

## DAFTAR PUSTAKA

- Agiesta, W., Sajidin, A., & Perwito. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan KA Lokal Bandung Raya. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(1), 1653.
- Anggraini, F., & Budiarti, A. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Gojek. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 8(3), 86–94. <https://doi.org/10.26740/jupe.v8n3.p86-94>
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktik Edisi Revisi*. Rineka Cipta.
- Arzena, D. M. (2010). Pengaruh Kepuasan Atas Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Mandiri Tbk Cabang Muaro Padang. *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang, Vol. 18 No.*
- Augusty, F. (2013). *Metode Penelitian Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Award, T. B. (2022). *Top Brand Index Restorant Fast Food Tahun 2018 - 2022*. [https://www.topbrand-award.com/komparasi\\_brand/bandingkan?id\\_award=3&id\\_kategori=6&id\\_subkategori=157&tahun\\_awal=2019&tahun\\_akhir=2023&brand1=Burger King&brand2=HokBen&brand3=KFC&brand4=MC Donald's&brand5=Pizza Hut](https://www.topbrand-award.com/komparasi_brand/bandingkan?id_award=3&id_kategori=6&id_subkategori=157&tahun_awal=2019&tahun_akhir=2023&brand1=Burger King&brand2=HokBen&brand3=KFC&brand4=MC Donald's&brand5=Pizza Hut)
- Bennion. (2010). *The Science Of Food*. ohn Wiley And Sons.
- Choiriah, E. N., & Liana, L. (2019). Pengaruh kualitas produk, citra merek, dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dimediasi kepuasan pelanggan (Studi pada pelanggan sepeda motor Honda di Kota Semarang. *Madic, September*, 236–244.
- Damodar N, G. and D. C. P. (2012). *Dasar-Dasar Ekonometrika*. Salemba Empat.
- Darwin, S dan Y. S, K. (2014). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan sebagai Variabel Intervening pada Asuransi Jiwa Manulife Indonesia-Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra 2(1): 1-12*.
- Diza, F., Moniharapon, S., & Ogi, I. W. J. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada PT. FIFGROUP Cabang Manado). *Jurnal EMBA*, 4(1), 109–119. [file:///C:/Users/USER/Documents/proposal/jurnal/PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN \(STUDI PADA PT. FIFGROUP CABANG MANADO\).pdf](file:///C:/Users/USER/Documents/proposal/jurnal/PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (STUDI PADA PT. FIFGROUP CABANG MANADO).pdf)
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa: (Strategi, Mengukur*

*Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan).*

- Fian, J. Al, & Yuniati, T. (2016). Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Auto 2000 Sungkono Surabaya. Fian, J. Al, & Yuniati, T. (2016). Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Auto 2000 Sungkono Surabaya. *Ilmu Dan Riset Man. Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(6), 1–18.
- Ghazali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21*. Badang Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasugian. (2015). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Telkomsel (Survey Terhadap Pelanggan Telkomsel Grapari Samarinda). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*.
- Isaac. (2000). *Model Antecedents, Behavior, dan Consequences (ABC) untuk perubahan perilaku*. proxis East.
- Kaligis, D. (2015). Analisis Pengaruh Strategi Pemasaran .... ( Kaligis) 199. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 3, 199–213.
- Kambar, P., & Sabaris, N. A. N. (2017). *MENARA Ilmu Vol. XI Jilid 2 No.78 November 2017. XI(78)*, 133–146.
- Kasmir. (2017). *Customer Service Excellent*. PT Raja Grafindo Persada.
- Keller, kevin lane. (2013). *Strategic Brand Manajemen ; Building, Measuring, and Managing Brand Equity. Fourth Edition Harlow*. Pearson Education Inc.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, 15th Edition*. Pearson Education.
- Kotler, P., dan Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P. dan K. L. K. (2012). *Marketing Managemen*. Pearson Education.
- Laely, N. (2016). Analisis pengaruh kepercayaan dan harga terhadap loyalitas pelanggan dimediasi kepuasan pada pt. telkomsel di kota kediri. *Jurnal Ilmu Ekonomi & Manajemen*, 3(2), 61–74.
- Maharani, A. D. (2010). Analisis Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Mega Semarang. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 44-49.
- Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (2014). *An Integrative Model of Organizational Trust*. Academy of Manajement.
- Muhammad Qasim Shabbir, Ansar Ali Khan, S. R. K. (2017). *Brand Loyalty Brand image And Brand equity: The Mediating Role Of Brand Awareness. International Journal of Innovation and Applied Studies. Vol. 19 No*, 416–423.
- Mulyadi, D. (2012). Analisis Strategi Pemasaran jasa Lembaga Non Bank Pada PT Oto Multiartha Karawang. *Jurnal Manajemen, Vol. 09 No*.
- Nalendra, A. rangga A. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan ( Studi Kasus Pelanggan IM3 Madiun ). *Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi Komputer*, 3(2), 281–

288.

