

DAFTAR PUSTAKA

- Adnyana, D. G. A., & Suprapti, N. W. S. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Gojek Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(11). <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v07.i11.p09>
- Aisah, N., & Sudaryanto, B. (2022). Analisis Pengaruh Customer Relationship Management Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pengguna Go-Pay Pada Aplikasi Go-Jek Di Kota Semarang). *Journal of Management ISSN (Online)*: 2337-3792, 4(2).
- Andriani, W., & Batu, R. L. (2022). *Pengaruh Kepercayaan Konsumen Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Menggunakan Jasa Transportasi Online Go-Jek Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Pengguna GoJek Di Kabupaten Karawang)*. 10.
- 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). <https://doi.org/10.26740/jupe.v8n3.p86-94>
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Edisi Revi). PT. Rineka Cipta : Jakarta.
- Assauri, S. (2017). *Manajemen Pemasaran : Dasar, Konsep & Strategi* (Cetakan ke). Rajawali Pers : Jakarta.
- Bakhtiar, F., Farild, M., & Wahyudi. (2022). Pengaruh harga dan promosi terhadap loyalitas transportasi ojek online. *Study of Scientific and Behavioral Management (SSBM)*, 3(1).
- Bayuningrat, L., Handono, & Widayanto. (2013). Pelanggan Terhadap Loyalitas Pengguna jasa Transportasi Taksi New Atlas kota Semarang. *Journal of Social and Politic Diponegoro*.
- Darwin, S., & Kunto, Y. S. (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).
- 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).
- Farida, I., Tarmizi, A., & November, Y. (2016). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Gojek Online. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 1(1).
- Farisi, S., & Siregar, Q. R. (2020). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online di Kota Medan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(1). <https://doi.org/10.30596/maneggio.v3i1.4941>
- Ferdinand, A. (2013). *Metode Penelitian Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro : Semarang.
- Fian, J. Al, & Yuniarti, T. (2016). Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Auto 2000 Sungkono Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(6).
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro : Semarang.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Jilid 1). Erlangga : Jakarta.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2010). *Manajemen Pemasaran Edisi Tiga Belas Bahasa Indonesia* (Jilid 1 &). Erlangga : Jakarta.
- Lovelock, C. H., & Wright, L. K. (2005). *Manajemen Pemasaran Jasa*. PT Indeks : Jakarta.
- Lupiyoadi, R. (2008). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat : Jakarta.
- Maisaroh, R., & Nurhidayati, M. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Toko Stars Madiun 2. *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*, 1(2). <https://doi.org/10.21154/niqosiya.v1i2.282>
- Maliyah, S. (2015). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan (Trust) dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Henan Putihrai Asset Management. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis, Vol 1*.
- Manap, A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Mitra Wacana Media.
- Model Antecedents, Behavior dan Consequences (ABC) untuk Perubahan Perilaku. (2016). *Proxis East*.
- Mullins, J. W., C, O., & Jr, W. (2013). *Marketing Management : A Strategic Decision - Making Approach* (8th Ed). McGraw-Hill International Edition.
- Naomi, P. E., Baraba, R. &, & Saputra, M. H. (2016). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Memilih Berbelanja Secara Online (Studi Pada Pengguna Situs Jual Beli Online

