

DAFTAR PUSTAKA

- Adiwibowo, B., & Tresnati, R. (2018). *Pengaruh Brand Trust Terhadap Loyalitas Konsumen (Survey Pelanggan Pada Belwish Coffee Shop Bandung)*.
- Antara, H., Siswanto, S., & Damarsiwi, E. P. M. (2020). THE EFFECT OF CUSTOMER EXPERIENCE AND BRAND TRUST ON CUSTOMER LOYALTY ON ALLBAIK CHICKEN. *BIMA Journal (Business, Management, & Accounting Journal)*, 1(2), 115–125.
<https://doi.org/https://doi.org/10.37638/bima.1.2.115-125>
- Assauri, S. (2017). *Manajemen Pemasaran*. PT RajaGrafindo Persada.
- Chauduri, A., & Holbrook, M. (2001). The chain of effects from brand trust and brand affect to brand performance. The role of brand loyalty. *Journal of Marketing*, 37(11).
- Durianto, D. (2001). *STRATEGI MENAKLUKAN PASAR melalui Riset Ekuitas dan Perilaku*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Feigenbaum. (1986). *Total Quality Control* (3rd ed.). McGraw-Hill.
- Ferrinadewi, E. (2008). *Merek dan Psikologi Konsumen*. Graha Ilmu.
- Garvin, D. A. (1988). *Managing Quality*. the free press.
- Ghozali, I. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 17* (kelima). Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi* (edisi 7). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (edisi 8). Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, J. (2005). *Customer Loyalty: Menumbuhkan & Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Erlangga.
- Harper W, & Boyd. (2000). *Manajemen Pemasaran “suatu pendekatan strategis dengan orientasi global.”* Erlangga.
- Hartono, H., Hutomo, K., & Mayangsari, M. (2012). *PENGARUH STRATEGI PEMASARAN TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN PADA PERUSAHAAN” DENGAN MENETAPKAN ALUMNI DAN MAHASISWA UNIVERSITAS BINA NUSANTARA SEBAGAI OBJEK PENELITIAN*. 3.
<https://doi.org/https://doi.org/10.21512/bbr.v3i2.1271>
- Kotler, P. (1997). *Manajemen Pemasaran Jilid 1* (Bahasa Ind). Prentice Hall.

- Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran Jilid I* (M. Benyamin (ed.)). Indeks.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2006). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1* (M. . Bob, Sabran (ed.); 12th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip – Prinsip Pemasaran* (12th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 1* (13th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran Jilid 1* (12th ed.). Erlangga.
- Lupiyoadi, R. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen*. Erlangga.
- Purwanto, A. B., & Widodo, U. (2019). Pengaruh Brand Image Dan Trust Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Value Product Sebagai Moderating (Studi Pada UMKM Bandeng Presto Di Kota Semarang). *Ilmiah Ekonomi*, 14(1), 170–185.
- Putra, A. S. (2018). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) terhadap Loyalitas Konsumen (Studi pada Konsumen Smartphone Lenovo di DIY). *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia (JMBI)*, 7(3), 252–260. <http://eprints.uny.ac.id/id/eprint/59717>
- Rahman. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta.
- Ramdani, R. (2017). *PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN SEPEDA MOTOR HONDA VARIO: Survey pada Pengguna Sepeda Motor Honda Vario di Universitas Pendidikan Indonesia*.
- Rangkuti, F. (2002). *Measuring Customer Satisfaction*. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Rangkuti, F. (2008). *The Power Of Brands*. Gramedia.
- Santoso, S. (2012). *Panduan Lengkap SPSS Versi 20*. Jakarta : Elex Media Komputindo.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian, Edisi 6 Buku 1* (6th ed.). Salemba Empat.
- Sook, Han, L., & Geok, Theng, L. (1999). Consumers' Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty. *Journal Of Market-Focused Management*, 4, 344.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. ANDI.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (1st ed.). Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (23rd ed.). Alfabeta.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sujarweni, W. (2014). *Metodologi penelitian* (1st ed.). Pustaka Baru Press.