- Philip Kotler, G. A. (2014). *Principle Of Marketing*. Pearson Pretice Hall.
- Purnama, R., & Hidayah, A. A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Tirtayasa Ekonomika*, 14(2), 187. <https://doi.org/10.35448/jte.v14i2.6529>
- Rafiah, K. K. (2019). Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan dalam Berbelanja melalui E-commerce di Indonesia. *Al Tijarah*, 5(1), 46. <https://doi.org/10.21111/tijarah.v5i1.3621>
- Ramadhan, M. A. F. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan, Dan Komitmen Terhadap Loyalitas Pelanggan Aplikasi Transportasi Online Gojek Di Kota Malang. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIMMU)*, 4(2), 153. <https://doi.org/10.33474/manajemen.v4i2.3733>
- Ramadhany, D. P., Lopian, S. L. H. V. J., Djemly, W., Pelayanan, K., Bauran, D. A. N., Pengaruhnya, P., Ramadhany, D. P., & Djemly, W. (2021). *KUALITAS PELAYANAN DAN BAURAN PEMASARAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI ALFAMART SINDULANG MANADO*. 9(3), 447–457.
- Rohmawati, Z. (2018). Kualitas, Harga Dan Keragaman Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 1(2), 19. <https://doi.org/10.30587/jre.v1i2.418>
- Rosalina, M., Qomariah, N., & Sari, M. I. (2019). Dampak promosi, harga dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen oppo smartphone. *Science and Technology Research Journal*, 4(2), 161–174.
- Safitri., Y. A. (2011). Kepercayaan, Komitmen, Komunikasi, Penanganan Konflik, dan Perannya terhadap Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah Bank BCA di Surabaya. *Journal of Business and Banking*, Vol. 1, No, 117–130.
- Santoso, J. B. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 16(01), 127–146. <https://doi.org/10.36406/jam.v16i01.271>
- Saputro, A. A., Ma'arif, I., & Prasetyo, G. B. (2022). *MOTIVASI SISWA DALAM PEMBELAJARAN DARING PENDIDIKAN JASMANI SELAMA PANDEMI COVID-19*. 3, 49–57.
- Setyowati, E. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Pemediiasi. *Jurnal Manajemen DayaSaing*, 18(2), 102–112. <https://doi.org/10.23917/dayasaing.v18i2.4507>
- Sinurat, E. S. M., Lumanauw, B., & Roring, F. (2017). Pengaruh Inovasi Produk, Harga, Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Mobil Suzuki Ertiga. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(2), 2230–2239.

- Siregar, N., & Hakim, F. (2017). Pengaruh pencitraan, kualitas produk dan harga terhadap loyalitas pelanggan pada rumah makan Kampoeng Deli Medan. *Jurnal Manajemen Tools*, 8(2), 87–96.
- Sondakh, C. (2014). .Xdolw dv /D\Dqddq Flwud Phuhn«. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, vol.3(Kualitas Layanan, Citra Merek Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Tabungan (Studi Pada Nasabah Taplus BNI Cabang Manado)), 19–32.
- Sopiah, S. dan. (2014). *Perilaku Konsumen*. Andi.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2015). *SPSS*. Pustaka Baru Press.
- Supertini, N. L. W. S. T. (2020). Pagaruh Kepuasan dan Kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan kebaya. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 61–73.
- Suryani. (2017). *Manajemen Pemasaran Strategik Bank di era Global Menciptakan Nilai Unggul untuk Kepuasan Nasabah*. Prenadamedia.
- Tjiptono, F., & Gregorius, C. (2011). *Service, Quality, & Satisfaction* (3rd ed.). Andi.
- Tjiptono. (2011). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. (2nd ed.). Andi.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Penelitian*. Andi Offset.
- Umar, H. (2013). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Rajawali Pers.
- Widayatma, C. P., & Lestari, S. P. (2018). Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Rifa Kuliner Kendal). *Serat Acitya – Jurnal Ilmiah UNTAG Semarang*, 7(3), 25–38. <https://doi.org/ISSN:2302-2752>, Vol. 7 No. 3, 2018
- Wijaya, T. (2018). *Manajemen Kualitas Jasa*. indeks.
- Yani Dahliani & Rohmat Hasanul Ahwal. (2021). 2) 1,2. *Jurnal Inovasi Penelitian*, Vol.2 No.1(KAJIAN PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, LOKASI, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA GIESELIN FOOD SUKSER MAKMUR DI JEMBER), 181–190.

