

DAFTAR PUSTAKA

- Fandi, Tjiptono. 2014. *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi 3. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Farhan, A., Agus, P., & Pradhanawati, A. (2022). *MINAT BELI ULANG KONSUMEN (Studi pada Cafe Portobello Sumurboto Semarang) Pendahuluan Industri kuliner setiap tahunnya selalu mendapati perubahan yang sangat bervariasi mulai Portobello Sumurboto Semarang . Hal ini mengindikasikan Café Portobello Sumurboto Semarang. 11(1), 109–117.*
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Haryadi, W., Fitriani, Y., & Wahyudi, S. (2021). “PENGARUH BRAND AWARENESS DAN NORMA SUBYEKTIF TERHADAP MINAT BELI ULANG KOSMETIK WARDAH (Studi Kasus Pada Outlet Rukun Jaya).” *Jurnal Riset Dan Kajian Manajemenm, 1(2), 144–152.*
- Juliandi. 2013. *Metode Penelitian Sosial dan Ekonomi*. Edisi Pertama. Penerbit: Media Inn, Medan.
- Kasus, S., Warmindo, K., Lowokwaru, K., & Malang, K. (2021). *Pengaruh Brand Awareness Terhadap Minat Beli Ulang Produk Mi Instan Merek Indomie.*
- Kusumadewi, N., & Saraswati, T. G. (2020). *Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Official Store Scarlett Di Shopee Dan Tokopedia. E-Proceeding of Management, 7(2), 6476–6489.*
- Kotler, Amstrong. 2016. *Principles of Marketing Sixteenth Edition Global Edition*. England. Pearson Education Limited.
- Kotler dan Keller. (2012), *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12. Jakarta : Erlangga

- Lestari, D. P., & Dwiarta, I. M. B. (2021). Pengaruh Persepsi Harga , Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Ulang Rokok Gudang Garam Surya 12 di Gresik. *Journal of Sustainability Business Research*, 2(1), 242–250.
- Manullang, I. M. (2017). PENGARUH PERSEPSI KUALITAS DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP MINAT BELI ULANG PASTA GIGI PEPSODENT (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Unika Santo Thomas Sumatera Utara). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 69–90.
<https://doi.org/10.54367/jmb.v16i1.125>
- Moch Irzad and Aditya Imran. (2018). ‘Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli. *Urnal Profitability Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 50
- Oceani, & Sutopo. (2017). Analisis Pengaruh Citra Merek, Nilai Pelanggan, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan Tupperware Di Magelang. *Jurnal Manajemen*, 6(Tabel 1), 1–13.
- Pramesti, B. A., & Waluyo, H. D. (2020). Pengaruh Brand Image dan Customer Value Terhadap Repurchase Intention Melalui Customer Satisfaction. *Jurnal Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro*, 1–6.
- Pura, F. K. C., & Farida, N. (2021). PENGARUH NILAI PELANGGAN DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP REPURCHASE INTENTION MELALUI KEPUASAN PELANGGAN (Studi Pada Konsumen Alfa Cell Di Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, X(2), 1121–1134.
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/30991>
- Situmorang, Syafrizal Helmi dan Muhammad Lutfi. 2012. Analisis Data: Untuk Riset Manajemen dan Bisnis. Medan: USU Press.
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2015. Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi, 33.

Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Lampiran I

Kuesioner

**PENGARUH BRAND AWARENESS, CUSTOMER VALUE, DAN
KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP MINAT SEWA ULANG
PADA RENTAL MOBIL DAYA CIPTA SEJATI (DCS) DI CINERE
DEPOK.**

Assalamualaikum Wr. Wb

Selamat Pagi/Siang/Sore/Malam

Perkenalkan nama saya Bimo Putro Karsodimedjo, mahasiswa Universitas Nasional, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program studi manajemen. Dalam hal ini saya sedang melakukan penelitian dalam penyusunan Tugas Akhir yang berjudul

"PENGARUH *BRAND AWARENESS, CUSTOMER VALUE, DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP MINAT SEWA ULANG RENTAL MOBIL DAYA CIPTA SEJATI (DCS) DI CINERE DEPOK*".