Surachman. (2008). *Dasar-Dasar Manajemen Merek (Alat Pemasaran Untuk Memenangkan Persaingan)*. Bayumedia Publishing.

Sutisna. (2003). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran* (3rd ed.). PT. Remaja Rosdakarya.

Swastha, B. (2002). *Manajemen Pemasaran* (2nd ed.). Liberty.

Tjiptono, F. (2004). *Manajemen Jasa* (1st ed.). Andi Offset.

Tjiptono, F. (2011). *Strategi Pemasaran* (3rd ed.). ANDI.



LAMPIRAN 1

LEMBAR KUESIONER

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, BRAND IMAGE, DAN BRAND
TRUST TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PRODUK
MOTOR HONDA VARIO DI DEALER HONDA MARGO
MULYO MEGAH JAKARTA SELATAN**

**Kepada Yth,
Bapak/Ibu/Saudara/i
Pelanggan Dealer Honda Margo Megah
Ditempat**

Penyusunan skripsi ini dibuat dalam rangka untuk memenuhi syarat peneliti untuk dapat menyelesaikan jenjang pendidikan Strata 1 (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional, maka diperlukan data-data dan informasi-informasi penelitian yang mendukung demi kelancaran penelitian ini.

Demi tercapainya tujuan penelitian ini, maka peneliti memohon kesediaan dari Bapak/Ibu/Saudara/i untuk membantu mengisi kuesioner atau daftar pernyataan yang telah disediakan (terlampir berikut ini).

Sebelumnya saya ingin mengucapkan terima kasih atas partisipasi Bapak/Ibu/Saudara/i yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian ini. peneliti mengucapkan banyak terima kasih dan mohon maaf apabila ada pernyataan yang tidak berkenan di hati Bapak/Ibu/Saudara/i.

Peneliti

Muhammad Abiyyu Daffa Iqbal
NPM : 18311234020117

IDENTITAS RESPONDEN

1. Jenis Kelamin

- a) Laki-laki
- b) Perempuan

2. Usia

- a) 17 - 27 tahun
- b) 28 - 38 tahun
- c) 39 - 49 tahun
- d) Diatas 50 tahun

3. Pendapatan

- a) Rp.0 – Rp.3.000.000
- b) Rp.3.100.000 – Rp.6.000.000
- c) Rp.6.100.000 - Rp.9.000.000
- d) > Rp.9.000.000

4. Pekerjaan

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



Tata cara pengisian angket :

Bapak/Ibu/Saudara/i sebagai pelanggan Dealer Honda Margo Mulyo Megah Pasar Minggu Jakarta Selatan dengan segala hormat peneliti mengharapkan untuk kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk memberikan jawaban atas pernyataan yang tertera dibawah ini. berikan jawaban dengan menandai salah satu jawaban yang telah disediakan di masing – masing pernyataan yang disajikan.

Skala berikut ini dipakai untuk mendefinisikan pengukuran dari jawaban yaitu :

Keterangan Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Ragu-Ragu (R)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

KUESIONER KUALITAS PRODUK (X₁)

No	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
A	Bentuk (Form)					
1	Menurut saya motor honda vario memiliki bentuk dan ukuran yang sesuai untuk jenis sepeda motor matic					
B	Ciri ciri produk (Features)					
2	Menurut saya motor honda vario menawarkan model varian yang bervariasi dan warna yang menarik					
C	Kinerja (Performances)					
3	Saya merasakan bahwa motor honda vario memiliki kapasitas mesin yang bertenaga namun tetap irit bahan bakar.					
D	Ketepatan/Kesesuaian (Conformance)					
4	Menurut saya Desain dan					

	kualitas motor honda vario sudah sesuai dengan standar yang diharapkan					
E	Ketahanan (Durability)					
5	Motor honda vario memiliki mesin yang tangguh dan tidak mudah rusak					
F	Kehandalan (Reliability)					
6	Motor honda vario dapat diandalkan di segala medan jalan di dalam kota maupun luar kota					
G	Kemudahan Perbaikan (Repairability)					
7	Suku cadang motor honda vario mudah saya dapatkan di bengkel resminya					



