

DAFTAR PUSTAKA

- Abduh, M., Alawiyah, T., Apriansyah, G., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2023). Survey Design: Cross Sectional dalam Penelitian Kualitatif. *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer*.
- ADI, H. P. (2019). *ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI INDUSTRI MEUBEL DIDESA MANGGUNG, KECAMATAN NGEMPLAK*.
- Adi, R. , A. F. dan Yoestini. (2012). *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*. Diponegoro Business Review,.
- Aditya Eko Wibowo. (2019). *PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA SMARTPHONE XIAOMI DI KOTA MAGELANG*. *Jurnal Citra Wodya Edukasi*.
- Agung Setiawan. (2013). Pengaruh Disiplin Kerja Dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada Rumah Sakit Umum Daerah Kanjuruhan Malang. *Jurnal Ilmu Manajemen*.
- Albert. (1986). *Pengantar Teori Konseling*. Ghalia Indonesia.
- Ali dan Asrori. (2011). *Psikologi Remaja Perkembangan Peserta Didik*. Jakarta. Rineka Cipta.
- Amryyanti, R., Sukaatmadja, I. P. G., & Cahya, K. N. (2013). Pengaruh kualitas layanan, produk, dan kewajaran harga terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan pada Inc skin care Singaraja. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*.
- Anggraeni, D. P., Kumadji, S., & Sunarti, S. (2016). *PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN (Survei pada Pelanggan Nasi Rawon di Rumah Makan Sakinah Kota Pasuruan)*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*.
- Anisa, F., & Manurung, H. P. (2021). Pengaruh Desain, Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Sepeda Motor Yamaha N-Max. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis*.
- Arumsari. (2012). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian*. Palembang. Politeknik Negeri Sriwijaya.
- Azhari, M. I., Fanani, D., & Mawardi, M. K. (2015). Pengaruh Customer Experience Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan KFC Kawi Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Azizah, Nurul. dkk. (2013). Analisis Penerapan Environmental Management Accounting (EMA) Sebagai Bentuk Eco-Efficiency Dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Perusahaan (Studi Pada PT. Perkebunan Nusantara X Unit Usaha Pabrik Gula Ngadiredjo Kabupaten Kediri Periode Tahun 2009-2011). *Jurnal Administrasi Bisnis*.

- Balqiah. (2002). *Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening*. Breatdalk Surabaya Town Square.
- Batari, A., Bima, J., & Rahman, Z. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Mobil Ford. *SEIKO: Journal of Management & Business*.
- Caniago, A. (2022). ANALISIS KEPERCAYAAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN. *JURNAL LENTERA BISNIS*.
- Chang, L.-Y., Lee, Y.-J., & Huang, C.-L. (2010). The influence of e-word-of-mouth on the consumer's purchase decision: A case of body care products. *Journal of Global Business Management*.
- Daniel, W. W. (1989). Statistika nonparametrik terapan (Terjemahan Alex Tri Kantjono W). *New York: Hounghyon Mifflin Company*.
- databoks.katadata.co.id. (2022). *Merek Smartphone Paling Favorit di Indonesia (2022)* . Cindy Mutia Annur.
- Deliyanti Oentoro. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*. LaksBang PRESSindo.
- Dewi, M. A. P., & Candradewi, M. R. (2018). Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Struktur Modal Dan Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Unud*.
- Djati Widodo, I. (2005). *Perencanaan dan Pengembangan Produk*. UII Press.
- el Fikri, M. (2018). Dampak strategi pemasaran terhadap keputusan berkunjung dan kepuasan wisatawan ke bumi perkemahan Sibolangit. *Jumant*.
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh kualitas produk, inovasi produk dan promosi terhadap keputusan pembelian produk Hi Jack sandals Bandung. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*.
- Fandy Tjiptono & Anastasia Diana. (2016). *Pemasaran Esesi dan Aplikasi*. Andi Offset.
- Fergian, R., & Amarul, A. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Roti Bakar 88 Kota Serang. *Sains Manajemen: Jurnal Manajemen UNSERA*.
- Ferrinadewi. (2014). *Merek dan Psikologi Konsumen*. Graha Ilmu.
- Ghozali, I. (2017). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang. Badan Penerbit UNDIP.
- Hasril, R. R., Yuliniar, Y., & Pinem, D. B. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Notebook Lenovo. *Prosiding BIEMA (Business Management, Economic, and Accounting National Seminar)*.
- Husein Umar. (2013). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis* . Rajawali.