Kriteria responden :

1. Pernah melakukan sewa mobil di rental mobil Daya Cipta Sejati (DCS) minimal 1 kali.

Dengan ini saya memohon kepada rekan-rekan untuk memberikan jawaban sejujur-jujurnya. Saya akan menjaga data yang rekan-rekan berikan. Terima kasih sudah meluangkan waktunya untuk mengisi kuisisioner ini. Semua informasi dan jawaban yang anda berikan tidak bernilai benar atau pun salah, namun jawaban terbaik adalah jawaban yang sesuai dengan diri anda.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Hormat Saya,

Bimo Putro Karsodimedjo

Identitas

Responden

Jenis Kelamin :

- Laki-laki
- Perempuan

Usia :

- 20 - 25 tahun
- 26 - 30 tahun
- 31 - 35 tahun
- > 36 tahun

Jenis Pekerjaan :

- Pegawai Negeri Sipil (PNS)
- Pegawai Swasta
- Wirausaha
- Mahasiswa
- Lain-lain

Pendapatan :

- < Rp 3.500.000
- Rp. 3.600.000 – Rp. 6.500.000
- Rp. 6.600.000 – Rp. 9.500.000
- Rp. 9.600.000 – Rp. 12.000.000
- > Rp. 12.000.000

Petunjuk Pengisian Kuesioner

SS = Sangat Setuju

S = Setuju



N = Netral

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

Brand Awareness (X₁)

Pernyataan	Frekuensi Jawaban					Mean
	STS	TS	N	S	SS	
Unware of Brand						
Saya mengetahui rental mobil Daya Cipta Sejati (DCS) yang berada di cinere depok.						
Brand Recognition						
Dengan melihat Google Ads Daya Cipta Sejati (DCS) maka jika ingin menyewa mobil kembali saya memilih rental mobil Daya Cipta Sejati (DCS).						
Brand Recall						
Ketika saya ingin menyewa mobil maka rental mobil Daya Cipta Sejati (DCS) yang saya ingat.						
Top of Mind						
Ketika ditanya rental mobil yang saya ingat pertama kali rental mobil Daya Cipta Sejati (DCS).						
Total Skor Mean						
Average Mean Brand Awareness (X₁)						

Customer Value (X₂)

Pernyataan	Frekuensi Jawaban					Mean
	STS	TS	N	S	SS	
Emotional value						
Saya merasa senang melakukan sewa mobil di rental mobil Daya Cipta Sejati (DCS).						
Social value						

Saya merasa yakin dapat melakukan penyewaan mobil di rental mobil Daya Cipta Sejati (DCS) seperti yang dilakukan banyak orang.						
<i>Quality/performance value</i>						
Rental mobil Daya Cipta Sejati (DCS) mempunyai mobil yang berkualitas baik sehingga memberikan manfaat yang lebih.						
<i>Price/value of money</i>						
Rental mobil Daya Cipta Sejati (DCS) mampu memberikan mobil dan layanan yang baik sesuai dengan harga yang ditawarkan.						
Total Skor Mean						
<i>Average Mean Customer Value (X₂)</i>						

Kepuasan Pelanggan (X₃)

Pernyataan	Frekuensi Jawaban					Mean
	STS	TS	N	S	SS	
<i>Fulfillment</i>						
Saya merasa puas karena mobil sewa sesuai dengan harapan saya.						
<i>Pleasure</i>						
Saya merasa nyaman dalam berkendara menggunakan mobil sewa dari rental mobil Daya Cipta Sejati (DCS).						
<i>Relief</i>						
Saya jarang merasakan adanya kekurangan dari mobil sewa dan layanan yang diberikan rental mobil Daya Cipta Sejati (DCS).						
<i>Ambivalence</i>						

Saya dapat menerima kelebihan dan kekurangan dari rental mobil Daya Cipta Sejati (DCS).						
Total Skor Mean						
Average Mean Customer Satisfaction (X₃)						

Minat Sewa Ulang (Y)