- Kaskus.co.id di Purworejo). *Jurnal SEGMEN: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 12(1D).
- Notoatmodjo, S. (2018). *Metode Penelitian Kesehatan*. Rineka Cipta : Jakarta.
- Pangaila, P. A., Worang, F. G., & Wenas, R. S. (2018). Pengaruh Kualitas pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Aplikasi Gojek (Studi Pada Pengguna Layanan Go-Ride Di Kota Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4).
- Payne, A. (2014). *Pemasaran Jasa : The Essence of Service Marketing*. Andi : Yogyakarta.
- Pramita, R. (2021). Pengaruh Perceived Ease of Use, Customer Engagement, Dan Promosi Terhadap Loyalitas. *Jurnal Penelitian Manajemen*.
- Priyatno, D. (2014). *Mandiri Belajar Analisis Data dengan SPSS*. Medikom : Yogyakarta.
- PT Grab Indonesia. (2022). *Grab Indonesia Pertumbuhan Mitra Grab Driver Merata Hingga Seluruh Indonesia*. <https://www.grab.com/id/blog/driver/grab-indonesia-pertumbuhan-mitra-grab-driver-merata-hingga-ke-seluruh-indonesia/#:~:text=Awal Mula Grab di Indonesia,aplikasi untuk mendapatkan layanan tersebut>.
- Putri, Y. L. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Persepsi Pada Pelanggan Dian Comp Ambarawa). *Among Makarti*, 10(1). <https://doi.org/10.52353/ama.v10i1.147>
- Rahman, S., Rika, Santoso, P. H., & Setyawan, O. (2022). Analisis Pengaruh Persepsi Harga , Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Transportasi Online (Studi Kasus Pada Pengguna Gojek di Pekanbaru). *Jurnal BANSI (Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi)*, 2(1).
- Ramadhan, M. A. F. (2019). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan, Dan Komitmen Terhadap Loyalitas Pelanggan Aplikasi Transportasi Online Gojek Di Kota Malang. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIMMU)*, 4(2). <https://doi.org/10.33474/manajemen.v4i2.3733>
- Sandika, D. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen Gojek di Yogyakarta*. 66.
- Santoso, E. B., & Samboro, J. (2017). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Adbis: Jurnal Administrasi Dan Bisnis*, 11(1).
- Saputri, R. S. D. (2019). Terhadap Loyalitas Pelanggan Grab Semarang. *Journal of Strategic Communication*, 10(1).
- Septiani, R. (2020). Pengaruh E-Service Quality, Persepsi Harga, dan Promosi Penjualan

- Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Jasa Transportasi Online Gojek di Yogyakarta). *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 10(2). <https://doi.org/10.12928/fokus.v10i2.2886>
- Shinta, A. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Universitas Brawijaya Press : Malang.
- Sugiono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta : Bandung.
- Swastha, B., & Irawan. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern* (Edisi 2). Liberty : Yogyakarta.
- Thung, F. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Mitra Gojek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Bina Manajemen*, 8.
- Tjiptono, F. (2011). *Manajemen dan Strategi Merek*. Andi Offset : Yogyakarta.
- Top Brand Award*. (2022). <https://www.topbrand-award.com/>
- Tranter, B., & Skrbis, Z. (2009). Trust and confidence: A study of young Queenslanders. *Australian Journal of Political Science*, 44(4). <https://doi.org/10.1080/10361140903296560>
- Wendha, A. A. A. P., Rahyuda, I. K., & Suasana, I. G. A. G. (2013). Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Garuda Indonesia Di Denpasar. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis, Dan Kewirausahaan*, 7(1).
- Widnyani, N. M., Rettobjaan, V. C., & Aristayudha, A. A. N. B. (2020). Pengaruh Harga, Promosi Dan Inovasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Gojek (Studi Kasus Pada Universitas Bali Internasional). *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 5(2). <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/manajemen/article/view/2792>

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Assalammualaikum wr wb
Selamat Pagi/Siang/Malam

Perkenalkan nama saya Serly Irawati, mahasiswi Universitas Nasional, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen. Dalam hal ini saya sedang melakukan penelitian dalam penyusunan Tugas Akhir yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Persepsi Harga, Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Layanan Ojek Online Di Aplikasi Grab”**

Dengan ini saya memohon kepada bapak/ibu/saudara/i untuk memberikan jawaban sesuai yang dirahasiakan. Kuesioner berhubungan dengan persepsi anda sebagai customer Grab. Saya akan menjaga data yang bapak/ibu/saudara/i berikan. Terima kasih 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.



