
90	3	3	3	9
91	5	4	3	12
92	5	5	5	15
93	5	5	5	15
94	4	3	5	12
95	2	1	4	7
96	4	4	3	11

97	2	3	1	6
98	2	1	2	5
99	4	3	4	11
100	2	2	3	7

4. Tabulasi Kepuasan Pelanggan (Y) 100 Responden

No	Y.1	Y.2	Y.3	TOTAL Y
1	4	5	5	14
2	3	3	2	8
3	4	3	3	10
4	3	3	2	8
5	4	5	4	13
6	4	4	3	11
7	5	5	5	15
8	3	3	5	11
9	4	2	3	9
10	5	5	5	15
11	5	5	5	15
12	4	4	4	12
13	4	5	4	13
14	5	5	5	15
15	4	5	3	12
16	4	4	5	13
17	4	4	4	12

18	2	3	5	10
19	5	5	5	15
20	4	4	4	12
21	5	4	5	14
22	3	4	2	9
23	4	4	4	12
24	2	1	1	4
25	5	5	5	15
26	5	5	5	15
27	5	5	5	15
28	5	4	5	14
29	4	4	4	12
30	4	3	3	10
31	5	4	5	14
32	3	4	3	10
33	4	5	4	13
34	5	5	4	14
35	2	1	1	4
36	4	3	4	11
37	4	3	3	10
38	3	3	3	9
39	4	1	1	6
40	3	3	4	10
41	2	1	2	5
42	2	2	3	7
43	4	4	4	12
44	4	3	4	11
45	4	5	4	13

46	3	4	3	10
47	5	5	4	14
48	5	4	5	14
49	3	5	5	13
50	3	5	5	13
51	3	4	4	11
52	4	3	3	10
53	3	4	3	10
54	4	4	4	12
55	4	4	4	12
56	3	3	3	9
57	5	5	4	14
58	3	2	3	8
59	4	5	5	14
60	4	4	4	12
61	4	5	5	14
62	4	3	4	11
63	5	5	4	14
64	4	3	3	10
65	3	3	3	9
66	4	5	5	14
67	4	4	4	12
68	4	3	4	11
69	3	4	2	9
70	5	4	5	14
71	4	4	4	12
72	3	3	4	10
73	3	5	5	13

74	3	3	4	10
75	4	3	3	10
76	5	5	4	14
77	4	3	4	11
78	5	5	4	14
79	4	4	5	13
80	4	4	3	11
81	4	5	4	13
82	3	3	3	9
83	2	5	3	10
84	5	4	5	14
85	3	3	3	9
86	4	4	5	13
87	3	3	3	9
88	3	2	2	7
89	3	3	3	9
90	4	3	5	12
91	5	3	5	13
92	5	5	4	14
93	4	5	3	12
94	3	5	4	12
95	4	2	5	11
96	3	2	1	6
97	2	1	1	4
98	2	2	3	7
99	2	3	3	8
100	1	3	2	6

N	100	100	100	100	100	100	100	100
---	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

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

a. Kualitas Produk (X₁)

b. Citra Merek (X₂)

c. Persepsi Harga

		X2.1	X2.2	X2.3	CM
X2.1	Pearson Correlation	1	.477**	.321**	.745**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000
	N	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.477**	1	.548**	.847**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.321**	.548**	1	.794**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000
	N	100	100	100	100
CM	Pearson Correlation	.745**	.847**	.794**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

		X3.1	X3.2	X3.3	PH
X3.1	Pearson Correlation	1	.622**	.458**	.873**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.622**	1	.304**	.807**
	Sig. (2-tailed)	.000		.002	.000
	N	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.458**	.304**	1	.722**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002		.000
	N	100	100	100	100
PH	Pearson Correlation	.873**	.807**	.722**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	

N	100	100	100	100
---	-----	-----	-----	-----

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

d. Kepuasan Pelanggan (Y)

5. Uji Realibilitas

		Y1	Y2	Y3	KPL
Y1	Pearson Correlation	1	.567**	.609**	.826**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	.567**	1	.640**	.868**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	.609**	.640**	1	.880**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
KPL	Pearson Correlation	.826**	.868**	.880**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

a. Kualitas Produk (X₁)

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.880	7

b. Citra Merek (X₂)

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.709	3

c. Persepsi Harga (X₃)

Cronbach's Alpha	N of Items
.723	3

d. Kepuasan Pelanggan (Y)