L

A

M



P

I

R

A

N

Lampiran 1 Kuesioner Responden

Kuesioner Responden

---

Hal : Permohonan ketersediaan menjadi responden

Assalamualaikum Wr.Wb

Selamat Pagi/Siang/Malam

Perkenalkan nama saya Mario Muhammad Al Saban, mahasiswa Universitas Nasional, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen. Dalam hal ini saya sedang melakukan penelitian dalam penyusunan Tugas Akhir yang berjudul " Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Citra Merk, Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Mcdonalds Cabang Kemang

Dengan ini saya memohon kepada bapak/ibu/saudara/i untuk memberikan jawaban sesuai yang dirahasiakan. Kuesioner berhubungan dengan persepsi anda sebagai Customer produk Scarlett. Saya akan menjaga data yang bapak/ibu/saudara/i berikan. Terimakasih atas bantuan bapak/ibu/saudara/i berikan. Semua informasi dan jawaban yang anda berikan tidak bernilai benar ataupun salah, namun jawaban terbaik adalah jawaban yang sesuai dengan diri anda.

Jakarta, 30 Januari 2023



Mario Muhammad Al Saban

### A. Identitas Responden

Istilah identitas diri saudara/i dengan keadaan yang sebenarnya, pilih salah satu dan berikan tanda (√) pada kolom yang telah disediakan dibawah in :

1. Nama Responden :
2. Jenis Kelamin :  Pria  
 Wanita
3. Usia :  17-20 Tahun  
 21-30 Tahun  
 31-40 Tahun  
 < 40 Tahun
4. Domisili :  Jakarta  
 Luar Jakarta
5. Jenis Pekerjaan :  Mahasiswa/Pelajar  
 Karyawan  
 Wiraswasta  
 Pegawai Negeri  
 Lainnya.....
6. Pernah melakukan transaksi di Mcdonalds cabang Kemang :  
 Ya  Tidak
7. Berapa kali anda melakukan transaksi di Mcdonalds cabang Kemang:  
 1 kali  > 1 kali  Tidak Pernah

### B. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Pilihlah jawaban pada salah satu kolom alternatif jawaban yang telah disediakan sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Keterangan alternatif jawaban sebagai berikut :

Keterangan	Kategori	Bobot
STS	Sangat Tidak Setuju	1
TS	Tidak Setuju	2
N	Netral	3

S	Setuju	4
SS	Sangat Setuju	5

### A. Lembar Kuesioner

#### Kualitas Produk (X1)

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
<b>Penampilan</b>						
1	Kemasan Mcdonalds ramah lingkungan					
<b>Selera</b>						
2	Produk Mcdonalds memiliki cita rasa yang enak					
<b>Rasa</b>						
3	Kopi di outlet Mcdonalds memiliki aroma yang unik					
<b>Tekstur</b>						
4	Cake di outlet Mcdonalds memiliki texture yang lembut					

#### Kualitas Pelayanan (X2)

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
<b>Bukti Fisik</b>						
1	Pada saat lantai kotor, karyawan Mcdonalds langsung memberikan lantai tersebut					
<b>Reliabilitas</b>						
2	Pelayanan Mcdonalds mampu menyajikan pesanan yang tepat					
<b>Daya tanggap</b>						
3	Pelayan Mcdonalds sangat tanggap dalam menerima pesanan					
<b>Empati</b>						
4	Saya merasa karyawan Mcdonalds memiliki sikap empati yang baik					



## Citra Merk (X3)

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
<b>Keunggulan</b>						
1	Merk Mcdonalds lebih mudah diingat daripada merk lainnya					
<b>Kekuatan</b>						
2	Mcdonalds merupakan restoran cepat saji terbesar di dunia					
<b>Keunikan</b>						
3	Logo Mcdonalds sangat Unik					

## Kepercayaan (X4)

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
<b>Keandalan</b>						
1	Menurut saya Mcdonalds dapat di percaya dalam menjaga kondisi makanan agar tetap fresh					
<b>Kejujuran</b>						
2	Mcdonalds cabang Kemang menyediakan informasi yang akurat					
<b>Kredibilitas</b>						
3	Mcdonalds memberikan keamanan dalam bertransaksi					

## Loyalitas Pelanggan (Y)

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
<b>Melakukan pembelian ulang</b>						
1	Saya sudah berulang kali membeli produk Mcdonalds cabang kemang					
<b>Merkomendasikan pada pihak lain</b>						
2	Saya akan merkomendasikan orang lain untuk berkunjung ke mCdonalds cabang Kemang					
<b>Tidak berniat untuk pindah</b>						
3	Saya lebih sering berkunjung ke Mcdonalds cabang Kemang dibandingkan ke restoran cepat saji lainnya					
<b>Membicarakan hal hal positif</b>						

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
4	Saya akan memberikan ulasan yang positif mengenai Mcdonalds cabang Kemang					