KUESIONER BRAND IMAGE (X₂)

No	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
A	Attribute Brand					
1	Motor honda vario memiliki citra yang positif karena memiliki kualitas produk yang terjamin dan terpercaya					
B	Aspirational Brand					
2	Motor honda vario memiliki citra yang baik sesuai dengan kebutuhan saya.					
C	Experience Brand					
3	Motor honda vario memiliki citra yang baik karena saya selalu mendapatkan pengalaman yang baik saat mengendarainya					

KUESIONER BRAND TRUST (X₃)

No	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
A	Brand Reliability					
1	saya merasakan bahwa motor honda vario sudah memenuhi harapan saya sebagai motor yang saya inginkan					
B	Brand Intention					
2	saya percaya terhadap motor merek honda vario karena kualitas yang baik dan minim kerusakan					



KUESIONER LOYALITAS PELANGGAN (Y)

No	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
A	Repeat (Mengulang)					
1	saya akan melakukan pembelian kembali motor honda vario di masa yang akan datang					
B	Retention (Penyimpanan)					
2	saya akan memilih motor honda vario dibandingkan dengan merek motor matic lainnya.					
C	Referral (Rujukan)					
3	saya akan merekomendasikan motor honda vario kepada orang lain					

LAMPIRAN 2

TABULASI KUALITAS PRODUK 100 RESPONDEN

Responden	Kualitas Produk (X1)						
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7
1	5	5	5	4	4	4	5
2	5	5	5	5	4	4	5
3	5	4	5	4	3	4	5
4	5	4	5	3	5	4	5
5	4	5	4	4	4	4	4
6	2	3	3	3	2	4	2
7	4	4	4	4	4	3	4
8	4	5	5	4	5	4	5
9	3	4	5	4	5	4	5
10	4	4	4	4	4	5	4
11	4	4	5	5	5	5	5
12	5	5	5	5	5	5	5
13	4	4	5	5	4	4	4
14	4	5	4	4	4	4	4
15	4	4	5	4	4	4	5
16	5	4	5	4	5	5	5
17	5	4	5	4	5	4	5
18	5	4	5	4	4	5	4
19	5	4	5	4	5	4	5
20	5	5	4	5	4	4	4
21	4	4	4	4	4	4	4
22	4	4	4	4	4	4	4
23	5	4	5	4	5	4	5
24	4	4	5	4	4	4	5
25	5	5	3	5	4	4	4
26	5	5	5	5	5	5	5
27	5	5	5	5	5	5	5

28	5	5	5	4	5	4	5
29	5	4	4	3	5	5	4
30	3	3	3	3	3	3	3
31	5	5	5	5	5	5	5
32	4	5	4	5	5	5	4
33	5	5	5	5	5	5	5
34	5	5	5	5	5	5	5
35	5	5	5	5	5	4	5
36	5	5	5	4	5	4	5
37	5	5	4	5	5	4	5
38	5	5	4	5	4	5	5
39	5	5	5	5	5	5	5
40	5	5	5	5	5	5	5
41	4	5	5	5	5	4	4
42	5	3	3	3	3	3	2
43	5	4	4	5	4	5	4
44	5	5	5	5	5	5	5
45	5	5	5	5	5	5	5
46	5	5	4	5	5	5	4
47	4	3	4	3	4	4	4
48	5	5	5	5	5	5	5
49	4	4	4	3	4	4	4
50	4	3	5	4	4	4	5
51	3	4	5	3	4	4	5
52	4	4	5	4	4	4	5
53	5	5	5	5	5	5	5
54	3	3	5	2	5	4	5
55	5	5	5	5	5	5	5
56	4	4	4	4	4	4	4
57	4	5	5	4	5	5	5
58	5	5	5	5	5	5	5

