

DAFTAR PUSTAKA

- Budianto, A. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Ombak
- Digdowniseiso, K., Lestari, R., & Safrina, D. (2022). *Pengaruh Persepsi Harga dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen Melalui Brand Image Produk Kecantikan di Aplikasi Sociolla*. *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(3), 2932-2947.
- Ferdinand, A. (2019). *Metode Manajemen. Pedoman Penelitian* (Edisi 5). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan: pemasaran dankepuasan pelanggan*. Unitomo Press.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15 ed.). Practice Hall.
- Kristianto, A. D., & Wahyudi, T. A. (2019). *Pengaruh citra merek, persepsi kualitas produk dan persepsi harga pada kepuasan pelanggan serta dampaknya terhadap loyalitas pelanggan*. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 2(2), 117-126.
- Kurniasari, M., & Budiarmo, A. (2018). *Pengaruh Social Media Marketing, Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada J. Co Donuts & Coffee Semarang*. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(3), 152-159.
- Lengkong, A. P., Pio, R. J., & Mangindaan, J. V. (2021). *Pengaruh Brand Awareness Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen Pakaian HARV Official di Manado*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 11(2), 61-68.
- Lestari, R., & Elwisam, E. (2019). *Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen dan Dampaknya Pada Minat Beli Ulang Produk Mie Instant Sedaap*. *Jurnal Ilmu Dan Budaya*, 41(63).
- Mitariyani, N. W. E., & Imbayani, I. G. A. (2020). *Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Internet di Gallery Smartfren Denpasar*. *Emas*, 1(1).
- Nurwulandari, A., & Maharani, S. (2021). *Pengaruh Harga, Produk, Distribusi Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan Pada Kedai Kopi Coffee 19 Café* (2020). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 5(3), 465-493.
- Rafdi, I. A. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Brand Trust Terhadap Kepuasan Pelanggan: Studi Pada Pengguna Kartu Pra Bayar Telkomsel Simpati Kota Malang* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).

- Ramdhan, M. (2021). *Metode penelitian*. Cipta Media Nusantara.
- Razak, I., Nirwanto, N., & Triatmanto, B. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan*. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 7(2), 1-14.
- Retnowulan, J. (2017). *Pengaruh kualitas produk dan persepsi harga terhadap Minat beli Smartphone Xiaomi*. *Cakrawala-Jurnal Humaniora*, 17(2), 139- 145.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran*.
- Warere, O. P., & Mandagie, Y. (2022). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Kartu Indosat Ooredoo di Desa Kaneyan Kecamatan Tareran*. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(1), 1014-1022.
- Winarno, S. H., Givan, B., & Yudhistira, Y. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Indosat Im3 Ooredoo*. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 1(2), 1-7.



LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN

Lampiran 1: Kuesioner

KUESIONER

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Kepada Responden Yang Terhormat,

Para Responden, perkenalkan saya Alma Anastia, mahasiswi jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional. Saat ini sayasedang melakukan penelitian dalam rangka Menyusun Tugas Akhir dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, *Brand Awareness*, Persepsi Harga, Dan Media Sosial Terhadap Kepuasan Pelanggan Paket Data Indosat Ooredoo Di Kelurahan Kedaung Tangerang Selatan”**.

Oleh karena ini, saya mohon ketersediaan teman-teman untuk berkenan meluangkan waktu mengisi kuisisioner/memberikan jawaban atas beberapa pertanyaan terkait dengan penelitian ini secara lengkap sesuai ketentuan. Semua keterangan yang teman-teman berikan bersifat rahasia dan tidak akan disebar luaskan. Atas partisipasi dan waktu teman-teman berikan saya ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Hormat Saya,



Alma Anastia

Bagian 1: Petunjuk Pengisian Kuesioner

Berikanlah jawaban atas pertanyaan berikut berdasarkan pendapat anda dengan memberikan tanda pada kolom yang telah disediakan.