- Issac. (2000). *Model Antecedents, Behavior, dan Cosequence (ABC) untuk perubahan perilaku*.
- Izzuddin, A., & Muhsin, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*.
- Kanuk, S., & Suryani, D. (2013). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo. *Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*.
- Kim, D. J., Ferrin, D. L., & Rao, H. R. (2008). A trust-based consumer decision-making model in electronic commerce: The role of trust, perceived risk, and their antecedents. *Decision Support Systems*.
- Kotler, P. and G. A. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran: Vol. Jilid 1 (Edisi 13)*. Erlangga.
- Kurniawati, D., & Suharyono, A. K. (2014). *Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan (studi pada pelanggan KFC cabang Kawi Malang)* (Vol. 1). Brawijaya University.
- Lesmana, R., & Ayu, S. D. (2019). Pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah PT Paragon Tehnology And Innovation. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*.
- Lestari, A. D., & Hidayat, I. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt. Globat Jet Express (J&T) Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*.
- Lestari, R., & Nur, M. (2019). *Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Produk My Republic Di Pamulang Tangerang Selatan*.
- Maharani, A. D. (2010). Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Mega Syariah Cabang Semarang. *Semarang: Universitas Diponegoro Semarang*.
- Maimunah, S. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, cita rasa terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen. *IQTISHADEquity Jurnal MANAJEMEN*, 1(2).
- Malik, F. ; Yaqoob. , S. , A. S. A. (2012). *The Impact Of Price Perception, Service Quality, And Brand Image On Customer Loyalty (Study of Hospitally Industry In Pakistan)* *Interdisciplinary Journal Of Contemporary research In busines*.
- Mananoma, C. L. P., Kawengian, D. D. v, & Kalangi, J. S. (2020). Peran Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun Kepercayaan Pembeli Perumahan Holland Village Paniki. *ACTA DIURNA KOMUNIKASI*.
- Maryanto, E. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Word of Mouth Terhadap Minat Beli Ulang melalui Kepuasan Konsumen Pada Mahasiswa Esa Unggul Pengguna Iphone. *PAPATUNG: Jurnal Ilmu Administrasi Publik, Pemerintahan Dan Politik*.

- Montung, P. (2015). Pengaruh kualitas produk, kualitas layanan dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan di restoran kawan baru. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*.
- Nainggolan, N. P. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK, KELENGKAPAN PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT INTERNATIONAL HARDWARE INDO DI KOTA BATAM. *SCIENTIA JOURNAL: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*.
- Nastiti, A., & Astuti, S. R. T. (2019). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Layanan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Taksi New Atlas Di Kota Semarang. *Diponegoro Journal Of Management*.
- Neupane, R. (2015). The effects of brand image on customer satisfaction and loyalty intention in retail super market chain UK. *International Journal of Social Sciences and Management*.
- Nuridin, S. E., & Imanda, N. (2018). PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PRODUK FASHION PADA ONLINE SHOP YELLOW FACY JEANS MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*.
- PAKERTI, P. L. (2017). LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN (PKL) PADA PT FSCM ANUFACTURING INDONESIA.
- Perwitasari, Z., & Ds, A. H. (2018). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN TEH BOTOL SOSRO (Studi Kasus Pada Konsumen Teh Botol Sosro Yang Melakukan Pembelian Di Indomaret Kelurahan Tembalang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*.
- Putra, G. P., Arifin, Z., & Sunarti, S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Angkatan 2013 Dan 2014 Universitas Brawijaya Yang Melakukan Pembelian Paket Data Kampus). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*.
- PUTRI, M. C. (n.d.). DETERMINAN HARGA, PROMOSI, KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA ONLINESHOP MAYANG COLLECTION.
- Putro, S. W. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden. *Jurnal Strategi Pemasaran*.
- Ramadhany, D. P., Lopian, J. S., & Djemly, W. (2021). KUALITAS PELAYANAN DAN BAURAN PEMASARAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI ALFAMRT SINDULANG MANADO. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*.
- Rizan, M., Saidani, B., & Sari, Y. (2012). Pengaruh brand image dan brand trust terhadap brand loyalty teh botol sosro survei konsumen teh botol sosro di food court itc cempaka mas, jakarta timur. *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*.