## Lampiran 2 Tabel Tabulasi

## Kualitas Produk (X1)

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Rata rata
1	1	4	4	3
4	5	5	3	4
5	5	5	4	5
4	4	4	4	4
3	4	3	3	3
3	4	3	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
3	3	4	4	4
5	5	5	5	5
4	3	3	3	3
4	5	3	3	4
4	4	4	3	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
3	4	4	3	4
5	5	5	5	5
5	4	3	3	4
5	5	5	5	5
4	4	4	4	4
2	4	4	3	3
4	4	3	4	4
3	4	4	4	4
3	4	3	4	4
5	5	4	4	5
1	1	2	1	1
3	3	3	3	3
4	4	3	4	4
5	5	4	4	5
3	4	3	3	3
5	5	5	3	5
2	4	4	4	4
5	4	3	3	4
4	4	4	4	4

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Rata rata
4	5	4	4	4
4	4	3	3	4
4	4	4	4	4
3	4	3	3	3
4	3	2	3	3
4	4	4	4	4
4	5	5	5	5
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
3	5	3	3	4
2	4	3	4	3
4	4	2	2	3
3	4	3	3	3
4	4	4	4	4
5	5	3	3	4
4	4	3	4	4
5	5	5	5	5
4	5	3	2	4
5	5	4	5	5
5	5	5	5	5
3	3	2	3	3
4	4	4	4	4
5	5	3	3	4
4	4	4	4	4
4	4	4	3	4
5	5	4	3	4
3	5	3	4	4
4	4	3	4	4
5	4	3	3	4
4	4	4	4	4
4	5	5	4	5
4	4	4	4	4
3	4	4	3	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
4	3	3	3	3
4	4	4	4	4
4	5	3	3	4
4	4	4	4	4
5	5	3	3	4

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Rata rata
2	4	3	4	3
3	4	3	3	3
2	5	4	4	4
4	4	4	4	4
2	4	4	3	3
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	3	4
2	4	3	4	3
2	4	3	4	3
4	4	3	4	4
5	5	5	5	5
4	5	5	4	5
4	4	5	4	4
3	4	4	4	4
5	5	5	5	5
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	5	3	3	4
5	5	3	5	5
4	4	4	4	4
3	3	3	3	3
4	4	4	4	4
4	4	3	4	4
5	5	5	5	5

Kualitas Pelayanan (X2)

X2.1	X2.2	X3.3	X4.4	Rata rata
4	4	4	4	4
5	5	5	4	5
5	5	5	5	5
4	4	4	4	4
3	3	3	4	3
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	3	4
5	5	5	5	5
4	4	4	3	4
4	3	4	3	4

X2.1	X2.2	X3.3	X4.4	Rata rata
3	4	2	3	3
4	4	3	3	4
4	5	4	4	4
3	4	3	4	4
5	5	5	5	5
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
3	4	4	4	4
4	4	4	3	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	3	4	4
4	4	5	3	4
3	3	3	3	3
3	3	4	3	3
4	4	3	4	4
4	4	4	4	4
2	3	4	3	3
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
5	5	4	3	4
4	4	4	4	4
4	4	5	5	5
4	3	4	3	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	5	4	3	4
4	4	4	4	4
4	4	4	3	4
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
4	4	4	4	4
3	3	4	3	3
4	4	4	4	4
4	4	4	3	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
5	4	4	4	4
5	5	5	5	5
4	4	4	5	4
4	5	4	5	5

X2.1	X2.2	X3.3	X4.4	Rata rata
5	5	5	5	5
4	4	4	4	4
4	5	5	4	5
4	4	4	3	4
3	4	4	4	4
4	4	4	4	4
5	5	5	4	5
5	5	4	3	4
4	4	1	4	3
2	4	4	4	4
4	4	4	4	4
5	4	5	5	5
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
3	4	4	4	4
4	5	5	5	5
2	4	4	3	3
4	4	4	4	4
3	4	5	4	4
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
4	4	4	4	4
3	4	4	3	4
5	4	5	4	5
4	4	4	4	4
4	4	3	3	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	3	3	4
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
4	5	5	5	5
4	4	4	4	4
4	3	4	4	4
5	5	5	5	5
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	5	5	5	5

X2.1	X2.2	X3.3	X4.4	Rata rata
5	4	5	4	5
4	4	4	4	4
3	3	3	3	3
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5

## Citra Merk (X3)

X3.1	X3.2	X3.3	Rata rata
1	4	4	3
5	4	5	5
5	5	5	5
4	4	4	4
4	3	3	3
3	3	3	3
4	4	4	4
4	5	5	5
3	4	4	4
5	5	5	5
5	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
3	4	4	4
4	4	4	4
3	3	4	3
5	5	5	5
5	3	3	4
5	5	5	5
3	3	3	3
3	4	3	3
3	3	4	3
5	5	5	5
3	5	3	4
5	5	2	4
3	2	3	3
4	3	4	4
4	2	4	3
5	4	4	4