Kriteria jawaban sebagai berikut:

STS : Sangat Tidak Setuju (1)

TS : Tidak Setuju (2)

S : Setuju (3)

SS : Sangat Setuju (4)

Bagian 2: Identitas Responden

1. Usia : 20-23 Tahun

24-27 Tahun

28-30 Tahun

≥ 31 Tahun

2. Jenis Kelamin :

3. Pendapatan : ≤ Rp. 2.000.000

Rp. 2.100.000 – Rp. 3.000.000

Rp. 3.100.000 – Rp. 4.000.000

≥ Rp. 4.000.000

4. Apakah anda pengguna paket data Indosat Ooredoo dengan minimal 6 bulan pemakaian?

Pertanyaan

1. Kualitas Produk (X1)

Pertanyaan	Frekuensi Jawaban			
	STS	TS	S	SS
Performance				
Deskripsi produk yang diberikan Indosat Ooredoo memudahkan konsumen untuk membeli suatu produk.				
Features				
Paket data Indosat Ooredoo memiliki keistimewaan tambahan sesuai dengan kebutuhan pelanggan				
Aesthetic				
Saya merasa paket data Indosat Ooredoo dapat dipercaya				
Reliability				
Saya merasa paket data Indosat Ooredoo memiliki masa tenggang yang cukup lama				
Conformance to Specification				
Saya merasa paket data Indosat Ooredoo sesuai dengan standar dan kualitas yang ditawarkan				

2. Brand Awareness (X2)

Pertanyaan	Frekuensi Jawaban			
	STS	TS	S	SS
Recall				
Saya mengetahui informasi tentang paket data yang ditawarkan oleh Indosat Ooredoo				
Recognition				
Saya lebih memilih paket data Indosat Ooredoo dari pada Paket data Provider lain				
Purchase				
Saya merasa ingin terus memakai atau berlangganan pada paket data Indosat Ooredoo				
Consumption				
Produk Indosat Ooredoo selalu ada dibenak konsumen ketika ingin membeli				

3. Persepsi Harga (X3)

Pertanyaan	Frekuensi Jawaban			
	STS	TS	S	SS
Keterjangkauan Harga Produk				
Saya merasa layanan Indosat Ooredoo lebih murah dibandingkan dengan provider lainnya				
Daya Saing Harga Produk				
Terdapat provider lain yang menawarkan harga lebih mahal dibandingkan Indosat Ooredoo dengan layanan yang sama				
Kesesuaian Harga dengan Manfaat Produk				
Harga layanan paket data Indosat Ooredoo sesuai dengan manfaat yang saya dapatkan				

4. Media Sosial (X4)

Pertanyaan	Frekuensi Jawaban			
	STS	TS	S	SS
Content Creation				
Produk Indosat Ooredoo terus melakukan inovasi mengenai konten yang diberikan di Media Sosial				
Content Sharing				
Konsumen dapat menemukan dan mengakses dengan mudah mengenai informasi promosi ataupun Konten-konten yang dibuat oleh Indosat Ooredoo				
Social Network Connection				
Paket data Indosat Ooredoo mendapatkan banyak respon seperti likes dan share diberbagai macam media sosial yang dimilikinya				
Community Building Web Social				
Produk Indosat Ooredoo memberikan keuntungan lebih atau setara bagi pelanggan yang memiliki Poin (IM Point) Pelanggan				

5. Kepuasan Pelanggan (Y)

Pertanyaan	Frekuensi Jawaban			
	STS	TS	S	SS
Kesesuaian Harapan				
Saya merasa puas dengan layanan yang diberikan oleh Indosat Ooredoo				
Minat Berkunjung Kembali				
Saya telah mempelajari detail produk dari paket data Indosat Ooredoo, sehingga saya memiliki minat untuk membeli kembali produk tersebut				
Kesediaan Merekomendasikan				
Dengan merasa puas terhadap layanan yang diberikan oleh Indosat, saya selalu merekomendasikan produk Indosat kepada orang lain untuk selalu menggunakan paket data Indosat Ooredoo				
Kualitas Layanan yang Diberikan				
Indosat Ooredoo selalu menginformasikan atau menawarkan promo-promo untuk pembelian paket data				