- Rumastari, R. P., & Sunindyo, A. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Ngesrep Semarang). *Keunis*.
- Sari, A. C. M., & Lestariningsih, M. (2021). Pengaruh Promosi dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Aplikasi Shopee (Studi Pada Mahasiswa Stiesia Surabaya). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*.
- SAYLENDRA, W. (2022). *Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pakaian Second Di Pasar Beringharjo DI Yogyakarta*.
- Schiffman, L. & K. L. L. (2007). *Consumer Behaviour 7 th. Edition. (Perilaku Konsumen)*. PT. Indeks .
- Setiawan, A. (2013). Pengaruh disiplin kerja dan motivasi terhadap kinerja karyawan pada rumah sakit umum daerah kanjuruhan malang. *Jurnal Ilmu Manajemen*.
- Shafitri, M., Ariani, L., & Nobelson, N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Smartphone Vivo. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*.
- Sianipar, G. J. M. (2019). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PENGGUNA JASA TRANSPORTASI OJEK ONLINE (Studi Pada Pelanggan GrabBike Di Kota Medan). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. CV Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*,. Pustaka Baru Press.
- Supranto. J. (2001). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikan Pangsa Pasar: Vol. Jilid 1*. Rineka Cipta Jakarta.
- Suri, R., & Monroe, K. B. (2003). The effects of time constraints on consumers' judgments of prices and products. *Journal of Consumer Research*.
- Tatangin, A. E., Ogi, I. W. J., & Loindong, S. S. R. (2017). Pengaruh Servicescape Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Mie Medan 99 Manado. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*.
- Titing, A. S., & Sriwahyuni, E. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Vivo (Studi Kasus pada Ziola Aneka Jaya Kolaka). *ASSET: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*.
- Wibowo, S. E., Ruswanti, E., Januarko, U., Ekonomi, F., Unggul, U. E., & Jeruk, K. (2013). Pengaruh persepsi kualitas pelayanan terhadap niat pembelian ulang pada Toko Buku Gramedia Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi*.
- Wong, D. (2017). Pengaruh ability, benevolence dan integrity terhadap trust, serta implikasinya terhadap partisipasi pelanggan e-commerce: studi kasus pada

pelanggan e-commerce di UBM. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT.*



Lampiran 1
KUESIONER

KUESIONER PENELITIAN

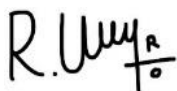
**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, CITRA MERK
DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN SMARTPHONE IPHONE TIPE X DI JAKARTA**

Hormat saya,
Resty Nurriszky Oktiawati

Perkenalkan nama saya Resty Nurriszky Oktiawati, mahasiswi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional Jakarta. Dalam hal ini saya sedang melakukan penelitian untuk menyusun tugas akhir dengan judul **“pengaruh kualitas produk, persepsi harga, citra merk, dan kepercayaan konsumen terhadap kepuasan konsumen smartphone Iphone Tipe X di Jakarta”**

Oleh karena itu, untuk mendukung keberhasilan pelaksanaan penelitian ini, saya memohon kesediaan bapak/ibu/saudara/i untuk mengisi daftar pernyataan yang saya ajukan dalam kuesioner ini. Kesediaan bapak/ibu/saudara/i merupakan bantuan yang sangat berarti bagi saya, semua keterangan yang bapak/ibu/saudara/i berikan bersifat rahasia dan tidak akan disebar luaskan. Atas kesediaan bapak/ibu/saudara/i dalam meluangkan waktu untuk memberikan keterangan dalam kuesioner ini, saya ucapkan terimakasih yang sebanyak-banyaknya.

Hormat Saya,



Resty Nurriszky Oktiawati

A. Profil Responden

Berilah tanda *check list* untuk setiap jawaban yang telah digolongkan oleh peneliti dan menuliskan keterangan yang menurut anda paling sesuai dengan diri anda:

1. Nama Responden :
2. Email :
3. Jenis Kelamin : Perempuan
 Laki-Laki
4. Usia : 17-20 Tahun
 21-30 Tahun
 31-30 Tahun
 >40 tahun
5. Domisili : Dki Jakarta
 Luar Jakarta
6. Jenis Pekerjaan : Mahasiswa/pelajar
 Karyawan
 Wiraswasta
 Pegawai Negri
 Yang Lain:
7. Pernah Menggunakan Iphone Tipe X?
 Ya Tidak
8. Tipe Iphone Yang Digunakan
9. Iphone X Iphone 11 Yang Lain:
10. Berapa Lama Menggunakan Smartphone Iphone Tipe X?
 <1 Tahun 1 Tahun > 5 Tahun

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 :

- | | |
|-------------------------------|------------------------|
| 1 = Sangat Tidak Setuju (STS) | 4 = Setuju (S) |
| 2 = Tidak Setuju (TS) | 5 = Sangat Setuju (SS) |
| 3 = Netral (N) | |

Kualitas Produk (X1)

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
Fiture						
1	fitur yang ada pada smartphone merk Iphone Tipe X sangat modern					
Kesan kualitas						
2	Smartphone Iphone Tipe X memiliki kualitas sesuai yang dijanjikan					
Ketahanan						
3	Smartphone Iphone Tipe X merupakan produk yang tidak cepat rusak					
Kemudahan perbaikan						
4	Service center dapat dengan mudah ditemui					

Persepsi Harga (X2)