Hormat saya,

Serly Irawati

e) **Identitas Responden**

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

1. Nama Responden :
2. Jenis Kelamin : Pria
 Wanita
3. Usia : 17-20 tahun
 20-30 tahun
 30-40 tahun
 >40 tahun
4. Domisili : DKI Jakarta
 Luar Jakarta
5. Jenis Pekerjaan : Mahasiswa/Pelajar
 Karyawan
 Wiraswasta
 Pegawai Negeri
 Lainnya
6. Pernah melakukan perjalanan menggunakan aplikasi Grab ?
 Ya Tidak
7. Berapa kali dalam sebulan anda melakukan perjalanan menggunakan aplikasi Grab?
 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. Berikut merupakan keterangan alternatif jawaban :

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Netral (N)

4 = Setuju (S)

5 = Sangat Setuju (SS)

Lembar Kuesioner

1. Kualitas Pelayanan (X1)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya merasa driver Grab sangat tanggap dalam membalas pesan yang saya kirimkan pada fitur chatting					
2	Saya merasa driver Grab sudah sangat hafal dalam mengetahui titik antar-jemput pelanggan					
3	Menurut saya driver Grab selalu mendengarkan keluhan konsumen					
4	Pada saat hujan driver Grab memberikan jas hujan kepada pelanggan					

2. Kepercayaan (X2)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Menurut saya kemampuan pelayanan driver Grab dapat dipercaya dalam menjaga keselamatan berkendara					
2	Saldo pembayaran saya akan kembali jika driver Grab tidak menjemput atau mengcancel saya					
3	Konten informasi pada Grab akurat					
4	Saya percaya pada aplikasi Grab					

3. Persepsi Harga (X3)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Harga yang diberikan Grab terjangkau dibanding aplikasi ojek online lainnya					
2	Harga yang ditawarkan Grab sesuai dengan pelayanan yang diberikan					
3	Harga produk yang ditawarkan Grab memiliki daya saing dengan dengan harga yang ditawarkan pesaing					

4. Promosi (X4)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Grab memiliki iklan yang menarik					
2	Grab memberikan promo special pada event-event tertentu (promo lebaran, natal dan hari kemerdekaan)					
3	Grab memberikan reward yang dapat meningkatkan membership					
4	Hubungan yang dibangun Grab dengan konsumen mempermudah konsumen dalam mendapatkan informasi					

5. Loyalitas Pelayanan (Y1)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya berniat untuk terus menggunakan aplikasi Grab					
2	Saya merekomendasikan aplikasi Grab kepada teman-teman saya					
3	Walaupun teman dekat saya merekomendasikan aplikasi lain, preferensi saya terhadap Gojek tidak akan berubah					
4	Saya akan memberikan ulasan yang positif terhadap Grab					

Lampiran 2 Tabel Tabulasi

1. Kualitas Pelayanan (X1)

Responden	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	RATA-RATA
1	4	4	4	5	4
2	3	3	3	3	3
3	4	4	4	5	4
4	4	4	4	5	4
5	5	3	4	3	4
6	4	4	3	3	4
7	3	4	3	4	4
8	3	3	4	4	4
9	4	2	2	4	3
10	4	4	3	5	4
11	3	3	4	1	3
12	3	3	3	4	3
13	4	4	4	5	4
14	5	4	5	4	5
15	4	2	4	3	3
16	4	4	4	4	4
17	4	2	4	3	3
18	4	4	4	4	4
19	4	3	3	2	3
20	5	5	5	5	5
21	4	3	4	4	4
22	4	4	2	1	3
23	3	3	2	4	3
24	3	4	2	2	3
25	4	4	3	4	4
26	5	5	5	4	5
27	4	4	4	4	4
28	4	4	4	4	4
29	4	4	4	4	4
30	4	4	4	4	4
31	3	3	3	3	3
32	4	4	4	4	4
33	4	4	4	4	4
34	4	3	3	4	4
35	5	5	5	5	5
36	4	4	4	4	4
37	5	5	3	4	4
38	4	4	4	4	4
39	4	3	4	4	4
40	5	4	5	5	5
41	5	5	5	5	5
42	4	4	3	4	4
43	4	4	4	3	4
44	5	5	5	5	5
45	4	4	4	4	4
46	5	5	5	5	5
47	4	3	3	4	4
48	3	3	3	3	3
49	3	3	3	3	3
50	5	5	5	5	5