Pernyataan	Frekuensi Jawaban					Mean
	STS	TS	N	S	SS	
Minat Transaksional Saya akan percaya atas layanan yang diberikan rental mobil Daya Cipta Sejati (DCS) sehingga melakukan sewa ulang kembali.						
Minat Referensial Saya akan memberikan referensi ke orang lain untuk sewa mobil di rental mobil Daya Cipta Sejati (DCS).						
Minat Preferensial Saya akan kembali melakukan sewa mobil hanya di rental mobil Daya Cipta Sejati (DCS).						
Minat Eksploratif Saya selalu mencari informasi mengenai penyewaan mobil di rental mobil Daya Cipta Sejati (DCS).						
Total Skor Mean						
Average Mean Repurchase Interest (Y)						

Lampiran II

Tabulasi Data

Responden	Brand Awareness (X ₁)				Total
	X _{1.1}	X _{1.2}	X _{1.3}	X _{1.4}	
1	4	5	5	5	19
2	5	5	5	5	20

3	4	5	4	5	18
4	5	5	5	5	20
5	5	5	5	5	20
6	5	3	5	5	18
7	5	5	5	5	20
8	5	5	5	5	20
9	5	5	5	5	20
10	4	4	3	4	15
11	5	5	5	5	20
12	5	5	5	5	20
13	4	4	4	3	15
14	4	5	5	5	19
15	4	4	4	4	16
16	5	5	5	5	20
17	4	4	4	4	16
18	5	5	5	4	19
19	5	5	4	4	18
20	5	3	5	5	18
21	5	3	3	3	14
22	5	5	5	5	20
23	5	5	5	5	20
24	5	5	5	5	20
25	5	4	5	5	19
26	5	4	4	4	17
27	4	5	4	4	17
28	1	1	1	1	4
29	5	5	5	5	20
30	5	5	5	5	20
31	4	3	4	4	15
32	5	5	5	5	20
33	5	3	5	5	18
34	5	5	5	5	20
35	5	5	5	5	20
36	5	5	5	5	20
37	5	5	5	5	20
38	3	5	5	5	18
39	5	5	4	5	19
40	5	5	5	5	20
41	5	4	4	4	17
42	5	5	5	5	20
43	4	4	4	4	16
44	5	3	5	5	18
45	4	3	4	4	15

46	5	4	4	5	18
47	4	4	3	4	15
48	4	5	5	5	19
49	3	4	4	3	14
50	4	5	5	4	18
51	4	4	4	3	15
52	5	4	5	4	18
53	5	4	4	4	17
54	4	5	4	5	18
55	5	4	5	5	19
56	5	4	3	3	15
57	4	4	5	4	17
58	5	4	4	4	17
59	4	5	4	3	16
60	4	5	4	3	16
61	4	4	5	5	18
62	4	5	4	3	16
63	4	5	5	3	17
64	4	4	5	5	18
65	4	3	4	5	16
66	5	4	4	4	17
67	4	5	5	4	18
68	4	5	5	5	19
69	5	4	5	4	18
70	4	5	5	5	19
71	4	5	5	4	18
72	3	5	5	5	18
73	4	5	4	5	18
74	5	4	5	4	18
75	4	4	5	4	17
76	4	5	5	3	17
77	4	5	5	4	18
78	5	4	5	4	18
79	5	4	5	5	19
80	4	5	5	4	18
81	4	5	4	3	16
82	5	5	4	5	19
83	4	5	5	4	18
84	4	5	5	4	18
85	4	5	4	4	17
86	5	5	5	3	18
87	5	5	4	3	17
88	4	5	5	5	19

89	4	5	4	5	18
90	4	5	5	5	19
91	4	5	5	4	18
92	4	5	4	4	17
93	5	4	4	4	17
94	5	4	5	4	18
95	5	4	4	4	17
96	4	5	4	3	16
97	4	5	5	4	18
98	5	4	4	4	17
99	5	4	4	3	16
100	4	5	5	5	19

Responden	<i>Customer Value (X₂)</i>				Total
	X _{2.1}	X _{2.2}	X _{2.3}	X _{2.4}	
1	5	4	4	5	18
2	5	5	5	5	20
3	5	5	5	4	19
4	5	5	5	5	20
5	5	5	5	5	20
6	5	5	5	5	20
7	5	5	5	5	20
8	5	5	5	5	20
9	5	5	5	5	20
10	5	4	5	4	18
11	5	5	4	5	19
12	5	5	5	5	20
13	4	4	3	5	16
14	5	5	5	5	20
15	4	4	4	4	16
16	5	5	5	5	20
17	4	4	3	3	14
18	4	5	4	4	17
19	5	5	5	5	20
20	4	5	5	5	19
21	5	5	4	5	19
22	5	5	5	5	20
23	5	5	5	5	20
24	3	4	3	4	14
25	4	4	4	4	16