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
Keterjangkauan Harga						
1	Harga produk yang ditawarkan pada smartphone Iphone Tipe X dapat terjangkau					
Kesesuaian Harga dan Kualitas Produk						
2	Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan					
Kesesuaian Harga Dengan Manfaat						
3	Manfaat yang diberikan smartphone Iphone Tipe X sudah sesuai dengan harga yang saya bayarkan					
Harga Sesuai Kemampuan atau Daya Saing Harga						
4	Harga smartphone Iphone Tipe X sesuai dengan target pasarnya					

Citra Merk(X3)

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
Kekuatan Asosiasi Merk						
1	Smartphone Iphone Tipe X terkenal sebagai smartphone yang branded					
Keuntungan Asosiasi Merk						
2	Smartphone Iphone Tipe X selalu paling update					
Keunikan Asosiasi Merk						
3	Smartphone Iphone Tipe X mudah di ingat					

Kepercayaan Konsumen (X4)

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
Keandalan						
1	Menurut saya kemampuan karyawan smartphone Iphone Tipe X dapat dipercaya					
Kepedulian						
2	Menurut saya konten informasi smartphone Iphone Tipe X akurat					
Kejujuran						
3	Menurut saya informasi yang diberikan smartphone Iphone Tipe X dapat dipercaya					
Kredibilitas						
4	Gerai Iphone Tipe X memberikan keamanan dalam bertransaksi					

Kepuasan Konsumen (Y)

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
Tidak Berniat Untuk Pindah						
1	Walaupun teman dekat saya merekomendasikan merk smartphone lain, preferensi saya terhadap smartphone Iphone Tipe X tidak akan berubah					
Minat Berkunjung Kembali						
2	Saya berniat untuk terus menggunakan merk smartphone Iphone Tipe X					
Kesediaan Merekomendasikan						
3	Saya merekomendasikan smartphone Iphone Tipe X kepada teman dan keluarga saya					



Lampiran 2

Tabulasi Tanggapan Responden

Kualitas Produk (X1)

No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Rata-Rata
1	4	4	4	4	4
2	5	5	5	5	5
3	4	4	4	3	4
4	5	4	3	2	4
5	4	5	4	4	4
6	4	4	3	4	4
7	4	4	2	3	3
8	4	4	3	4	4
9	4	4	2	4	4
10	4	4	2	2	3
11	5	5	5	1	4
12	4	4	4	4	4
13	3	4	4	4	4
14	4	4	3	3	4
15	5	5	5	5	5
16	4	4	3	4	4
17	4	4	4	4	4
18	5	5	4	5	5
19	4	5	4	4	4
20	4	4	4	4	4
21	4	5	5	5	5
22	5	5	3	4	4
23	5	5	5	5	5
25	4	4	3	4	4
25	4	4	3	3	4
26	4	4	3	5	4
27	5	4	4	5	5
28	5	4	2	4	4
29	4	4	3	4	4
30	4	4	4	4	4
31	4	4	4	4	4
32	4	5	5	5	5
33	5	5	3	5	5
34	1	1	1	4	2
35	4	4	4	4	4
36	4	4	3	3	4
37	4	4	4	4	4
38	4	4	4	4	4
39	3	4	3	4	4
40	4	4	4	4	4
41	4	3	2	2	3
42	4	4	3	4	4
43	4	5	3	3	4
44	4	4	4	4	4

No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Rata-Rata
45	5	4	3	3	4
46	4	4	4	4	4
47	4	4	4	4	4
48	4	4	3	3	4
49	4	4	3	3	4
50	4	4	3	3	4
51	5	5	4	4	5
52	5	5	4	4	5
53	3	5	3	4	4
54	4	4	4	4	4
55	3	4	4	3	4
56	5	5	5	5	5
57	5	4	4	4	4
58	4	3	3	3	3
59	5	3	3	3	4
60	5	4	3	5	4
61	4	4	3	3	4
62	5	4	4	3	4
63	4	4	4	4	4
64	5	4	4	4	4
65	3	4	3	3	3
66	4	3	3	3	3
67	5	4	4	3	4
68	4	3	2	2	3
69	5	5	5	5	5
70	4	5	4	5	5
71	4	4	4	4	4
72	4	4	4	4	4
73	4	4	4	4	4
74	5	4	4	4	4
75	1	1	1	1	1
76	4	4	4	4	4
77	5	5	4	4	5
78	5	5	2	5	4
79	4	4	4	4	4
80	4	4	2	3	3
81	5	5	3	4	4
82	5	5	5	5	5
83	5	5	5	5	5
84	5	5	3	5	5
85	5	5	4	4	5
86	5	4	4	4	4
87	5	5	3	4	4
88	4	4	4	5	4
89	3	3	2	3	3
90	5	5	3	5	5
91	4	4	2	3	3
92	5	5	4	5	5
93	5	5	4	4	5