59	5	5	5	5	5	5	5
60	4	4	4	4	4	4	4
61	4	4	4	4	3	4	4
62	5	5	5	5	5	5	5
63	4	4	5	3	4	3	5
64	4	5	4	4	4	4	4
65	4	4	5	2	3	3	4
66	5	5	5	5	5	5	5
67	4	4	4	4	4	4	4
68	5	5	5	5	5	5	5
69	5	3	5	5	5	5	4
70	5	5	5	5	5	5	5
71	5	5	5	5	5	4	5
72	5	5	5	5	5	5	5
73	4	5	5	2	3	5	5
74	5	5	5	5	5	5	5
75	5	4	5	4	4	5	4
76	5	4	5	5	5	4	4
77	4	4	4	4	4	4	4
78	4	2	1	2	4	5	4
79	5	5	2	4	4	4	4
80	4	2	5	4	5	4	5
81	4	4	5	4	5	4	5
82	4	4	4	4	4	4	4
83	4	5	5	4	4	4	4
84	5	5	4	5	3	5	5
85	4	4	4	4	4	4	4
86	4	5	3	4	4	5	5
87	5	5	5	5	5	5	5
88	5	5	5	5	5	5	5
89	5	5	5	5	5	5	4

90	5	5	4	4	5	4	5
91	4	4	4	4	3	4	4
92	5	5	5	5	4	5	4
93	4	4	4	4	3	4	5
94	4	4	5	4	3	5	5
95	5	5	5	5	5	5	5
96	4	4	4	3	4	3	5
97	3	3	4	3	4	3	5
98	4	4	5	4	4	5	3
99	3	4	4	3	4	4	5
100	2	3	4	3	4	4	5



LAMPIRAN 3

TABULASI BRAND IMAGE 100 RESPONDEN

Responden	Brand Image (X2)		
	X2.1	X2.2	X2.3
1	5	4	4
2	5	5	5
3	5	4	3
4	5	5	4
5	4	5	4
6	4	3	2
7	4	3	4
8	4	4	4
9	5	5	4
10	4	4	4
11	5	4	4
12	5	5	5
13	4	4	4
14	4	3	4
15	4	4	4
16	5	4	5
17	5	4	5
18	5	4	5
19	5	4	4
20	5	5	4
21	4	4	4
22	4	4	4
23	5	4	4
24	4	4	4
25	5	5	5
26	5	5	5
27	5	5	5

28	4	5	5
29	5	5	4
30	3	3	3
31	5	5	5
32	4	4	4
33	5	5	5
34	5	4	5
35	5	4	5
36	5	4	5
37	5	4	5
38	5	5	4
39	5	5	5
40	5	5	5
41	4	5	4
42	4	3	3
43	4	4	5
44	5	5	5
45	5	5	5
46	5	5	5
47	3	3	3
48	5	4	5
49	4	4	5
50	4	4	3
51	4	3	3
52	4	5	4
53	5	5	5
54	4	4	3
55	5	5	5
56	4	4	4
57	5	5	5
58	5	5	5

59	5	5	5
60	4	4	4
61	4	4	3
62	5	5	5
63	4	3	3
64	4	4	4
65	4	4	4
66	5	5	5
67	4	4	4
68	5	5	5
69	5	5	5
70	5	5	5
71	5	5	5
72	5	5	5
73	4	4	5
74	5	5	5
75	4	4	4
76	4	4	3
77	4	4	4
78	5	4	2
79	4	4	2
80	2	5	2
81	4	5	4
82	4	4	4
83	5	4	4
84	4	3	4
85	4	4	4
86	5	4	4
87	5	5	5
88	5	5	5
89	5	5	5