LAMPIRAN 2 TABEL TABULASI**1. Variabel Kualitas Produk (X1)**

NO.	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Total X1
1	4	4	4	4	4	20
2	3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	4	3	16
4	4	4	4	4	4	20
5	3	3	3	4	4	17
6	3	4	3	3	3	16
7	4	4	4	4	4	20
8	3	3	3	3	3	15
9	3	4	3	4	3	17
10	4	3	4	4	3	18
11	4	4	4	4	4	20
12	3	4	4	4	4	19
13	3	4	3	3	3	16
14	3	4	4	4	4	19
15	4	4	4	4	4	20
16	4	4	4	4	4	20
17	4	4	4	4	4	20
18	4	4	4	4	4	20
19	3	4	4	3	4	18
20	3	3	3	3	3	15
21	3	3	3	4	3	16
22	4	4	4	4	4	20
23	4	4	4	4	4	20
24	4	4	4	3	4	19
25	3	3	3	2	3	14
26	3	3	4	4	4	18
27	4	4	4	4	3	19
28	4	4	4	3	4	19
29	3	3	3	3	3	15
30	4	4	4	4	4	20
31	3	3	3	3	3	15
32	3	3	3	3	3	15
33	3	4	4	4	4	19
34	4	4	4	3	3	18
35	3	3	3	3	3	15
36	4	4	4	4	3	19
37	3	4	4	4	4	19

38	3	3	3	4	4	17
39	4	3	4	3	4	18
40	4	4	4	4	4	20
41	4	4	4	4	4	20
42	3	3	3	3	3	15
43	3	3	4	4	3	17
44	3	3	4	4	4	18
45	3	4	4	3	3	17
46	4	4	4	4	4	20
47	4	4	4	4	4	20
48	4	4	4	4	4	20
49	4	4	4	4	4	20
50	4	4	4	4	4	20
51	3	3	3	4	4	17
52	4	4	4	4	4	20
53	4	4	4	4	4	20
54	4	4	4	3	3	18
55	4	4	4	4	4	20
56	4	4	4	4	3	19
57	4	4	4	3	4	19
58	3	3	3	4	3	16
59	4	4	4	3	4	19
60	3	4	4	4	4	19
61	4	4	3	3	3	17
62	3	3	4	4	3	17
63	3	3	3	3	4	16
64	4	4	3	4	4	19
65	4	3	3	3	4	17
66	4	3	3	4	4	18
67	4	4	4	4	4	20
68	4	4	3	3	4	18
69	4	4	4	3	4	19
70	4	4	3	3	3	17
71	4	4	4	4	4	20
72	4	4	4	3	3	18
73	3	3	3	3	4	16
74	4	4	4	4	4	20
75	4	3	4	3	4	18
76	4	4	4	3	4	19
77	3	4	4	4	4	19
78	3	3	3	3	3	15
79	4	4	3	3	4	18
80	4	4	4	3	4	19

81	4	4	4	4	4	20
82	4	4	4	4	4	20
83	4	4	4	4	4	20
84	4	4	4	4	4	20
85	4	4	4	4	4	20
86	4	4	4	4	4	20
87	4	4	4	4	4	20
88	4	4	4	4	4	20
89	4	4	4	4	4	20
90	3	3	4	4	4	18
91	4	3	3	4	3	17
92	4	4	4	4	3	19
93	3	3	3	3	3	15
94	4	4	4	4	4	20
95	4	4	4	4	4	20
96	4	4	4	3	4	19
97	3	4	4	4	4	18
98	3	3	4	3	3	16
99	4	4	4	4	4	20
100	4	4	4	4	4	20

2. Brand Awareness (X2)

NO.	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Total X2
1	3	4	4	4	15
2	3	3	3	3	12
3	3	4	3	3	13
4	4	4	4	4	16
5	4	4	4	4	16
6	3	3	3	4	13
7	4	4	4	3	15
8	3	2	3	2	10
9	4	3	3	3	13
10	3	4	3	3	13
11	4	3	4	4	15
12	4	4	4	4	16
13	3	3	3	3	12
14	4	4	4	4	16
15	4	4	4	4	16
16	3	3	3	3	12
17	3	4	3	4	14
18	4	3	4	4	15