Responden	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	RATA-RATA
51	3	4	4	3	4
52	3	3	3	4	3
53	5	4	4	4	4
54	5	4	3	3	4
55	5	3	5	4	4
56	4	3	4	4	4
57	3	3	2	3	3
58	4	3	3	4	4
59	4	3	4	5	4
60	3	2	3	4	3
61	4	4	4	3	4
62	5	5	5	5	5
63	5	5	5	5	5
64	3	4	4	3	4
65	5	4	4	3	4
66	3	3	3	3	3
67	1	3	3	3	3
68	5	5	5	4	5
69	3	3	3	3	3
70	3	3	3	2	3
71	3	4	3	4	4
72	4	4	4	3	4
73	3	3	4	3	3
74	5	5	5	5	5
75	3	3	4	3	3
76	5	3	5	5	5
77	4	5	4	5	5
78	4	3	4	5	4
79	2	3	4	2	3
80	4	4	4	4	4
81	4	4	4	4	4
82	5	5	5	5	5
83	4	4	4	5	4
84	4	3	4	4	4
85	4	4	3	4	4
86	4	3	3	2	3
87	4	4	3	3	4
88	5	5	5	5	5
89	4	3	5	4	4
90	4	3	3	3	3
91	3	3	3	4	3
92	5	5	3	4	4
93	4	3	3	3	3
94	4	3	3	5	4
95	3	3	3	3	3
96	4	5	3	4	4
97	5	5	5	5	5
98	4	4	3	3	4
99	3	3	3	4	3
100	4	4	4	3	4

2. Kepercayaan (X2)

Responden	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	RATA-RATA
1	4	4	4	4	4
2	4	3	3	3	3
3	5	5	4	4	5
4	3	3	4	4	4
5	3	3	4	3	3
6	4	3	3	3	3
7	4	4	4	4	4
8	2	5	4	3	4
9	4	4	4	4	4
10	4	4	4	4	4
11	3	3	4	4	4
12	4	4	4	4	4
13	5	5	4	5	5
14	4	4	4	5	4
15	5	4	5	5	5
16	4	4	4	4	4
17	3	4	3	4	4
18	4	5	4	4	4
19	4	4	4	4	4
20	5	5	5	5	5
21	4	5	4	4	4
22	2	1	3	4	3
23	3	2	3	2	3
24	4	4	4	4	4
25	4	4	4	4	4
26	5	5	5	5	5
27	4	4	4	4	4
28	5	5	5	5	5
29	4	4	4	4	4
30	4	4	4	4	4
31	4	4	4	4	4
32	4	4	4	4	4
33	4	4	4	4	4
34	4	3	4	4	4
35	5	5	5	5	5
36	4	4	4	4	4
37	4	3	4	5	4
38	4	5	4	4	4
39	4	4	3	3	4
40	5	5	5	5	5
41	5	5	5	5	5
42	3	3	4	3	3
43	5	4	4	5	5
44	5	5	5	5	5
45	5	4	5	5	5
46	5	5	5	5	5
47	4	4	4	4	4
48	3	3	3	3	3
49	3	4	3	3	3
50	5	5	5	5	5
51	3	3	3	3	3
52	4	4	3	3	4

Responden	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	RATA-RATA
53	4	4	4	4	4
54	4	4	4	4	4
55	5	3	4	4	4
56	4	4	3	4	4
57	4	4	4	4	4
58	4	3	3	3	3
59	5	3	4	3	4
60	3	4	3	3	3
61	4	5	5	4	5
62	5	5	5	5	5
63	5	5	5	5	5
64	4	4	4	3	4
65	3	3	4	3	3
66	3	3	3	3	3
67	4	5	5	5	5
68	5	5	5	5	5
69	3	3	3	3	3
70	2	3	3	4	3
71	3	3	3	2	3
72	4	4	4	5	4
73	4	5	4	3	4
74	5	5	5	5	5
75	3	5	3	3	4
76	3	5	5	5	5
77	5	5	4	5	5
78	5	3	4	4	4
79	3	4	3	3	3
80	4	4	4	4	4
81	4	4	4	4	4
82	5	5	5	5	5
83	4	3	4	4	4
84	3	4	3	3	3
85	4	4	4	4	4
86	3	4	3	4	4
87	3	4	4	4	4
88	5	5	5	5	5
89	4	5	5	5	5
90	3	4	3	3	3
91	3	3	3	3	3
92	4	4	3	4	4
93	4	4	4	3	4
94	4	4	3	3	4
95	3	3	3	3	3
96	3	3	4	5	4
97	5	5	5	5	5
98	4	4	3	3	4
99	4	4	4	4	4
100	4	4	4	4	4