No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Rata-Rata
94	5	5	3	4	4
95	4	5	3	4	4
96	4	5	5	4	5
97	4	3	3	3	3
98	5	5	5	5	5
99	4	4	4	4	4
100	5	5	5	5	5

Persepsi Harga (X2)

No	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Rata-Rata
1	4	4	4	4	4
2	5	5	4	4	5
3	3	4	5	4	4
4	2	3	3	4	3
5	4	4	5	5	5
6	3	4	4	3	4
7	1	4	3	1	2
8	3	5	4	4	4
9	3	4	4	4	4
10	3	4	5	4	4
11	1	5	5	5	4
12	4	4	4	4	4
13	3	3	3	4	3
14	2	4	4	3	3
15	5	5	5	5	5
16	3	4	4	4	4
17	4	4	4	4	4
18	4	4	5	5	5
19	4	5	4	5	5
20	3	4	4	4	4
21	5	5	5	5	5
22	2	5	5	3	4
23	5	5	5	5	5
25	3	5	5	5	5
25	3	4	4	3	4
26	4	5	4	5	5
27	5	5	5	5	5
28	2	3	3	4	3
29	3	4	3	3	3
30	4	4	4	4	4
31	2	4	4	4	4
32	3	4	4	4	4
33	3	5	4	4	4
34	3	4	4	4	4
35	4	4	4	4	4
36	3	3	3	3	3
37	4	4	4	4	4

No	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Rata-Rata
38	4	4	4	4	4
39	2	4	3	2	3
40	4	4	4	4	4
41	2	3	3	3	3
42	3	4	4	4	4
43	2	3	4	4	3
44	2	4	4	4	4
45	3	5	4	3	4
46	4	4	4	4	4
47	3	4	4	4	4
48	3	3	4	4	4
49	3	3	3	3	3
50	3	4	4	4	4
51	3	4	4	5	4
52	3	4	4	5	4
53	3	5	4	3	4
54	4	4	4	4	4
55	3	4	4	4	4
56	5	5	5	5	5
57	4	5	4	3	4
58	3	4	4	3	4
59	3	4	4	3	4
60	2	4	5	4	4
61	2	4	4	4	4
62	2	5	4	4	4
63	3	4	4	4	4
64	3	4	5	4	4
65	2	3	3	3	3
66	4	4	5	4	4
67	3	4	4	4	4
68	3	5	4	4	4
69	5	5	5	5	5
70	5	5	5	5	5
71	2	4	4	4	4
72	4	4	4	4	4
73	5	4	4	4	4
74	2	3	4	4	3
75	1	1	1	1	1
76	2	4	3	3	3
77	4	4	4	4	4
78	5	5	5	5	5
79	4	4	4	4	4
80	3	4	4	5	4
81	3	4	4	4	4
82	4	5	4	4	4
83	4	5	5	4	5
84	4	5	5	5	5
85	4	5	5	4	5
86	3	3	3	4	3

No	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Rata-Rata
87	3	3	3	4	3
88	3	5	5	5	5
89	2	2	2	2	2
90	3	5	5	5	5
91	2	3	4	3	3
92	4	4	4	4	4
93	3	4	3	4	4
94	4	5	4	5	5
95	4	4	4	3	4
96	1	5	4	4	4
97	3	3	3	3	3
98	2	4	4	4	4
99	4	4	4	4	4
100	5	5	5	5	5

CITRA MERK (X3)

No	X3.1	X3.2	X3.3	Rata-Rata
1	5	4	5	5
2	4	5	5	5
3	4	4	5	4
4	5	5	5	5
5	4	4	4	4
6	4	4	3	3
7	4	4	4	4
8	4	4	4	4
9	4	3	5	4
10	5	5	5	5
11	4	4	4	4
12	4	4	4	4
13	4	3	4	4
14	5	5	5	5
15	5	4	5	5
16	4	4	4	4
17	5	5	5	5
18	4	4	5	5
19	4	3	4	4
20	5	5	5	5
21	5	5	5	5
22	5	5	5	5
23	5	4	5	5
25	4	3	4	4
25	5	4	5	5
26	5	5	4	5
27	4	5	4	4
28	4	4	4	4
29	4	4	4	4
30	2	2	4	3