<b>X3.1</b>	<b>X3.2</b>	<b>X3.3</b>	<b>Rata rata</b>
4	4	4	4
5	5	4	5
4	5	5	5
4	3	5	4
4	4	4	4
4	5	4	4
5	5	5	5
4	4	4	4
3	4	4	4
5	4	3	4
4	4	4	4
5	5	5	5
5	4	5	5
5	5	5	5
4	4	3	4
4	4	4	4
4	4	4	4
3	3	3	3
4	4	4	4
4	3	4	4
5	5	4	5
5	5	5	5
5	5	5	5
4	5	4	4
5	5	5	5
3	4	3	3
4	4	2	3
5	5	4	5
4	4	4	4
4	3	4	4
3	2	3	3
5	5	4	5
4	4	4	4
3	3	3	3
4	4	4	4
5	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
3	3	4	3
5	5	5	5



<b>X3.1</b>	<b>X3.2</b>	<b>X3.3</b>	<b>Rata rata</b>
4	3	3	3
4	3	3	3
3	4	3	3
4	4	4	4
4	4	5	4
4	4	4	4
4	4	3	4
5	4	4	4
5	5	5	5
5	5	4	5
5	5	5	5
4	4	5	4
4	4	4	4
3	4	3	3
4	4	3	4
5	4	4	4
5	5	5	5
4	5	5	5
4	3	4	4
4	3	3	3
5	5	5	5
3	4	4	4
4	5	4	4
5	5	5	5
5	5	5	5
4	4	4	4
3	3	3	3
4	4	4	4
5	3	5	4
5	5	5	5

## Kepercayaan (X4)

<b>X4.1</b>	<b>X4.2</b>	<b>X4.3</b>	<b>Rata rata</b>
4	4	4	4
4	5	5	5
5	5	5	5
5	4	4	4
4	4	4	4

<b>X4.1</b>	<b>X4.2</b>	<b>X4.3</b>	<b>Rata rata</b>
4	4	4	4
4	4	4	4
5	4	5	5
4	4	3	4
5	5	5	5
3	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
5	4	5	5
3	4	4	4
5	5	5	5
4	4	4	4
5	5	5	5
3	3	3	3
4	4	4	4
4	3	4	4
4	4	4	4
3	4	3	3
4	4	4	4
3	3	3	3
3	3	3	3
4	2	4	3
4	4	4	4
3	4	4	4
4	3	4	4
4	4	4	4
5	5	4	5
4	4	4	4
4	5	4	4
5	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
5	5	5	5
2	3	4	3
3	4	4	4
4	4	4	4

<b>X4.1</b>	<b>X4.2</b>	<b>X4.3</b>	<b>Rata rata</b>
3	3	3	3
4	4	5	4
4	4	4	4
3	4	4	4
5	3	5	4
5	5	5	5
4	4	4	4
5	5	5	5
3	4	4	4
4	5	5	5
2	5	5	4
3	3	4	3
4	4	4	4
4	4	5	4
5	4	4	4
4	4	4	4
3	4	4	4
4	4	4	4
4	4	5	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
3	4	4	4
5	5	5	5
3	4	4	4
4	4	4	4
3	3	3	3
4	4	4	4
5	3	5	4
4	3	4	4
4	3	4	4
4	4	4	4
5	4	4	4
4	3	3	3
3	5	5	4
4	4	5	4
4	4	4	4
3	4	4	4
4	4	3	4
5	3	4	4
5	5	5	5

<b>X4.1</b>	<b>X4.2</b>	<b>X4.3</b>	<b>Rata rata</b>
4	4	5	4
4	4	4	4
3	3	3	3
4	4	5	4
3	4	3	3
4	4	4	4
5	4	4	4
4	4	5	4
4	4	4	4
3	3	3	3
4	4	4	4
4	4	4	4
5	5	5	5

Loyalitas Pelanggan (Y)

<b>Y1</b>	<b>Y2</b>	<b>Y3</b>	<b>Rata rata</b>
4	4	5	4
5	4	5	5
5	5	5	5
5	4	3	4
5	4	4	4
4	3	3	3
4	4	4	4
3	3	3	4
3	4	3	4
4	4	4	4
3	4	2	4
4	4	4	4
4	3	2	4
4	4	5	5
4	4	4	4
4	4	4	3
5	5	5	5
4	4	3	4
5	5	5	5
3	3	3	3
4	4	2	4
3	3	3	4
3	4	3	4
4	4	4	4