90	5	5	4
91	4	4	4
92	5	4	5
93	4	4	4
94	4	4	5
95	5	5	5
96	4	3	4
97	4	4	3
98	5	4	5
99	4	3	3
100	4	3	3



LAMPIRAN 4

TABULASI BRAND TRUST 100 RESPONDEN

Responden	Brand Trust (X3)	
	X3.1	X3.2
1	5	4
2	5	3
3	4	4
4	4	5
5	4	4
6	3	3
7	3	3
8	4	5
9	4	5
10	4	4
11	5	5
12	5	5
13	4	4
14	4	4
15	4	4
16	5	5
17	5	5
18	4	5
19	4	5
20	5	5
21	3	3
22	4	4
23	5	4
24	4	4
25	4	4
26	5	5
27	4	4

28	4	5
29	5	5
30	3	3
31	5	4
32	5	5
33	5	5
34	4	5
35	5	5
36	5	5
37	4	5
38	4	4
39	5	5
40	5	5
41	4	5
42	2	3
43	4	4
44	5	5
45	5	5
46	5	5
47	4	3
48	4	4
49	3	4
50	4	4
51	4	3
52	4	4
53	5	5
54	4	3
55	5	5
56	4	4
57	5	4
58	5	5

59	5	5
60	4	4
61	4	4
62	5	5
63	3	4
64	4	4
65	4	5
66	5	5
67	4	4
68	5	5
69	5	5
70	5	5
71	5	5
72	5	5
73	4	3
74	5	5
75	5	4
76	3	3
77	5	5
78	4	2
79	4	4
80	5	4
81	5	4
82	4	4
83	4	5
84	4	5
85	5	4
86	5	4
87	5	5
88	5	5
89	5	5

90	5	5
91	4	4
92	4	5
93	3	4
94	5	4
95	5	5
96	3	4
97	3	3
98	4	4
99	4	3
100	3	3



LAMPIRAN 5

TABULASI LOYALITAS PELANGGAN 100 RESPONDEN

Responden	Brand Trust (X3)		
	Y1.1	Y1.2	Y1.3
1	4	5	5
2	5	5	5
3	5	4	5
4	4	3	5
5	4	4	4
6	4	5	5
7	3	3	3
8	2	5	5
9	4	4	4
10	1	4	4
11	4	5	5
12	5	5	5
13	1	4	4
14	4	4	4
15	1	4	4
16	1	4	5
17	4	5	4
18	5	4	5
19	5	4	5
20	5	5	4
21	4	4	4
22	4	4	4
23	5	4	4
24	5	5	5
25	5	4	4
26	5	5	5
27	4	4	5

28	4	5	4
29	4	4	5
30	4	4	4
31	4	5	4
32	5	5	4
33	5	5	5
34	5	4	5
35	4	5	5
36	5	4	5
37	5	4	5
38	5	5	5
39	5	5	5
40	5	5	5
41	5	4	5
42	4	4	4
43	4	5	4
44	5	5	5
45	5	5	5
46	4	5	5
47	2	2	2
48	4	4	4
49	3	2	4
50	3	4	4
51	2	3	3
52	4	5	4
53	4	4	4
54	3	3	4
55	4	4	5
56	4	4	4
57	5	5	4
58	5	5	5

59	5	5	5
60	4	4	4
61	3	3	4
62	5	5	5
63	3	3	4
64	1	4	4
65	4	4	4
66	5	5	5
67	2	4	4
68	1	5	5
69	1	5	5
70	2	5	5
71	2	5	5
72	5	5	5
73	2	4	5
74	5	3	5
75	4	4	5
76	3	3	3
77	4	5	4
78	2	4	5
79	5	4	2
80	5	4	4
81	2	4	5
82	4	4	4
83	2	5	5
84	3	4	5
85	2	2	2
86	5	3	5
87	5	5	5
88	5	5	5
89	5	5	5