No	X3.1	X3.2	X3.3	Rata-Rata
31	5	3	5	4
32	5	3	4	4
33	4	4	4	4
34	4	4	4	4
35	4	4	5	4
36	4	4	4	4
37	4	4	4	4
38	5	5	5	4
39	4	4	4	4
40	5	4	4	4
41	5	4	5	5
42	5	5	4	5
43	4	4	4	4
44	5	5	5	5
45	4	4	4	4
46	5	4	5	5
47	5	4	5	5
48	4	4	4	4
49	4	4	4	4
50	4	4	4	4
51	5	5	5	5
52	4	4	4	4
53	4	4	4	4
54	4	3	4	4
55	5	5	5	5
56	4	4	4	4
57	4	4	3	4
58	4	4	5	4
59	5	4	5	5
60	4	3	4	4
61	5	4	4	4
62	3	2	5	4
63	5	5	5	5
64	4	5	4	4
65	3	4	4	4
66	4	4	4	4
67	4	3	3	4
68	5	5	5	5
69	4	2	4	4
70	4	4	4	4
71	4	4	4	4
72	4	4	4	4
73	5	3	4	4
74	1	1	1	1
75	4	4	4	4
76	5	4	4	4
77	5	5	5	5
78	4	4	4	4
79	5	4	5	5

No	X3.1	X3.2	X3.3	Rata-Rata
80	4	4	4	4
81	5	5	5	5
82	5	5	5	5
83	5	5	5	5
84	5	5	5	5
85	5	4	5	5
86	5	5	5	5
87	5	2	5	4
88	4	3	3	3
89	5	5	5	5
90	4	4	3	4
91	5	5	5	5
92	5	4	5	5
93	5	5	5	5
94	3	3	4	3
95	5	2	5	4
96	3	3	3	3
97	4	4	5	4
98	2	4	4	4
99	5	5	5	5
100	5	5	5	5

Kepercayaan Konsumen (X4)

No	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	Rata-Rata
1	4	4	4	4	4
2	4	4	4	3	4
3	4	5	4	5	5
4	4	4	3	3	4
5	4	4	4	5	4
6	3	3	3	4	3
7	2	2	3	3	3
8	4	4	4	4	4
9	4	4	4	4	4
10	4	3	3	4	4
11	5	5	5	5	5
12	4	4	4	4	4
13	2	2	3	4	3
14	3	3	3	4	3
15	5	5	5	5	5
16	4	3	3	4	4
17	4	4	4	4	4
18	4	4	4	4	4
19	4	4	4	4	4
20	3	4	4	3	4
21	5	5	5	5	5
22	5	5	5	5	5
23	5	5	5	5	5

No	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	Rata-Rata
25	4	4	4	3	4
25	3	3	3	4	3
26	3	5	4	5	4
27	5	5	4	5	5
28	4	4	4	4	4
29	4	4	4	4	4
30	4	4	4	4	4
31	4	2	2	2	3
32	3	4	3	3	3
33	3	3	3	5	4
34	4	4	4	4	4
35	4	4	4	4	4
36	4	4	5	5	5
37	4	4	4	4	4
38	4	4	4	4	4
39	2	3	3	4	3
40	4	4	4	4	4
41	3	3	3	3	3
42	4	4	4	4	4
43	3	4	3	3	3
44	4	2	2	4	3
45	3	2	3	3	3
46	4	4	4	4	4
47	4	4	4	4	4
48	4	3	3	4	4
49	3	3	3	4	3
50	3	3	4	4	4
51	3	3	3	3	3
52	4	4	4	5	4
53	3	3	3	5	4
54	4	5	5	5	5
55	3	3	3	4	3
56	5	5	5	5	5
57	4	4	4	4	4
58	3	4	3	4	4
59	3	3	3	3	3
60	4	5	4	5	5
61	3	3	4	4	4
62	5	4	4	4	4
63	3	4	4	4	4
64	5	5	4	5	5
65	3	3	3	3	3
66	5	3	4	5	4
67	4	4	4	4	4
68	3	4	3	4	4
69	5	5	5	5	5
70	4	4	4	4	4
71	4	4	4	4	4
72	4	3	4	4	4

No	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	Rata-Rata
73	4	4	4	4	4
74	4	2	4	5	4
75	1	1	1	1	1
76	3	4	3	4	4
77	4	3	3	4	4
78	5	5	5	5	5
79	4	4	4	4	4
80	3	3	3	4	3
81	4	4	4	4	4
82	5	5	5	5	5
83	5	5	5	5	5
84	4	5	5	5	5
85	4	4	4	4	4
86	4	3	4	4	4
87	3	4	4	4	4
88	3	3	5	5	4
89	3	3	3	3	3
90	5	5	5	5	5
91	3	4	4	4	4
92	4	4	4	4	4
93	4	4	4	4	4
94	5	5	4	5	5
95	4	4	4	4	4
96	2	4	4	4	4
97	3	3	3	3	3
98	3	4	4	3	4
99	4	4	4	4	4
100	5	5	5	5	5