3. Persepsi Harga (X3)

Responden	X1.1	X1.2	X1.3	RATA-RATA
1	5	4	3	4
2	3	3	4	3
3	4	4	4	4
4	3	4	4	4
5	5	5	5	5
6	5	5	4	5
7	3	3	3	3
8	4	3	4	4
9	1	4	4	3
10	4	4	4	4
11	4	4	3	4
12	3	3	4	3
13	3	3	4	3
14	4	4	4	4
15	3	4	4	4
16	4	4	4	4
17	3	3	3	3
18	3	4	3	3
19	3	4	4	4
20	5	5	5	5
21	4	4	4	4
22	4	4	2	3
23	3	3	3	3
24	2	3	2	2
25	3	4	4	4
26	5	5	5	5
27	4	4	4	4
28	3	4	5	4
29	4	4	4	4
30	3	4	4	4
31	4	4	4	4
32	4	4	4	4
33	4	4	4	4
34	3	4	4	4
35	5	5	5	5
36	4	4	4	4
37	4	4	4	4
38	3	3	3	3
39	4	4	4	4
40	3	5	3	4
41	5	5	5	5
42	3	3	3	3
43	4	4	4	4
44	5	5	5	5
45	3	4	5	4
46	3	3	4	3
47	3	4	4	4
48	4	3	3	3
49	3	4	4	4
50	5	5	5	5
51	4	3	3	3
52	3	3	4	3

Responden	X1.1	X1.2	X1.3	RATA-RATA
53	4	4	4	4
54	4	4	4	4
55	5	5	4	5
56	3	4	4	4
57	3	3	3	3
58	3	3	3	3
59	4	5	4	4
60	3	3	3	3
61	5	5	5	5
62	5	5	4	5
63	5	5	5	5
64	3	4	3	3
65	2	3	3	3
66	3	3	3	3
67	2	3	4	3
68	5	5	5	5
69	3	4	4	4
70	3	3	4	3
71	2	2	3	2
72	3	4	3	3
73	2	3	3	3
74	5	5	5	5
75	2	3	3	3
76	5	5	5	5
77	3	3	4	3
78	4	4	5	4
79	3	4	3	3
80	4	4	4	4
81	4	4	4	4
82	3	4	4	4
83	5	5	5	5
84	3	3	3	3
85	4	4	4	4
86	3	3	3	3
87	3	3	3	3
88	5	5	5	5
89	5	5	5	5
90	4	4	3	4
91	3	3	3	3
92	4	5	5	5
93	3	3	4	3
94	3	4	5	4
95	3	3	3	3
96	4	4	4	4
97	5	5	5	5
98	2	4	3	3
99	4	4	3	4
100	3	4	4	4