19	4	4	4	4	16
20	3	3	3	3	12
21	4	4	4	4	16
22	4	4	4	4	16
23	4	4	4	4	16
24	4	4	4	4	16
25	2	3	3	3	11
26	4	4	4	4	16
27	3	3	3	3	12
28	3	3	3	3	12
29	3	3	3	3	12
30	4	4	4	4	16
31	4	3	3	3	13
32	3	2	2	2	9
33	3	3	3	3	12
34	3	3	3	3	12
35	4	4	4	4	16
36	4	3	3	3	13
37	4	3	3	4	14
38	3	3	3	3	12
39	4	3	3	3	13
40	4	4	4	4	16
41	4	4	4	4	16
42	3	3	3	3	12
43	3	3	4	4	14
44	3	3	3	4	13
45	3	3	4	3	13
46	4	4	4	4	16
47	4	4	4	4	16
48	4	4	4	4	16
49	4	4	4	4	16
50	4	4	4	4	16
51	3	3	3	3	12
52	4	4	4	4	16
53	3	3	3	3	12
54	3	3	3	3	12
55	4	4	4	4	16
56	4	3	3	3	13
57	4	3	3	3	13
58	4	3	3	4	14
59	3	3	4	4	14

60	4	4	4	4	16
61	3	4	4	3	14
62	2	4	4	4	14
63	3	3	3	3	12
64	3	4	3	4	14
65	4	4	3	4	15
66	4	3	3	4	14
67	4	3	3	4	14
68	4	3	4	4	15
69	4	3	3	3	13
70	4	3	3	3	13
71	4	4	3	3	14
72	3	4	4	4	15
73	4	4	4	3	15
74	3	3	4	4	14
75	3	4	4	3	14
76	4	3	4	4	15
77	4	4	4	4	16
78	3	3	3	3	12
79	4	4	3	3	14
80	4	3	3	4	14
81	4	4	4	4	16
82	4	4	4	4	16
83	4	4	4	4	16
84	4	4	4	4	16
85	4	4	3	4	15
86	4	4	4	4	16
87	3	3	3	4	13
88	4	4	4	4	16
89	4	4	3	4	15
90	3	4	4	4	15
91	4	4	3	4	15
92	4	4	4	2	14
93	3	3	3	3	12
94	3	3	3	4	13
95	4	4	4	4	16
96	4	4	4	4	16
97	3	3	3	4	13
98	3	4	4	4	15
99	4	4	4	4	16
100	4	4	4	4	16

3. Persepsi Harga (X3)

NO.	X3.1	X3.2	X3.3	Total X3
1	4	4	4	12
2	3	3	3	9
3	4	4	3	11
4	4	4	4	12
5	4	4	4	12
6	3	3	3	9
7	4	3	4	11
8	4	3	3	10
9	4	4	4	12
10	4	3	2	9
11	3	4	4	11
12	4	4	4	12
13	3	3	3	9
14	4	4	4	12
15	4	4	4	12
16	4	4	4	12
17	4	4	4	12
18	4	4	4	12
19	3	3	4	10
20	3	3	3	9
21	4	3	4	11
22	4	4	3	11
23	4	4	4	12
24	2	3	3	8
25	3	3	2	8
26	4	4	3	11
27	3	4	4	11
28	3	3	3	9
29	3	3	2	8
30	3	3	3	9
31	3	3	3	9
32	3	3	3	9
33	4	4	4	12
34	3	3	3	9
35	3	3	3	9
36	4	4	4	12

37	4	3	4	11
38	3	3	2	8
39	3	3	3	9
40	4	4	4	12
41	4	4	4	12
42	3	3	3	9
43	3	3	4	10
44	3	3	4	10
45	3	3	4	10
46	4	4	4	12
47	4	4	4	12
48	4	4	4	12
49	4	4	4	12
50	4	4	4	12
51	3	3	4	10
52	4	4	4	12
53	3	3	3	9
54	3	3	3	9
55	4	4	4	12
56	3	3	3	9
57	3	3	3	9
58	4	4	4	12
59	3	4	3	10
60	4	4	4	12
61	3	4	4	11
62	4	4	4	12
63	3	3	4	10
64	4	4	3	11
65	3	3	4	10
66	3	4	4	11
67	4	3	4	11
68	4	4	4	12
69	3	3	3	9
70	3	4	4	11
71	3	4	4	11
72	4	3	4	11
73	3	4	4	11
74	4	4	4	12
75	3	4	3	10
76	3	4	4	11
77	3	4	4	11