Cronbach's Alpha	N of Items
.819	3

6. Uji Asumsi Klasik

a. Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Standardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.98473193
Most Extreme Differences	Absolute	.085
	Positive	.045
	Negative	-.085
Test Statistic		.085
Asymp. Sig. (2-tailed)		.070 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
		1	(Constant)	-.413			.986	
	Kualitas Produk	.187	.046	.364	4.024	.000	.458	2.182
	Citra Merek	.076	.123	.061	.616	.539	.377	2.653
	Persepsi Harga	.505	.135	.443	3.739	.000	.268	3.736

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.800 ^a	.640	.628	1.661	2.148

a. Predictors: (Constant), Persepsi Harga, Kualitas Produk, Citra Merek

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

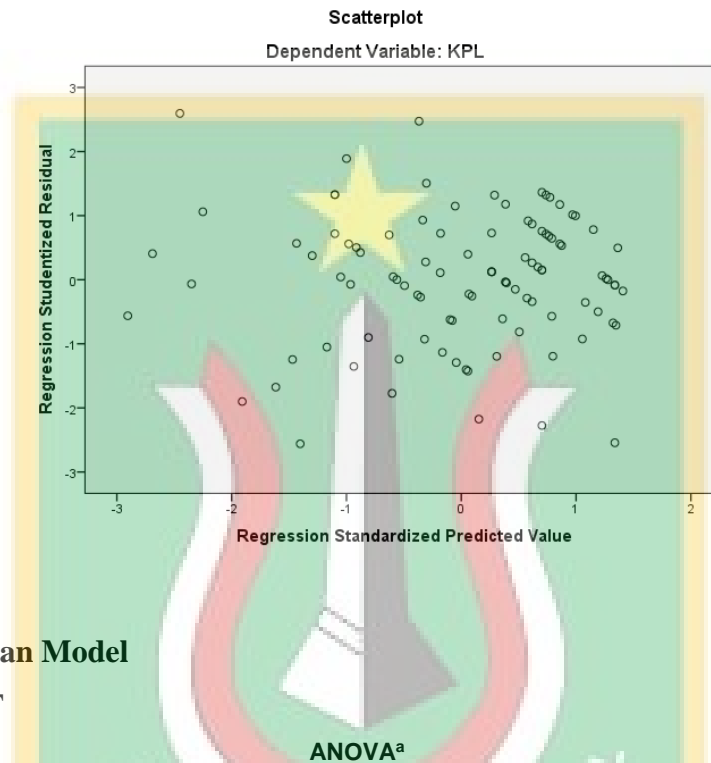
c. Uji Heteroskedastisitas

Correlations

		KP	CM	PH	Unstandardized Residual	
Spearman's rho	KP	Correlation Coefficient	1.000	.641**	.730**	.025
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.803
		N	100	100	100	100
CM		Correlation Coefficient	.641**	1.000	.799**	.038
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.706
		N	100	100	100	100
PH		Correlation Coefficient	.730**	.799**	1.000	.028
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.782
		N	100	100	100	100

Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	.025	.038	.028	1.000
	Sig. (2-tailed)	.803	.706	.782	.
	N	100	100	100	100

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



7. Kelayakan Model

a. Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	470.160	3	156.720	56.774	.000 ^b
	Residual	265.000	96	2.760		
	Total	735.160	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Persepsi Harga, Kualitas Produk, Citra Merek

b. Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.800 ^a	.640	.628	1.661

a. Predictors: (Constant), Persepsi Harga, Kualitas Produk, Citra Merek

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

8. Metode Analisis Inferensial

a. Regresi linear berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.413	.986		-.419	.676
	Kualitas Produk	.187	.046	.364	4.024	.000
	Citra Merek	.076	.123	.061	.616	.539
	Persepsi Harga	.505	.135	.443	3.739	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

9. Pengujian Hipotesis

a. Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.413	.986		-.419	.676
	Kualitas Produk	.187	.046	.364	4.024	.000
	Citra Merek	.076	.123	.061	.616	.539
	Persepsi Harga	.505	.135	.443	3.739	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

10. Tabel F

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05															
df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75

12. Tabel t

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –120)

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

13. Hasil Turnitin

BAGOES YUGO PRASETYO - TA			
ORIGINALITY REPORT			
24%	23%	11%	11%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES			
1	repository.uin-suska.ac.id Internet Source		4%
2	www.scribd.com Internet Source		2%
3	download.garuda.ristekdikti.go.id Internet Source		2%
4	e-journal.unair.ac.id Internet Source		1%
5	research.kalbis.ac.id Internet Source		1%
6	repository.umpri.ac.id Internet Source		1%
7	eprints.umm.ac.id Internet Source		1%
8	jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id Internet Source		1%
9	repository.unhas.ac.id Internet Source		1%