4. Promosi (X4)

Responden	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	RATA-RATA
1	5	4	4	4	4
2	4	5	3	3	4
3	2	3	2	3	3
4	4	4	4	4	4
5	4	5	5	5	5
6	3	4	4	4	4
7	4	4	4	4	4
8	4	4	4	3	4
9	4	4	4	4	4
10	3	4	2	3	3
11	4	4	4	4	4
12	4	3	3	3	3
13	4	4	5	3	4
14	5	5	4	4	5
15	5	4	4	4	4
16	4	5	4	4	4
17	3	4	4	3	4
18	4	5	5	4	5
19	4	4	4	4	4
20	5	5	5	5	5
21	4	5	4	4	4
22	4	4	3	4	4
23	3	4	3	3	3
24	4	4	4	3	4
25	4	5	5	4	5
26	3	3	3	4	3
27	4	4	4	4	4
28	4	5	5	4	5
29	4	4	4	4	4
30	4	4	4	4	4
31	4	4	4	4	4
32	4	4	4	4	4
33	4	4	4	4	4
34	4	4	4	4	4
35	5	5	5	5	5
36	4	4	4	4	4
37	2	4	3	4	3
38	4	5	4	4	4
39	5	4	4	4	4
40	5	5	5	5	5
41	5	5	4	4	5
42	3	4	3	3	3
43	4	5	5	5	5
44	5	5	5	5	5
45	4	4	4	4	4
46	5	5	5	5	5
47	4	4	3	4	4
48	3	3	3	3	3
49	4	4	3	4	4
50	5	5	5	5	5
51	3	4	4	3	4
52	3	4	3	3	3
53	4	4	4	4	4

Responden	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	RATA-RATA
54	4	4	4	4	4
55	5	5	4	4	5
56	4	4	4	3	4
57	4	5	4	4	4
58	3	4	3	3	3
59	4	5	5	4	5
60	3	4	4	4	4
61	4	5	5	5	5
62	3	5	4	5	4
63	5	5	5	5	5
64	4	4	4	4	4
65	3	3	3	3	3
66	3	3	3	3	3
67	5	5	5	5	5
68	5	5	5	5	5
69	3	4	4	3	4
70	4	4	3	4	4
71	2	2	3	3	3
72	4	4	3	4	4
73	3	4	3	4	4
74	5	5	5	5	5
75	3	3	3	4	3
76	5	5	5	5	5
77	4	4	4	4	4
78	4	5	4	4	4
79	4	5	3	4	4
80	4	4	4	4	4
81	4	4	4	4	4
82	4	4	5	4	4
83	4	5	5	4	5
84	3	3	3	3	3
85	4	4	4	4	4
86	3	4	3	3	3
87	4	4	4	4	4
88	5	5	5	5	5
89	4	5	5	5	5
90	3	4	3	4	4
91	4	3	3	3	3
92	4	4	4	5	4
93	3	4	3	3	3
94	3	3	3	4	3
95	3	3	3	3	3
96	5	5	3	5	5
97	5	5	5	5	5
98	4	4	4	4	4
99	3	4	4	4	4
100	4	4	4	4	4

5. Loyalitas Pelanggan (Y)

Responden	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	RATA-RATA
1	4	4	4	4	4
2	3	3	3	3	3
3	4	3	4	4	4
4	4	3	4	4	4
5	5	5	5	5	5
6	5	4	4	5	5
7	3	4	3	4	4
8	3	3	3	4	3
9	4	4	4	4	4
10	4	4	3	4	4
11	4	4	4	4	4
12	3	4	4	4	4
13	4	4	4	4	4
14	4	4	3	4	4
15	4	4	4	4	4
16	4	4	3	4	4
17	3	3	4	4	4
18	5	5	4	5	5
19	3	3	3	4	3
20	5	5	5	5	5
21	5	5	4	5	5
22	4	4	4	3	4
23	2	3	2	3	3
24	3	3	3	4	3
25	4	4	3	4	4
26	3	3	3	3	3
27	4	4	4	4	4
28	4	3	3	5	4
29	4	4	4	4	4
30	4	4	4	4	4
31	4	4	4	4	4
32	4	4	4	4	4
33	4	4	4	4	4
34	4	4	4	4	4
35	4	4	4	4	4
36	4	4	4	4	4
37	5	4	4	4	4
38	4	4	4	4	4
39	5	4	4	5	5
40	5	5	5	5	5
41	5	5	5	5	5
42	3	4	3	4	4
43	3	4	4	4	4
44	5	5	5	5	5
45	4	4	4	4	4
46	4	5	5	5	5
47	4	4	3	4	4
48	3	3	3	3	3
49	3	4	3	4	4
50	5	5	5	5	5
51	3	3	4	3	3
52	3	3	3	4	3
53	4	4	4	4	4