78	3	4	4	11
79	3	3	3	9
80	3	4	3	10
81	4	4	4	12
82	4	4	4	12
83	4	4	4	12
84	4	4	4	12
85	4	4	4	12
86	4	4	4	12
87	4	4	3	11
88	3	3	4	10
89	4	4	4	12
90	4	4	4	12
91	4	4	3	11
92	4	3	4	11
93	3	3	3	9
94	3	3	3	9
95	4	3	3	10
96	4	4	4	12
97	4	4	4	12
98	4	4	4	12
99	4	4	4	12
100	4	4	4	12

4. Media Sosial (X3)

NO.	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	Total X4
1	4	4	4	4	16
2	3	3	3	3	12
3	3	4	3	3	13
4	4	4	4	4	16
5	4	4	4	3	15
6	3	3	3	3	12
7	4	4	4	4	16
8	4	3	3	3	13
9	3	3	3	3	12
10	3	3	3	3	12
11	4	4	4	4	16
12	4	4	4	4	16
13	3	3	3	3	12
14	4	4	4	4	16

15	4	4	4	4	16
16	4	3	3	3	13
17	4	4	4	4	16
18	4	4	4	4	16
19	3	3	3	3	12
20	3	3	3	3	12
21	4	3	3	3	13
22	4	4	4	4	16
23	4	4	4	4	16
24	3	3	3	4	13
25	2	3	3	3	11
26	4	4	4	3	15
27	3	3	3	3	12
28	3	4	3	3	13
29	3	3	3	3	12
30	3	4	4	4	15
31	3	3	4	3	13
32	3	3	3	3	12
33	4	3	3	3	13
34	4	3	3	3	13
35	3	4	4	4	15
36	4	4	4	4	16
37	4	4	4	4	16
38	3	3	3	3	12
39	4	4	3	3	14
40	4	4	4	4	16
41	4	4	4	4	16
42	3	3	3	3	12
43	4	3	3	3	13
44	3	3	3	4	13
45	4	4	4	4	16
46	4	4	4	4	16
47	4	4	4	4	16
48	4	4	4	4	16
49	4	4	4	4	16
50	4	4	4	4	16
51	3	3	3	3	12
52	4	3	3	3	13
53	3	3	3	3	12
54	3	4	4	4	15
55	4	4	4	4	16

56	3	3	3	3	12
57	4	4	4	4	16
58	3	3	3	4	13
59	4	3	4	4	15
60	4	3	4	4	15
61	4	3	4	4	15
62	3	4	3	3	13
63	3	3	3	3	12
64	4	3	4	3	14
65	3	4	4	3	14
66	4	3	3	4	14
67	4	4	3	4	15
68	4	4	4	4	16
69	3	4	4	3	14
70	4	3	3	3	13
71	3	4	4	3	14
72	3	4	4	3	14
73	3	4	3	4	14
74	4	3	3	3	13
75	4	3	4	4	15
76	4	4	4	4	16
77	4	4	4	4	16
78	3	3	3	3	12
79	3	4	3	4	14
80	3	4	4	4	15
81	4	4	4	4	16
82	4	4	4	4	16
83	4	4	4	4	16
84	4	4	4	4	16
85	4	4	4	3	15
86	4	4	4	4	16
87	4	4	4	4	16
88	3	4	4	4	15
89	4	3	4	3	14
90	4	3	3	4	14
91	4	3	4	4	15
92	4	4	4	4	16
93	3	3	3	3	12
94	3	3	3	3	12
95	4	3	4	4	15
96	4	4	4	4	16