Y1	Y2	Y3	Rata rata
2	4	1	4
4	4	4	4
3	3	3	4
2	2	2	4
4	5	4	4
4	4	3	4
5	5	3	5
5	4	5	5
5	5	5	5
4	4	4	4
4	5	4	5
3	3	2	4
4	4	4	4
3	4	3	4
2	2	2	4
4	4	4	4
5	4	3	4
4	4	3	4
5	5	4	5
3	3	2	4
3	3	3	4
2	3	3	3
3	3	3	3
4	4	4	4
5	4	4	4
4	4	3	4
5	5	5	4
5	5	4	4
3	3	3	3
4	5	3	5
4	3	2	3
3	2	4	4
3	3	3	4
4	4	3	3
2	3	2	4
5	5	2	3
3	4	4	4
2	3	4	4
3	3	2	3
4	4	4	4
5	5	5	4

Y1	Y2	Y3	Rata rata
4	4	4	4
3	3	4	4
4	4	4	4
4	4	3	4
5	5	5	5
3	3	2	3
4	4	4	4
4	4	3	4
4	4	4	4
5	4	3	3
3	3	3	4
3	3	3	3
5	5	4	5
3	4	2	4
4	4	3	4
2	4	2	5
4	4	4	4
4	4	4	4
3	3	4	4
4	3	4	3
4	4	3	3
5	5	5	5
4	5	5	5
3	4	4	4
3	3	3	3
3	4	3	5
4	3	4	4
4	5	5	4
2	5	3	5
3	4	3	5
2	4	3	4
3	3	3	3
5	5	5	5
4	4	3	4
5	5	5	5

## Lampiran 3 Hasil Output Penelitian (SPSS23)

**A. Analisis Deskriptif****Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1.1	100	1	5	3.84	.940
X1.2	100	1	5	4.19	.734
X1.3	100	2	5	3.74	.787
X1.4	100	1	5	3.74	.747
Kualitas Produk	100	5	20	15.51	2.480
X2.1	100	2	5	4.01	.659
X2.2	100	3	5	4.13	.544
X2.3	100	1	5	4.09	.668
X2.4	100	3	5	3.95	.642
Kualitas Pelayanan	100	12	20	16.18	2.022
X3.1	100	1	5	4.13	.787
X3.2	100	2	5	4.07	.795
X3.3	100	2	5	4.03	.758
Citra Merk	100	8	15	12.23	1.927
X4.1	100	2	5	3.96	.710
X4.2	100	2	5	3.97	.611
X4.3	100	3	5	4.13	.597
Kepercayaan	100	9	15	12.06	1.536
Y1	100	2	5	3.76	.900
Y2	100	2	5	3.89	.764
Y3	100	1	5	3.49	.959
Y4	100	3	5	4.04	.618
Loyalitas Pelanggan	100	10	20	15.18	2.599
Valid N (listwise)	100				

## B. Hasil dari Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.906	1.854		1.028	.306		
Kualitas Produk	.097	.134	.093	.728	.468	.415	2.409
Kualitas Pelayanan	.267	.174	.208	1.537	.128	.370	2.705
Citra Merk	.093	.156	.069	.595	.553	.507	1.973
Kepercayaan	.524	.222	.310	2.356	.021	.390	2.562





### C. Kelayakan Instrumen

#### 1. Uji Validitas

		<b>Correlations</b>				
		Kualitas Produk	Kualitas Pelayanan	Citra Merk	Kepercayaan	Loyalitas Pelanggan
Kualitas Produk	Pearson Correlation	1	.719**	.611**	.631**	.479**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	.719**	1	.557**	.715**	.534**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Citra Merk	Pearson Correlation	.611**	.557**	1	.654**	.443**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Kepercayaan	Pearson Correlation	.631**	.715**	.654**	1	.561**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Loyalitas Pelanggan	Pearson Correlation	.479**	.534**	.443**	.561**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

## 2. Hasil Uji Realibitas

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.862	5

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Kualitas Produk	55.65	44.109	.730	.822
Kualitas Pelayanan	54.98	48.606	.766	.813
Citra Merk	58.93	52.086	.665	.838
Kepercayaan	59.10	54.333	.777	.825
Loyalitas Pelanggan	55.98	46.828	.582	.869

## D. Uji Asumsi Klasik

### 1. Hasil Uji Normalitas

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

	Unstandardized Residual
N	100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	
Mean	.0000000
Std. Deviation	2.08004273
Most Extreme Differences	
Absolute	.078
Positive	.049
Negative	-.078
Test Statistic	.078
Asymp. Sig. (2-tailed)	.134 <sup>c</sup>
Exact Sig. (2-tailed)	.544
Point Probability	.000