Responden	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	RATA-RATA
54	4	4	3	4	4
55	3	4	3	4	4
56	4	4	3	4	4
57	4	4	4	4	4
58	4	4	3	4	4
59	4	3	3	4	4
60	4	3	3	3	3
61	4	5	4	5	5
62	3	4	4	5	4
63	5	5	5	5	5
64	3	4	3	4	4
65	3	3	2	2	3
66	3	3	3	3	3
67	4	4	3	5	4
68	5	5	5	5	5
69	3	3	3	4	3
70	3	3	3	4	3
71	2	2	2	3	2
72	4	3	4	4	4
73	2	3	3	4	3
74	5	5	5	5	5
75	3	3	3	3	3
76	3	5	3	5	4
77	4	4	4	5	4
78	4	4	4	4	4
79	3	4	3	5	4
80	4	4	4	4	4
81	4	4	4	4	4
82	5	5	3	4	4
83	4	4	4	5	4
84	4	3	3	3	3
85	4	4	4	4	4
86	3	3	3	3	3
87	3	3	3	4	3
88	5	5	5	5	5
89	5	5	5	4	5
90	5	5	4	4	5
91	3	3	3	3	3
92	5	4	4	4	4
93	3	4	3	4	4
94	3	3	3	5	4
95	3	3	3	3	3
96	3	3	4	5	4
97	5	5	5	5	5
98	3	3	3	3	3
99	3	3	4	4	4
100	4	4	4	4	4

Lampiran 3 Hasil Output Penelitian (SPSS 23)

1. Analisis Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas Pelayanan	100	10	20	15.22	2.669
Kepercayaan	100	10	20	15.88	2.633
Persepsi Harga	100	7	15	11.38	2.136
Promosi	100	10	20	15.99	2.460
Loyalitas Pelanggan	100	9	20	15.43	2.520
Valid N (listwise)	100				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1.1	100	1	5	3.95	.783
X1.2	100	2	5	3.72	.805
X1.3	100	2	5	3.74	.824
X1.4	100	1	5	3.81	.929
X2.1	100	2	5	3.95	.783
X2.2	100	1	5	4.01	.810
X2.3	100	3	5	3.95	.702
X2.4	100	2	5	3.97	.797
X3.1	100	1	5	3.61	.920
X3.2	100	2	5	3.90	.745
X3.3	100	2	5	3.87	.761
X4.1	100	2	5	3.90	.745
X4.2	100	2	5	4.21	.671
X4.3	100	2	5	3.92	.774
X4.4	100	3	5	3.96	.665
Y1.1	100	2	5	3.81	.787
Y1.2	100	2	5	3.86	.725
Y1.3	100	2	5	3.67	.739
Y1.4	100	2	5	4.09	.668
Valid N (listwise)	100				

2. Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.222	1.069		1.143	.256		
	Kualitas Pelayanan	.064	.094	.068	.677	.500	.354	2.823
	Kepercayaan	.160	.096	.168	1.675	.097	.354	2.828
	Persepsi Harga	.339	.107	.287	3.158	.002	.429	2.333
	Promosi	.427	.092	.417	4.665	.000	.443	2.260

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan



1. Uji Validitas

Correlations

		Kualitas Pelayanan	Kepercayaan	Persepsi Harga	Promosi	Loyalitas Pelanggan
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	1	.727**	.687**	.540**	.612**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Kepercayaan	Pearson Correlation	.727**	1	.567**	.678**	.662**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Persepsi Harga	Pearson Correlation	.687**	.567**	1	.631**	.692**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Promosi	Pearson Correlation	.540**	.678**	.631**	1	.749**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Loyalitas Pelanggan	Pearson Correlation	.612**	.662**	.692**	.749**	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. Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.903	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 Pelayanan	58.68	71.210	.741	.886
Kepercayaan	58.02	70.606	.772	.879
Persepsi Harga	62.52	78.858	.746	.886
Promosi	57.91	73.861	.752	.883
Loyalitas Pelanggan	58.47	71.605	.792	.874