97	4	4	4	4	16
98	4	3	3	3	13
99	4	4	4	4	16
100	4	4	4	4	16

5. Kepuasan Pelanggan (Y)

NO.	Y1	Y2	Y3	Y4	Total Y
1	4	4	4	4	16
2	3	3	3	3	12
3	3	2	3	2	10
4	4	4	4	4	16
5	3	3	3	3	12
6	3	3	3	3	12
7	4	4	4	4	16
8	3	3	3	2	11
9	4	3	2	3	12
10	4	4	3	2	13
11	4	4	4	4	16
12	4	4	4	4	16
13	3	3	3	3	12
14	4	4	4	4	16
15	4	4	4	4	16
16	3	4	4	4	15
17	4	3	3	3	13
18	4	4	4	4	16
19	3	3	3	3	12
20	4	3	3	3	13
21	4	4	4	4	16
22	4	4	4	4	16
23	4	4	4	4	16
24	3	3	4	4	14
25	4	4	4	4	16
26	4	4	4	3	15
27	3	4	3	3	13
28	3	4	4	4	15
29	3	3	3	3	12
30	3	3	3	3	12
31	3	3	3	3	12
32	3	3	4	4	14
33	4	3	4	4	15

34	3	4	3	3	13
35	4	4	3	3	14
36	4	3	4	4	15
37	4	4	4	4	16
38	3	3	3	3	12
39	4	4	4	4	16
40	4	4	4	4	16
41	4	4	4	4	16
42	3	3	3	3	12
43	3	4	4	3	14
44	4	3	4	3	14
45	4	4	4	4	16
46	4	4	4	4	16
47	4	4	4	4	16
48	4	4	4	4	16
49	4	4	4	4	16
50	4	4	4	4	16
51	3	4	3	3	13
52	3	4	4	4	15
53	4	4	4	4	16
54	3	3	3	3	12
55	4	4	4	4	16
56	3	3	3	3	12
57	3	3	3	4	13
58	4	4	4	3	15
59	3	4	4	3	14
60	4	3	3	4	14
61	4	4	4	4	16
62	4	4	3	4	15
63	4	4	3	4	15
64	4	4	4	4	16
65	3	4	3	4	14
66	4	4	4	4	16
67	4	3	3	4	14
68	4	3	3	4	14
69	3	3	3	4	13
70	3	3	4	4	14
71	3	3	3	4	13
72	4	4	4	4	16
73	4	3	3	3	13
74	4	4	4	4	16

75	4	3	4	4	15
76	4	4	4	4	16
77	3	3	3	3	12
78	3	4	4	4	15
79	3	4	4	4	15
80	4	4	4	3	15
81	4	4	4	4	16
82	4	4	4	4	16
83	4	4	4	4	16
84	4	4	4	4	16
85	4	4	4	4	16
86	4	3	3	3	13
87	4	4	4	4	16
88	4	4	4	4	16
89	3	4	4	3	14
90	4	3	4	4	15
91	4	4	3	4	15
92	4	4	4	3	15
93	3	3	3	3	12
94	3	4	4	3	14
95	4	3	3	3	13
96	4	4	4	4	16
97	4	4	4	4	16
98	3	4	3	3	13
99	4	4	4	4	16
100	4	4	4	4	16



LAMPIRAN 3 TABEL OUTPUT SPSS

A. Uji Validitas

1. Kualitas Produk (X1)

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	14.69	2.054	.574	.744
X1.2	14.63	2.033	.633	.726
X1.3	14.63	1.993	.670	.713
X1.4	14.69	2.216	.410	.799
X1.5	14.64	2.112	.556	.750

2. Brand Awareness (X2)

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	10.62	1.874	.455	.804
X2.2	10.68	1.614	.671	.697
X2.3	10.69	1.650	.675	.697
X2.4	10.61	1.675	.594	.737

3. Persepsi Harga (X3)

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	7.19	.863	.559	.684
X3.2	7.14	.849	.637	.600
X3.3	7.13	.801	.540	.713

4. Media Sosial (X4)

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X4.1	10.70	1.667	.495	.831
X4.2	10.75	1.563	.615	.775
X4.3	10.73	1.431	.760	.705
X4.4	10.75	1.503	.677	.746

5. Kepuasan Pelanggan (Y)

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	10.84	1.712	.500	.782
Y2	10.85	1.563	.598	.736
Y3	10.87	1.468	.685	.691
Y4	10.88	1.460	.610	.731