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

## 2. Hasil Uji Multikolinearitas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.906	1.854		1.028	.306		
Kualitas Produk	.097	.134	.093	.728	.468	.415	2.409
Kualitas Pelayanan	.267	.174	.208	1.537	.128	.370	2.705
Citra Merk	.093	.156	.069	.595	.553	.507	1.973
Kepercayaan	.524	.222	.310	2.356	.021	.390	2.562

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

## 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.004	1.049		.957	.341
Kualitas Produk	-.139	.076	-.286	-1.840	.069
Kualitas Pelayanan	.060	.098	.100	.607	.545
Citra Merk	.020	.088	.032	.226	.822
Kepercayaan	.135	.126	.173	1.075	.285

a. Dependent Variable: abresid

## 4. Hasil Uji Autokorelasi

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.600 <sup>a</sup>	.360	.333	2.123	1.960

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Kualitas Produk, Citra Merk, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

## E. Uji Kelayakan Model

### 1. Hasil Uji F

ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	240.429	4	60.107	13.331	.000 <sup>b</sup>
Residual	428.331	95	4.509		
Total	668.760	99			

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Kualitas Produk, Citra Merk, Kualitas Pelayanan

### 2. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.600 <sup>a</sup>	.360	.333	2.123	1.960

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Kualitas Produk, Citra Merk, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

## F. Hasil Uji T

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.906	1.854		1.028	.306		
Kualitas Produk	.097	.134	.093	.728	.468	.415	2.409
Kualitas Pelayanan	.267	.174	.208	1.537	.128	.370	2.705
Citra Merk	.093	.156	.069	.595	.553	.507	1.973
Kepercayaan	.524	.222	.310	2.356	.021	.390	2.562

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Lampiran 4 Tabel f

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

Lampiran 5 Tabel DW

n	k=1		k=2		k=3		k=4		k=5	
	dL	dU	dL	dU	dL	dU	dL	dU	dL	dU
71	1.5865	1.6435	1.5577	1.6733	1.5284	1.7041	1.4987	1.7358	1.4685	1.7685
72	1.5895	1.6457	1.5611	1.6751	1.5323	1.7054	1.5029	1.7366	1.4732	1.7688
73	1.5924	1.6479	1.5645	1.6768	1.5360	1.7067	1.5071	1.7375	1.4778	1.7691
74	1.5953	1.6500	1.5677	1.6785	1.5397	1.7079	1.5112	1.7383	1.4822	1.7694
75	1.5981	1.6521	1.5709	1.6802	1.5432	1.7092	1.5151	1.7390	1.4866	1.7698
76	1.6009	1.6541	1.5740	1.6819	1.5467	1.7104	1.5190	1.7399	1.4909	1.7701
77	1.6036	1.6561	1.5771	1.6835	1.5502	1.7117	1.5228	1.7407	1.4950	1.7704
78	1.6063	1.6581	1.5801	1.6851	1.5535	1.7129	1.5265	1.7415	1.4991	1.7708
79	1.6089	1.6601	1.5830	1.6867	1.5568	1.7141	1.5302	1.7423	1.5031	1.7712