26	4	4	4	4	16
27	5	5	4	5	19
28	1	1	1	2	5
29	5	5	5	5	20
30	5	5	5	5	20
31	4	5	4	5	18
32	5	5	3	4	17
33	5	4	4	4	17
34	5	5	5	5	20
35	5	5	5	5	20
36	5	5	5	5	20
37	5	5	5	5	20
38	5	5	5	5	20
39	4	3	5	5	17
40	5	5	5	5	20
41	4	4	4	4	16
42	5	5	5	5	20
43	4	4	4	4	16
44	5	5	5	5	20
45	5	5	5	5	20
46	4	5	5	4	18
47	5	5	4	5	19
48	4	4	5	3	16
49	4	3	4	5	16
50	4	5	5	4	18
51	4	4	5	5	18
52	3	4	4	5	16
53	5	4	5	5	19
54	4	4	5	4	17
55	5	4	4	5	18
56	4	4	5	5	18
57	3	4	4	4	15
58	4	4	5	5	18
59	5	4	5	4	18
60	5	5	4	5	19
61	4	4	5	5	18
62	4	4	5	5	18
63	4	5	5	5	19
64	5	4	5	5	19
65	4	5	5	4	18

66	4	4	5	4	17
67	5	5	4	4	18
68	4	4	5	5	18
69	5	5	4	4	18
70	5	4	4	4	17
71	5	4	4	5	18
72	4	4	5	4	17
73	5	5	5	4	19
74	4	4	5	5	18
75	4	5	5	4	18
76	4	5	5	4	18
77	4	5	5	4	18
78	5	5	4	3	17
79	4	4	5	5	18
80	4	4	3	3	14
81	5	5	5	4	19
82	5	5	5	5	20
83	5	3	5	4	17
84	4	3	4	5	16
85	5	4	5	4	18
86	4	5	4	4	17
87	5	4	5	4	18
88	5	5	5	5	20
89	4	5	4	4	17
90	4	5	4	4	17
91	5	4	5	4	18
92	3	4	3	5	15
93	4	4	4	5	17
94	4	5	5	4	18
95	4	4	5	5	18
96	4	4	5	4	17
97	4	5	5	4	18
98	4	4	5	5	18
99	4	4	5	5	18
100	5	5	4	4	18

Responden	Kepuasan Pelanggan (X_3)				Total
	$X_{3.1}$	$X_{3.2}$	$X_{3.3}$	$X_{3.4}$	
1	4	5	5	4	18

2	5	5	5	5	20
3	4	4	5	5	18
4	5	5	5	5	20
5	5	5	5	5	20
6	5	5	3	5	18
7	5	5	5	5	20
8	4	5	5	4	18
9	5	5	5	5	20
10	4	5	4	5	18
11	5	5	4	5	19
12	5	5	5	5	20
13	4	4	4	3	15
14	5	5	4	5	19
15	4	4	4	4	16
16	5	5	5	5	20
17	3	4	3	4	14
18	4	4	5	3	16
19	5	5	5	4	19
20	5	5	4	3	17
21	5	4	4	5	18
22	5	5	5	5	20
23	5	5	5	5	20
24	4	4	4	5	17
25	4	4	4	4	16
26	4	4	4	4	16
27	5	5	4	5	19
28	1	1	2	1	5
29	5	5	5	5	20
30	5	5	4	5	19
31	4	5	4	5	18
32	5	5	5	5	20
33	4	4	4	4	16
34	5	5	5	5	20
35	5	5	1	5	16
36	5	5	4	4	18
37	5	5	5	5	20
38	5	5	5	5	20
39	4	4	4	4	16
40	5	5	5	5	20
41	4	4	4	4	16