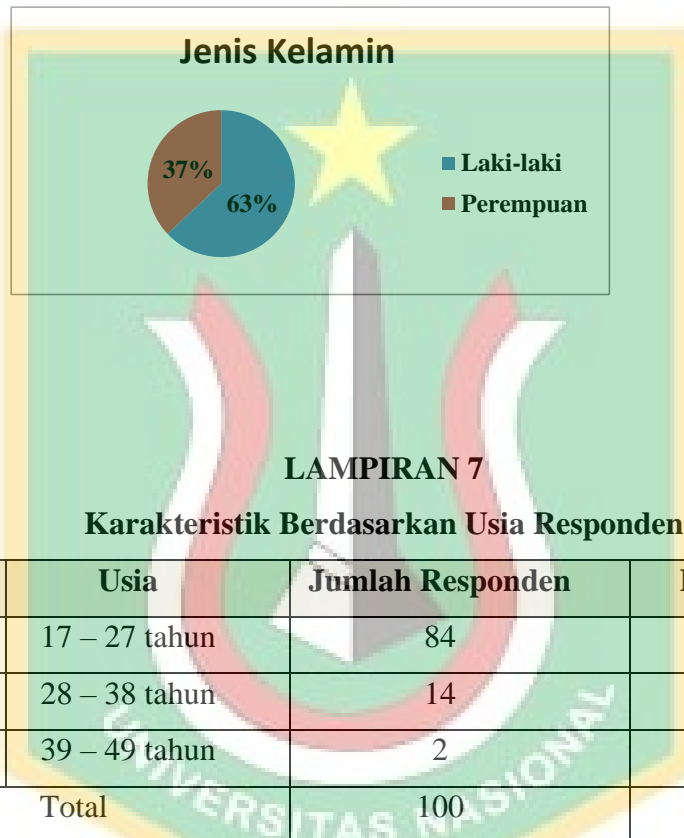
90	4	5	4
91	3	3	4
92	5	4	5
93	2	2	3
94	4	4	4
95	5	5	5
96	2	2	2
97	3	4	3
98	1	2	4
99	3	4	4
100	1	1	4



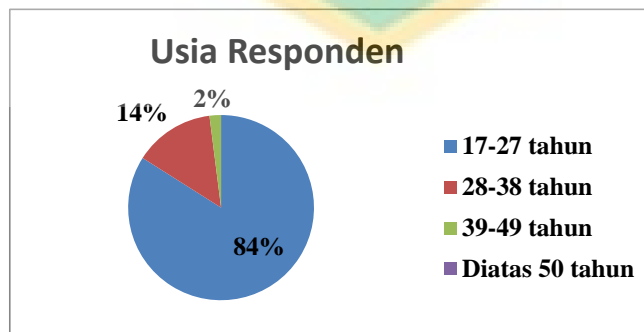
LAMPIRAN 6

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
1	Laki – laki	63	63%
2	Perempuan	37	37%
Total		100	100%



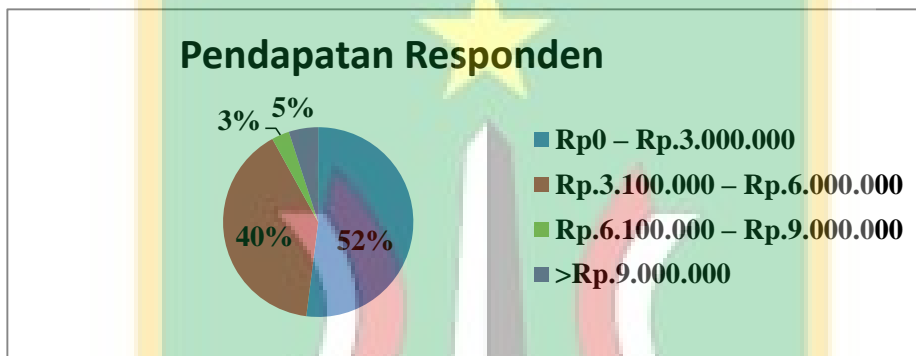
No	Usia	Jumlah Responden	Persentase
1	17 – 27 tahun	84	84%
2	28 – 38 tahun	14	14%
3	39 – 49 tahun	2	2%
Total		100	100%