B. Uji Reliability

1. Kualitas Produk (X1)

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.787	5

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	14.69	2.054	.574	.744
X1.2	14.63	2.033	.633	.726
X1.3	14.63	1.993	.670	.713
X1.4	14.69	2.216	.410	.799
X1.5	14.64	2.112	.556	.750

2. Brand Awareness (X2)**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.788	4

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	10.62	1.874	.455	.804
X2.2	10.68	1.614	.671	.697
X2.3	10.69	1.650	.675	.697
X2.4	10.61	1.675	.594	.737

3. Persepsi Harga (X3)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.748	3

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	7.19	.863	.559	.684
X3.2	7.14	.849	.637	.600
X3.3	7.13	.801	.540	.713

4. Media Sosial (X4)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.814	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X4.1	10.70	1.667	.495	.831
X4.2	10.75	1.563	.615	.775
X4.3	10.73	1.431	.760	.705
X4.4	10.75	1.503	.677	.746

5. Kepuasan Pelanggan (Y)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.789	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	10.84	1.712	.500	.782
Y2	10.85	1.563	.598	.736
Y3	10.87	1.468	.685	.691
Y4	10.88	1.460	.610	.731

C. Regression Linear Berganda

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Media Sosial, Persepsi Harga, Kualitas Produk, Brand Awareness ^b		Enter

- a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan
 b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.603 ^a	.363	.337	1.307

- a. Predictors: (Constant), Media Sosial, Persepsi Harga, Kualitas Produk, Brand Awareness
 b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	92.660	4	23.165	13.559	.000 ^b
	Residual	162.300	95	1.708		
	Total	254.960	99			

- a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan
 b. Predictors: (Constant), Total Media Sosial, Total Persepsi Harga, Total Kualitas Produk, Total Brand Awareness

D. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.42146435
Most Extreme Differences	Absolute	.078
	Positive	.050
	Negative	-.078
Test Statistic		.078
Asymp. Sig. (2-tailed)		.134 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

2. Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
(Constant)	3.538	1.703		2.077	.040		
Kualitas Produk	.093	.083	.102	2.122	.024	.847	1.180
Brand Awareness	.041	.091	.041	2.450	.009	.822	1.216
Persepsi Harga	.326	.119	.260	2.737	.022	.767	1.304
Media Sosial	.377	.099	.360	3.807	.000	.778	1.286

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

3. Uji Heteroskedastisitas

Correlations

			Total X1	Total X2	Total X3	Total X4	Unstand ardized Residua l
Spe arm an's rho	Kualitas Produk	Correlation Coefficient	1.000	.322**	.281**	.227*	-.017
		Sig. (2-tailed)	.	.001	.005	.023	.869
		N	100	100	100	100	100
	Brand Awareness	Correlation Coefficient	.322**	1.000	.358**	.365**	-.009
		Sig. (2-tailed)	.001	.	.000	.000	.926
		N	100	100	100	100	100
	Persepsi Harga	Correlation Coefficient	.281**	.358**	1.000	.466**	.028
		Sig. (2-tailed)	.005	.000	.	.000	.785
		N	100	100	100	100	100
	Media Sosial	Correlation Coefficient	.227*	.365**	.466**	1.000	.008
		Sig. (2-tailed)	.023	.000	.000	.	.941
		N	100	100	100	100	100
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	-.017	-.009	.028	.008	1.000
		Sig. (2-tailed)	.869	.926	.785	.941	.
		N	100	100	100	100	100

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

4. Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.584 ^a	.341	.313	1.451	2.243

a. Predictors: (Constant), Media Sosial, Kualitas Produk, Brand Awareness, Persepsi Harga

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

ALMA ANASTIA - TA

ORIGINALITY REPORT

11 %	12 %	3 %	0 %
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.unhas.ac.id Internet Source	1 %
2	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	1 %
3	repo.stiemuhcilacap.ac.id Internet Source	1 %
4	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	1 %
5	eprints.uny.ac.id Internet Source	1 %
6	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	1 %
7	repository.uinsu.ac.id Internet Source	1 %
8	eprints.unisbank.ac.id Internet Source	1 %
9	repository.upstegal.ac.id Internet Source	1 %