Kepuasan Konsumen (Y)

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

No	Y.1	Y.2	Y.3	Rata-Rata
17	4	4	4	4
18	4	4	5	4
19	4	4	4	4
20	3	4	4	4
21	5	5	5	4
22	5	5	5	5
23	5	5	5	5
25	3	3	3	5
25	4	3	3	3
26	4	4	5	4
27	4	4	5	5
28	3	3	2	4
29	3	4	3	3
30	4	4	4	4
31	2	2	2	4
32	4	5	3	2
33	3	3	4	4
34	4	4	4	4
35	4	4	4	4
36	4	4	4	4
37	4	4	4	4
38	4	4	4	4
39	3	4	4	4
40	4	4	4	4
41	5	5	5	4
42	3	3	4	5
43	3	3	3	3
44	4	4	4	3
45	4	4	3	4
46	4	4	4	4
47	4	4	4	4
48	4	3	4	4
49	3	3	3	4
50	3	4	4	3
51	5	5	5	4
52	5	5	4	5
53	4	4	4	5
54	4	5	5	4
55	4	3	3	5
56	5	5	5	4
57	4	5	4	5
58	5	4	4	4
59	4	4	4	4
60	5	5	4	4
61	3	3	3	5
62	4	4	4	3
63	3	4	4	4
64	5	5	5	4
65	3	2	3	5

No	Y.1	Y.2	Y.3	Rata-Rata
66	4	3	4	3
67	4	4	3	4
68	4	4	2	4
69	5	5	5	4
70	2	2	2	5
71	4	4	4	3
72	4	4	4	4
73	5	4	4	4
74	4	5	3	5
75	1	1	1	3
76	3	3	3	2
77	5	5	4	3
78	5	5	5	5
79	4	4	4	5
80	4	4	4	4
81	5	3	3	4
82	5	5	5	4
83	5	5	5	5
84	4	5	5	5
85	5	5	4	5
86	3	4	4	5
87	3	3	3	4
88	5	5	3	4
89	3	3	3	4
90	5	5	5	4
91	4	3	4	5
92	4	4	4	4
93	4	4	4	4
94	3	3	3	4
95	5	5	3	3
96	4	4	4	4
97	3	3	3	4
98	4	4	3	3
99	4	4	4	4
100	5	5	5	5

Lampiran 3
DATA OUTPUT SPSS

Uji Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1.1	100	1	5	4.25	.744
X1.2	100	1	5	4.21	.743
X1.3	100	1	5	3.54	.915
X1.4	100	1	5	3.86	.876
X2.1	100	1	5	3.22	1.011
X2.2	100	1	5	4.11	.751
X2.3	100	1	5	4.04	.724
X2.4	100	1	5	3.94	.814
X3.1	100	1	5	4.33	.739
X3.2	100	1	5	4.02	.841
X3.3	100	1	5	4.36	.689
X4.1	100	1	5	3.77	.815
X4.2	100	1	5	3.80	.865
X4.3	100	1	5	3.81	.761
X4.4	100	1	5	4.08	.748
Y.1	100	1	5	3.96	.828
Y.2	100	1	5	3.97	.870
Y.3	100	1	5	3.83	.877
Valid N (listwise)	100				

Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.277	1.161		-.238	.812		
	Kualitas Produk	.062	.091	.069	.684	.496	.447	2.236
	Persepsi Harga	.120	.098	.139	1.229	.222	.361	2.773
	Citra Merk	.336	.116	.275	2.906	.005	.513	1.949
	Kepercayaan Konsumen	.319	.096	.377	3.333	.001	.359	2.783

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Uji Validitas

Correlations

		Kualitas Produk	Persepsi Harga	Citra Merk	Kepercayaan Konsumen	Kepuasan Konsumen
Kualitas Produk	Pearson Correlation	1	.684**	.611**	.617**	.565**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Persepsi Harga	Pearson Correlation	.684**	1	.537**	.747**	.616**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Citra Merk	Pearson Correlation	.611**	.537**	1	.641**	.634**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Kepercayaan Konsumen	Pearson Correlation	.617**	.747**	.641**	1	.700**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Kepuasan Konsumen	Pearson Correlation	.565**	.616**	.634**	.700**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

Uji Realibilitas

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	55.25	70.088	.722	.875
Persepsi Harga	55.79	67.077	.772	.864
Citra Merk	58.40	80.667	.701	.883
Kepercayaan Konsumen	55.65	64.836	.806	.856
Kepuasan Konsumen	59.35	73.543	.733	.873

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.54707350
Most Extreme Differences	Absolute	.123
	Positive	.111
	Negative	-.123
Test Statistic		.123
Asymp. Sig. (2-tailed)		.001 ^c
Exact Sig. (2-tailed)		.089
Point Probability		.000