42	5	5	5	3	18
43	4	4	4	4	16
44	5	5	2	4	16
45	5	5	4	4	18
46	3	4	3	4	14
47	4	5	5	5	19
48	5	4	4	5	18
49	4	4	3	4	15
50	4	5	4	4	17
51	4	5	4	4	17
52	5	4	3	3	15
53	4	5	5	4	18
54	4	4	5	4	17
55	4	5	4	5	18
56	5	4	4	4	17
57	4	4	3	4	15
58	5	5	4	4	18
59	5	4	5	5	19
60	4	4	5	4	17
61	5	4	5	4	18
62	5	5	4	4	18
63	5	5	5	5	20
64	5	5	5	4	19
65	5	3	5	4	17
66	5	4	4	4	17
67	5	4	4	5	18
68	4	5	4	5	18
69	5	4	4	3	16
70	5	5	5	5	20
71	4	5	5	5	19
72	5	4	4	5	18
73	5	5	4	5	19
74	5	5	4	4	18
75	5	5	4	5	19
76	4	5	5	4	18
77	5	4	5	5	19
78	5	5	4	4	18
79	5	4	4	3	16
80	5	4	4	5	18
81	5	5	4	4	18

82	4	5	5	5	19
83	5	4	5	4	18
84	4	5	5	5	19
85	5	3	5	5	18
86	5	4	5	5	19
87	4	5	5	4	18
88	4	5	5	5	19
89	5	5	4	5	19
90	5	5	4	4	18
91	4	4	4	4	16
92	5	4	5	5	19
93	4	5	5	5	19
94	5	4	4	5	18
95	5	4	5	5	19
96	4	5	4	5	18
97	5	4	5	4	18
98	4	5	5	5	19
99	4	5	5	4	18
100	5	4	4	5	18

Responden	Minat Sewa Ulang (Y)				Total
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	
1	4	5	5	4	18
2	5	5	4	5	19
3	5	5	5	4	19
4	5	5	5	5	20
5	5	5	5	5	20
6	5	5	5	5	20
7	5	5	5	5	20
8	5	5	4	4	18
9	5	5	5	5	20
10	4	4	5	4	17
11	5	5	5	5	20
12	5	5	5	5	20
13	4	4	4	4	16
14	5	5	5	5	20
15	4	4	4	4	16
16	5	5	5	3	18
17	4	4	4	4	16

18	4	4	4	5	17
19	5	5	4	4	18
20	5	4	5	2	16
21	5	5	5	5	20
22	5	5	5	5	20
23	5	5	4	4	18
24	4	3	4	3	14
25	4	4	4	4	16
26	4	4	4	4	16
27	5	5	5	5	20
28	1	1	1	1	4
29	5	5	5	5	20
30	5	5	5	5	20
31	4	5	4	5	18
32	5	5	5	5	20
33	4	4	4	4	16
34	5	5	5	5	20
35	5	5	5	5	20
36	5	5	5	5	20
37	5	5	5	5	20
38	5	5	5	5	20
39	5	5	5	5	20
40	5	5	5	5	20
41	4	4	4	3	15
42	5	5	5	5	20
43	4	4	4	4	16
44	5	5	4	4	18
45	5	5	4	4	18
46	4	4	4	5	17
47	4	5	5	4	18
48	5	4	4	5	18
49	4	5	4	4	17
50	5	4	4	4	17
51	5	4	4	4	17
52	4	5	4	4	17
53	5	4	4	4	17
54	4	4	3	3	14
55	4	4	5	4	17
56	5	5	4	4	18
57	4	5	4	4	17

58	4	5	4	4	17
59	4	5	5	4	18
60	3	5	5	5	18
61	5	5	4	5	19
62	4	5	4	5	18
63	4	5	5	5	19
64	5	5	5	4	19
65	5	5	5	4	19
66	5	4	4	4	17
67	5	4	4	4	17
68	5	3	5	4	17
69	4	4	4	5	17
70	4	4	4	5	17
71	4	4	5	3	16
72	4	5	5	4	18
73	4	5	4	5	18
74	5	5	4	5	19
75	4	4	3	4	15
76	4	4	4	4	16
77	4	5	5	5	19
78	4	5	4	4	17
79	5	4	3	5	17
80	5	4	5	4	18
81	5	5	4	5	19
82	5	4	4	4	17
83	4	5	3	5	17
84	5	4	5	5	19
85	3	5	5	5	18
86	4	5	5	5	19
87	4	4	5	5	18
88	5	4	5	5	19
89	4	5	5	5	19
90	4	4	4	5	17
91	4	5	3	5	17
92	5	5	5	4	19
93	4	4	5	5	18
94	4	5	5	5	19
95	4	4	5	5	18
96	4	4	4	5	17
97	5	4	5	4	18