80	1.6114	1.6620	1.5859	1.6882	1.5600	1.7153	1.5337	1.7430	1.5070	1.7716
81	1.6139	1.6639	1.5888	1.6898	1.5632	1.7164	1.5372	1.7438	1.5109	1.7720
82	1.6164	1.6657	1.5915	1.6913	1.5663	1.7176	1.5406	1.7446	1.5146	1.7724
83	1.6188	1.6675	1.5942	1.6928	1.5693	1.7187	1.5440	1.7454	1.5183	1.7728
84	1.6212	1.6693	1.5969	1.6942	1.5723	1.7199	1.5472	1.7462	1.5219	1.7732
85	1.6235	1.6711	1.5995	1.6957	1.5752	1.7210	1.5505	1.7470	1.5254	1.7736
86	1.6258	1.6728	1.6021	1.6971	1.5780	1.7221	1.5536	1.7478	1.5289	1.7740
87	1.6280	1.6745	1.6046	1.6985	1.5808	1.7232	1.5567	1.7485	1.5322	1.7745
88	1.6302	1.6762	1.6071	1.6999	1.5836	1.7243	1.5597	1.7493	1.5356	1.7749
89	1.6324	1.6778	1.6095	1.7013	1.5863	1.7254	1.5627	1.7501	1.5388	1.7754
90	1.6345	1.6794	1.6119	1.7026	1.5889	1.7264	1.5656	1.7508	1.5420	1.7758
91	1.6366	1.6810	1.6143	1.7040	1.5915	1.7275	1.5685	1.7516	1.5452	1.7763
92	1.6387	1.6826	1.6166	1.7053	1.5941	1.7285	1.5713	1.7523	1.5482	1.7767
93	1.6407	1.6841	1.6188	1.7066	1.5966	1.7295	1.5741	1.7531	1.5513	1.7772
94	1.6427	1.6857	1.6211	1.7078	1.5991	1.7306	1.5768	1.7538	1.5542	1.7776
95	1.6447	1.6872	1.6233	1.7091	1.6015	1.7316	1.5795	1.7546	1.5572	1.7781
96	1.6466	1.6887	1.6254	1.7103	1.6039	1.7326	1.5821	1.7553	1.5600	1.7785
97	1.6485	1.6901	1.6275	1.7116	1.6063	1.7335	1.5847	1.7560	1.5628	1.7790
98	1.6504	1.6916	1.6296	1.7128	1.6086	1.7345	1.5872	1.7567	1.5656	1.7795
99	1.6522	1.6930	1.6317	1.7140	1.6108	1.7355	1.5897	1.7575	1.5683	1.7799
100	1.6540	1.6944	1.6337	1.7152	1.6131	1.7364	1.5922	1.7582	1.5710	1.7804
101	1.6558	1.6958	1.6357	1.7163	1.6153	1.7374	1.5946	1.7589	1.5736	1.7809
102	1.6576	1.6971	1.6376	1.7175	1.6174	1.7383	1.5969	1.7596	1.5762	1.7813
103	1.6593	1.6985	1.6396	1.7186	1.6196	1.7392	1.5993	1.7603	1.5788	1.7818
104	1.6610	1.6998	1.6415	1.7198	1.6217	1.7402	1.6016	1.7610	1.5813	1.7823
105	1.6627	1.7011	1.6433	1.7209	1.6237	1.7411	1.6038	1.7617	1.5837	1.7827
106	1.6644	1.7024	1.6452	1.7220	1.6258	1.7420	1.6061	1.7624	1.5861	1.7832
107	1.6660	1.7037	1.6470	1.7231	1.6277	1.7428	1.6083	1.7631	1.5885	1.7837
108	1.6676	1.7050	1.6488	1.7241	1.6297	1.7437	1.6104	1.7637	1.5909	1.7841
109	1.6692	1.7062	1.6505	1.7252	1.6317	1.7446	1.6125	1.7644	1.5932	1.7846
110	1.6708	1.7074	1.6523	1.7262	1.6336	1.7455	1.6146	1.7651	1.5955	1.7851
111	1.6723	1.7086	1.6540	1.7273	1.6355	1.7463	1.6167	1.7657	1.5977	1.7855
112	1.6738	1.7098	1.6557	1.7283	1.6373	1.7472	1.6187	1.7664	1.5999	1.7860
113	1.6753	1.7110	1.6574	1.7293	1.6391	1.7480	1.6207	1.7670	1.6021	1.7864
114	1.6768	1.7122	1.6590	1.7303	1.6410	1.7488	1.6227	1.7677	1.6042	1.7869
115	1.6783	1.7133	1.6606	1.7313	1.6427	1.7496	1.6246	1.7683	1.6063	1.7874

Lampiran 6 Tabel T

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	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

Lampiran 7 Tabel r

	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589

	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211





# Cek TA Sidang Mario

## ORIGINALITY REPORT

19%

SIMILARITY INDEX

21%

INTERNET SOURCES

10%

PUBLICATIONS

10%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1	<a href="http://mohmahsun.blogspot.com">mohmahsun.blogspot.com</a> Internet Source	4%
2	<a href="http://docobook.com">docobook.com</a> Internet Source	3%
3	<a href="http://repository.ub.ac.id">repository.ub.ac.id</a> Internet Source	2%
4	<a href="http://e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id">e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id</a> Internet Source	1%
5	<a href="http://etheses.uin-malang.ac.id">etheses.uin-malang.ac.id</a> Internet Source	1%
6	<a href="http://repo.stiemuhcilacap.ac.id">repo.stiemuhcilacap.ac.id</a> Internet Source	1%
7	<a href="http://repositori.usu.ac.id">repositori.usu.ac.id</a> Internet Source	1%
8	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper	1%
9	<a href="http://repository.usd.ac.id">repository.usd.ac.id</a> Internet Source	1%

10 GUN - MARDIATMOKO. "PENTINGNYA UJI ASUMSI KLASIK PADA ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA", BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika dan Terapan, 2020  
Publication 1 %

11 repository.unhas.ac.id  
Internet Source 1 %

12 repository.ar-raniry.ac.id  
Internet Source 1 %

13 text-id.123dok.com  
Internet Source 1 %

14 repository.unpkediri.ac.id  
Internet Source 1 %

15 eprints.unsri.ac.id  
Internet Source 1 %



Exclude quotes On

Exclude bibliography On

Exclude matches < 1%