LAMPIRAN 8

Karakteristik Berdasarkan Pendapatan Responden

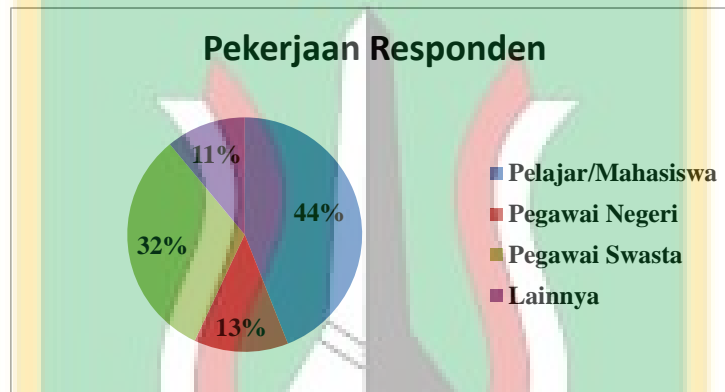
No	Pendapatan	Jumlah	Persentase
1	Rp0 – Rp.3.000.000	52	52%
2	Rp.3.100.000 – Rp.6.000.000	40	40%
3	Rp.6.100.000 – Rp.9.000.000	3	3%
4	>Rp.9.000.000	5	5%
Total		100	100%



LAMPIRAN 9

Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan Responden

No	Pekerjaan Responden	Jumlah	Presentase
1	Pelajar/Mahasiswa	44	44%
2	Pegawai Negeri	13	13%
3	Pegawai Swasta	32	32%
4	Lainnya	11	11%
	Total	100	100%



LAMPIRAN 10

1. Uji Validitas

a. Kualitas Produk

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	26,39	9,473	,643	,816
X1.2	26,45	9,341	,637	,817
X1.3	26,30	9,828	,517	,835
X1.4	26,61	8,705	,694	,807
X1.5	26,45	9,402	,655	,814
X1.6	26,45	10,189	,553	,830
X1.7	26,27	10,260	,502	,836

b. Brand Image

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	8,52	1,747	,662	,701
X2.2	8,72	1,658	,598	,749
X2.3	8,78	1,224	,674	,686

c. Brand Trust

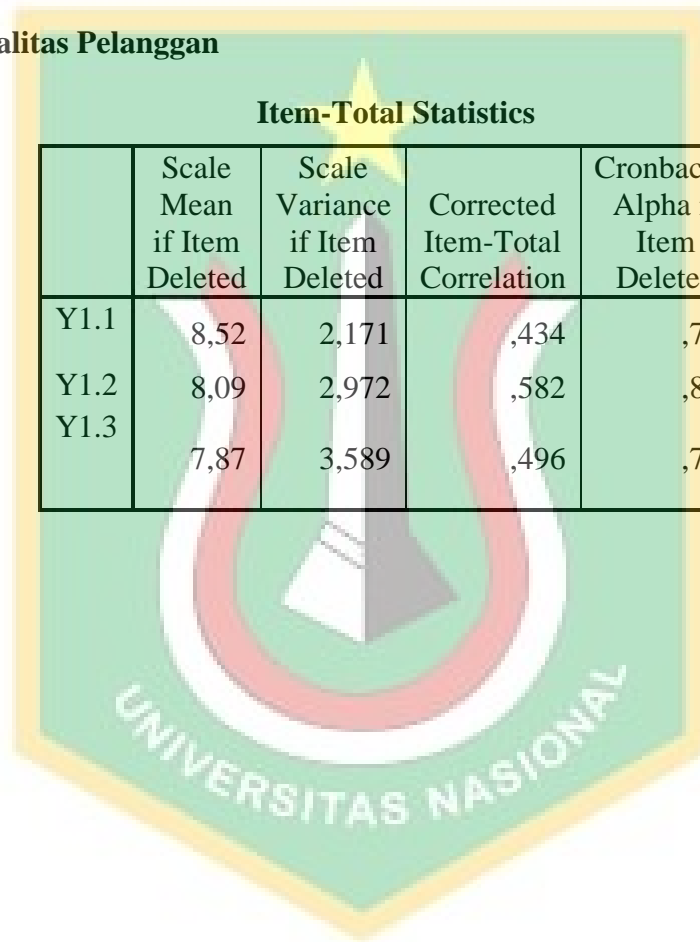
Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	4,31	,559	,611	.712
X3.2	4,32	,503	,611	.734