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

Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.277	1.161		-.238	.812		
	Kualitas Produk	.062	.091	.069	.684	.496	.447	2.236
	Persepsi Harga	.120	.098	.139	1.229	.222	.361	2.773
	Citra Merk	.336	.116	.275	2.906	.005	.513	1.949
	Kepercayaan Konsumen	.319	.096	.377	3.333	.001	.359	2.783

- a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.750 ^a	.563	.545	1.579	2.035

- a. Predictors: (Constant), Kepercayaan Konsumen, Kualitas Produk, Citra Merk, Persepsi Harga
 b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Uji Heteroskedatisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.560	.834		1.870	.065		
	Kualitas Produk	.021	.065	.048	.320	.750	.447	2.236
	Persepsi Harga	.028	.070	.066	.395	.694	.361	2.773
	Citra Merk	.065	.083	.109	.782	.436	.513	1.949
	Kepercayaan Konsumen	-.136	.069	-.331	-1.981	.051	.359	2.783

a. Dependent Variable: absres

Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	305.290	4	76.322	30.600	.000 ^b
	Residual	236.950	95	2.494		
	Total	542.240	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Kepercayaan Konsumen, Kualitas Produk, Citra Merk, Persepsi Harga

Uji R²

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.750 ^a	.563	.545	1.579	2.035

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan Konsumen, Kualitas Produk, Citra Merk, Persepsi Harga

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Uji t**Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.277	1.161		-.238	.812		
	Kualitas Produk	.062	.091	.069	.684	.496	.447	2.236
	Persepsi Harga	.120	.098	.139	1.229	.222	.361	2.773
	Citra Merk	.336	.116	.275	2.906	.005	.513	1.949
	Kepercayaan Konsumen	.319	.096	.377	3.333	.001	.359	2.783

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen



Lampiran 4

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
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

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 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
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75

Lampiran 7

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



UNIVERSITAS NASIONAL

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

S1- Manajemen, S1- Akuntansi, dan S1- Pariwisata

JL. Sawo Manila No. 61 Pejaten, Pasar Minggu, Jakarta 12520 Telp. (021) 78833307, 7806700 (Hunting) Fax. 7802718,
7802719

P.O. Box 4741 Jakarta 12047 Homepage : <http://www.unas.ac.id> E-mail : febunas49@gmail.com

KONSULTASI BIMBINGAN

Npm : 193402516148

Nama : Resty Nurriszky Oktiawati

Program Studi: Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

KONSULTASI PEMBIMBING PROPOSAL

Tanggal	Materi Konsultasi	Status
18 Oktober 2022	Mapping Jurnal untuk menentukan variable	sudah Ditanggapi
24 Oktober 2022	Bimbingan bab I	Sudah Ditanggapi
31 Oktober 2022	Bimbingan bab II	Sudah Ditanggapi
07 November 22	Bimbingan bab III	Sudah Ditanggapi
11 November 22	Hasil revisi bab III	Sudah Ditanggapi

KONSULTASI PEMBIMBING TUGAS AKHIR

Tanggal	Materi Konsultasi	Status
1 Desember 2022	Kuesioner	Sudah Ditanggapi
4 Desember 2022	Kuesioner	Sudah Ditanggapi
10 Desember 2022	Hasil kuesioner dan tabulasi	Sudah Ditanggapi
24 Januari 2023	Bimbingan bab IV	Sudah Ditanggapi
28 Januari 2023	Bimbingan bab V	Sudah Ditanggapi
30 Januari 2023	Full Tugas Akhir	Sudah Ditanggapi



Cek TA Sidang Resty

ORIGINALITY REPORT

21 %	22 %	2 %	6 %
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	5 %
2	repository.uinib.ac.id Internet Source	4 %
3	mohmahsun.blogspot.com Internet Source	2 %
4	repository.ar-raniry.ac.id Internet Source	2 %
5	eprints.upnyk.ac.id Internet Source	1 %
6	repository.unimar-amni.ac.id Internet Source	1 %
7	journal.ikopin.ac.id Internet Source	1 %
8	epub.imandiri.id Internet Source	1 %
9	eprints.poltektegal.ac.id Internet Source	1 %

10	e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id Internet Source	1 %
11	eprints.uny.ac.id Internet Source	1 %
12	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	1 %
13	pt.scribd.com Internet Source	1 %
14	repository.usd.ac.id Internet Source	1 %
15	eprints.radenfatah.ac.id Internet Source	1 %
Exclude quotes <input type="checkbox"/> On		Exclude matches < 1%
Exclude bibliography <input type="checkbox"/> On		