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.46147229
Most Extreme Differences	Absolute	.090
	Positive	.090
	Negative	-.088
Test Statistic		.090
Asymp. Sig. (2-tailed)		.043 ^c
Exact Sig. (2-tailed)		.365
Point Probability		.000

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

b. Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.222	1.069		1.143	.256		
	Kualitas Pelayanan	.064	.094	.068	.677	.500	.354	2.823
	Kepercayaan	.160	.096	.168	1.675	.097	.354	2.828
	Persepsi Harga	.339	.107	.287	3.158	.002	.429	2.333
	Promosi	.427	.092	.417	4.665	.000	.443	2.260

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

c. Uji Heteroskedatisitas (Uji Glejser)

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.511	.684		.747	.457
	Kualitas Pelayanan	.047	.060	.131	.771	.443
	Kepercayaan	-.056	.061	-.155	-.912	.364
	Persepsi Harga	.051	.069	.115	.742	.460
	Promosi	.012	.059	.032	.207	.836

a. Dependent Variable: Abs_Res1

d. Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.815 ^a	.664	.649	1.492	1.941

a. Predictors: (Constant), Promosi, Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Kepercayaan

b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

4. Hasil Uji Kelayakan Model

a. Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	417.056	4	104.264	46.843	.000 ^b
	Residual	211.454	95	2.226		
	Total	628.510	99			

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Promosi, Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Kepercayaan

b. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.815 ^a	.664	.649	1.492	1.941

a. Predictors: (Constant), Promosi, Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Kepercayaan

b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

5. Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.222	1.069		1.143	.256		
	Kualitas Pelayanan	.064	.094	.068	.677	.500	.354	2.823
	Kepercayaan	.160	.096	.168	1.675	.097	.354	2.828
	Persepsi Harga	.339	.107	.287	3.158	.002	.429	2.333
	Promosi	.427	.092	.417	4.665	.000	.443	2.260

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan



Lampiran 4 Tabel R²

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
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

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
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 Durbin Watson (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 Uji 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
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
128	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
129	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
130	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
131	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
132	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
133	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
134	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
135	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74



Lampiran 7 Tabel Uji t

Pr	0.25	0.1	0.05	0.025	0.01	0.005
df	0.5	0.2	0.1	0.05	0.02	0.01
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.6379
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637
84	0.67742	1.29171	1.6632	1.98861	2.37156	2.63563
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.6322
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.3685	2.63157
91	0.6772	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033
93	0.67714	1.29072	1.6614	1.9858	2.36712	2.62973
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747
98	0.677	1.29025	1.66055	1.98447	2.365	2.62693
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539
102	0.6769	1.28991	1.65993	1.9835	2.36346	2.62489
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.3631	2.62441
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393
105	0.67683	1.28967	1.6595	1.98282	2.36239	2.62347
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.9826	2.36204	2.62301
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.3617	2.62256
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169
110	0.67673	1.2893	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126
111	0.67671	1.28922	1.6587	1.98157	2.36041	2.62085
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.3601	2.62044
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.3598	2.62004
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.3595	2.61964

Pr	0.25	0.1	0.05	0.025	0.01	0.005
df	0.5	0.2	0.1	0.05	0.02	0.01
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926
116	0.67661	1.28889	1.6581	1.98063	2.35892	2.61888
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.6185
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.9801	2.35809	2.61778
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742





UNIVERSITAS NASIONAL

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

S1 – Manajemen, S1 – Akuntansi, 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 : 193402516127
Nama : Serly Irawati
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

KONSULTASI PEMBIMBING PROPOSAL

Tanggal	Materi Konsultasi	Status
18 Agustus 2022	Mapping Jurnal Untuk Menentukan Variabel	Sudah Ditanggapi
24 Oktober 2022	Bimbingan Bab I	Sudah Ditanggapi
31 Oktober 2022	Bimbingan Bab II	Sudah Ditanggapi
7 November 2022	Bimbingan Bab III	Sudah Ditanggapi
11 November 2022	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

ORIGINALITY REPORT



PRIMARY SOURCES



Exclude quotes On
Exclude bibliography On

Exclude matches < 2%