d. Loyalitas Pelanggan

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1.1	8,52	2,171	,434	,715
Y1.2	8,09	2,972	,582	,878
Y1.3	7,87	3,589	,496	,764



2. Uji Reliabilitas

a. Kualitas Produk

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,844	7

b. Brand Image

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,790	3

c. Brand Trust

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,758	2

d. Loyalitas Pelanggan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,787	3



3. Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	,774	1,640		,472	,638
KualitasProduk	,069	,112	,104	,616	,540
BrandImage	,353	,206	,265	1,714	,090
BrandTrust	,551	,247	,305	2,228	,028

a. Dependent Variable: LoyalitasPelanggan

4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,84492145
	Most Extreme Differences	
	Absolute Positive	,119
	Negative	-,117
Test Statistic		,119
Asymp. Sig. (2-tailed)		,110 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

b. Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
KualitasProduk	,224	4,471
BrandImage	,266	3,760
BrandTrust	,339	2,949

Dependent Variable: LoyalitasPelanggan

c. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4,978	1,003		4,965	,000
KualitasProduk	-,116	,068	-,343	-1,703	,092
BrandImage	,064	,126	,095	,511	,610
BrandTrust	-,098	,151	-,106	-,650	,517

Dependent Variable: Abs_RES

d. Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
	,626 ^a	,392	,373	1,874	1,802

Predictors: (Constant), BrandTrust, BrandImage, KualitasProduk

Dependent Variable: LoyalitasPelanggan

Sumber: Data SPSS diolah

5. Uji Kelayakan Model

a. Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	217,270	3	72,423	20,633	,000 ^b
Residual	336,970	96	3,510		
Total	554,240	99			

a. Dependent Variable: LoyalitasPelanggan

b. Predictors: (Constant), BrandTrust, BrandImage, KualitasProduk

b. Uji R

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,626 ^a	,392	,373	1,874	1,802

a. Predictors: (Constant), BrandTrust, BrandImage, KualitasProduk

b. Dependent Variable: LoyalitasPelanggan

c. Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	,774	1,640		,472	,638
KualitasProduk	,069	,112	,104	,616	,540
BrandImage	,353	,206	,265	1,714	,090
BrandTrust	,551	,247	,305	2,228	,028

a. Dependent Variable: LoyalitasPelanggan



MUHAMMAD ABIYU DAFFA IQBAL - TA

ORIGINALITY REPORT

8%	9%	8%	6%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	eprints.uny.ac.id Internet Source	2%
2	e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id Internet Source	1%
3	repository.ekuitas.ac.id Internet Source	1%
4	id.123dok.com Internet Source	1%
5	septianino.blogspot.com Internet Source	1%
6	www.scribd.com Internet Source	1%
7	eprints.undip.ac.id Internet Source	1%
8	repository.upstegal.ac.id Internet Source	1%
9	eprints.radenfatah.ac.id Internet Source	1%

Exclude quotes On
Exclude bibliography On

Exclude matches < 1%