98	4	5	4	5	18
99	4	5	4	5	18
100	4	5	4	5	18

Lampiran III

Uji Output SPSS

Analisis Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1.1	100	1	5	4.45	.657
X1.2	100	1	5	4.49	.732
X1.3	100	1	5	4.53	.674
X1.4	100	1	5	4.30	.798
X2.1	100	1	5	4.45	.672
X2.2	100	1	5	4.47	.674
X2.3	100	1	5	4.55	.702
X2.4	100	2	5	4.51	.628
X3.1	100	1	5	4.56	.641
X3.2	100	1	5	4.54	.642
X3.3	100	1	5	4.34	.768
X3.4	100	1	5	4.43	.714
Y.1	100	1	5	4.46	.642
Y.2	100	1	5	4.56	.641
Y.3	100	1	5	4.42	.684
Y.4	100	1	5	4.44	.729
Valid N (listwise)	100				

Uji Validitas

Correlations

		Brand Awareness	Customer Value	Kepuasan Pelanggan	Minat Sewa Ulang
Brand Awareness	Pearson Correlation	1	.633**	.661**	.648**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
Customer Value	Pearson Correlation	.633**	1	.745**	.778**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000

	N	100	100	100	100
Kepuasan Pelanggan	Pearson Correlation	.661**	.745**	1	.765**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
Minat Sewa Ulang	Pearson Correlation	.648**	.778**	.765**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

Uji Realibilitas

X₁

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.716	4

X₂

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.751	4

X₃

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.674	4

Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.747	4



Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.12596389
Most Extreme Differences	Absolute	.088
	Positive	.050
	Negative	-.088
Test Statistic		.088
Asymp. Sig. (2-tailed)		.053 ^c

- a. Test distribution is Normal.
 b. Calculated from data.
 c. Lilliefors Significance Correction.

Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Brand Awareness	.519	1.928
	Customer Value	.409	2.442
	Kepuasan Pelanggan	.385	2.597

- a. Dependent Variable: Minat Sewa Ulang

Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.833 ^a	.694	.685	1.143	1.867

- a. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan, Brand Awareness, Customer Value
 b. Dependent Variable: Minat Sewa Ulang

Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.105	.727		2.894	.005
	Brand Awareness	.049	.048	.138	1.013	.313
	Customer Value	-.129	.056	-.351	-2.283	.088
	Kepuasan Pelanggan	.010	.060	.027	.172	.864

a. Dependent Variable: RES2

Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.204	1.145		1.051	.296
	Brand Awareness	.142	.076	.147	1.874	.064
	Customer Value	.424	.089	.421	4.775	.000
	Kepuasan Pelanggan	.366	.094	.355	3.899	.000

a. Dependent Variable: Minat Sewa Ulang

Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	285.048	3	95.016	72.675	.000 ^b
	Residual	125.512	96	1.307		
	Total	410.560	99			

a. Dependent Variable: Minat Sewa Ulang

b. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan, Brand Awareness, Customer Value

Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.833 ^a	.694	.685	1.143

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan, Brand Awareness, Customer Value

Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.204	1.145		1.051	.296
	Brand Awareness	.142	.076	.147	1.874	.064
	Customer Value	.424	.089	.421	4.775	.000
	Kepuasan Pelanggan	.366	.094	.355	3.899	.000

a. Dependent Variable: Minat Sewa Ulang

Lampiran IV Hasil Turnitin

BIMO PUTRO KARSODIMEDJO - TA

ORIGINALITY REPORT

19%	18%	6%	18%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Universitas Nasional Student Paper	12%
2	repositori.usu.ac.id Internet Source	2%
3	www.kajianpustaka.com Internet Source	1%
4	konsultasiskripsi.com Internet Source	1%
5	repository.untag-sby.ac.id Internet Source	1%
6	ejournal3.undip.ac.id Internet Source	1%
7	jurnal.uisu.ac.id Internet Source	1%
8	www.slideshare.net Internet Source	1%
9	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	1%