

DAFTAR PUSTAKA

- Danang Sunyoto. 2013. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.
- Efendi, S. (2018). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan PT Telkom Indonesia Wilayah Kota Medan (Studi Kasus pada Pelanggan Plasa Telkom Iskandar Muda Medan).
- Indonesia, investasi.kontan.co.id. 2019. Perbedaan layanan indihome dengan layanan triple pay sejenis (<https://investasi.kontan.co.id>, diakses pada 16 Desember 2019)
- Indonesia, PT. Telkom Tbk indihome. 2019. Profil perusahaan indihome (<https://indihome.co.id> diakses pada 19 Desember 2019)
- Indonesia, PT. XL Axiata XL Home. 2019. Daftar harga XL Home (<https://xlhome.co.id> diakses pada 19 Desember 2019)
- Indonesia, teknologi.bisnis.com. 2019. Data pengguna indihome dan XL home (<https://teknologi.bisnis.com>, diakses pada 16 Desember 2019)
- J Supranto. (2011). Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikan Pangsa Pasar. Cet 4. Jakarta: Rineka Cipta. Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Kotler dan Keller. 2012. *Marketing Management* Edisi 14 Global Edition Pearson Prentice Hall.
- Kotler, dan Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P., & Armstrong. (2010). *Principles of Marketing, thirteen edition*. New
- Kotler, Philip & Armstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi Kedelapan, Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dkk. (2012). *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*. Edisi Pertama. Yogyakarta : Andy
- Kotler, Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran* Edisi 12 Jilid 2. Jakarta: Indeks

- Kurniasih, I. D. (2012). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Variabel Kepuasan (Studi Pada Bengkel AHASS 0002-Astra Motor Siliwangi Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1(1). *Perusahaan*), (Edisi Kelima). Yogyakarta: Liberty.
- Setyowati, E. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Pemediasi. *Jurnal Manajemen Daya Saing*, 18(2), 102-112.
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sumarni, M., & Suprihanto, J. (2010): *Pengantar Bisnis (Dasar-Dasar Ekonomi*
- Tjiptono, F. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi Offset. UPB, J. I. M. Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen pada Perusahaan Property di Kota Batam. *Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam*, 5(2).
- Tjiptono, F. (2011). *Service Quality and Satisfaction* Edisi kedua. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Zahrah, F. N., Indrawati, I., & Djatmiko, T. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Indihome Di Kota Bandung. *eProceedings of Management*, 4(3).

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1**BIODATA****Identitas Diri**

Nama : Andhika Patra Adyguna
Tempat, Tanggal Lahir : Ujung Pandang, 16 Desember 1997
Jenis Kelamin : Laki-laki
Agama : Islam
Alamat Rumah : BTN CV Dewi Blok E1 No. 18
No. Telepon : 081334594827
E-mail : andhikapatra05@gmail.com

Riwayat Pendidikan

2004 – 2009 : SDN Mangkura 3 Makassar
2009 – 2010 : SD Patra Dharma 3 Balikpapan
2010 – 2013 : SMP Negeri 12 Balikpapan
2013 – 2016 : SMA Negeri 2 Balikpapan

Pengalaman Organisasi

1. 2016 – Sekarang Anggota Ikatan Mahasiswa Manajemen (IMMAJ FEB – UH)
2. 2018 – 2019 Anggota Divisi Kesekretariatan Senat Mahasiswa FEB – UH
3. 2018 – 2019 Koordinator Biro Inventory Ekowowits FC
4. 2019 – 2020 Ketua Ekowowits FC

Demikian biodata ini dibuat dengan sebenarnya.

Makassar, November 2020

Andhika Patra Adyguna

Lampiran 2 : Kuesioner**DAFTAR PERTANYAAN KUESIONER**

Kepada Yth:

Saudara/i

Mahasiswa Universitas Hasanuddin

Di Tempat,

Dengan Hormat,

Sehubungan dengan penyusunan skripsi pada Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin yang berjudul “ **Analisis Pengaruh Harga, *Brand Image*, Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan *Indihome* di Universitas Hasanuddin**”, saya:

Nama : Andhika Patra Adyguna

NIM : A211 16 527

Memohon kesediaan saudara/i mahasiswa untuk mengisi kuesioner yang saya ajukan ini sesuai dengan pengalaman Anda dalam menggunakan *Indihome*. Penelitian inidiharapkan dapat menjadi referensi untuk mempelajari permasalahan yang berhubungan dengan keputusan pembelian. Segala informasi yang anda berikan akan dijamin kerahasiaan dan hanya untuk kepeningan akademis. Atas kesediaanya saya ucapkan terima kasih

Peneliti

Andhika Patra Adyguna

Identitas Responden

Nama :

Jurusan :

1. Fakultas Ekonomi dan Bisnis
2. Hukum
3. Kedokteran
4. Teknik
5. Ilmu Sosial dan Politik
6. Ilmu Budaya
7. Pertanian
8. MIPA
9. Peternakan
10. Kedokteran Gigi
11. Kesehatan Masyarakat
12. Ilmu Kelautan dan Perikanan
13. Kehutanan
14. Farmasi
15. Keperawatan

Usia :

Jenis Kelamin :

Berapa Lama Menggunkan *Indihome* :

Petunjuk Pengisian :

Pilihlah salah satu alternatif jawaban :

- Sangat setuju (SS) jika anda merasa sangat setuju dan sependapat dengan pernyataan tersebut
- Setuju (S) jika anda hanya merasa setuju dengan pernyataan tersebut
- Netral (N) jika anda merasa netral dengan pernyataan tersebut
- Tidak setuju (TS) jika anda meras tidak sependapat dengan pernyataan tersebut

- Sangat tidak setuju (STS) jika anda merasa sangat tidak sependapat dan menganggap pernyataan itu salah

Harga (X1)

NO	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya menggunakan <i>indihome</i> karena harga nya terjangkau dan menyediakan harga sesuai kebutuhannya.					
2.	Saya menggunakan <i>indihome</i> karena harga nya dari produk lainnya lebih terjangkau dengan melihat setiap detail produknya					
3.	Saya menggunakan <i>indihome</i> karena harga yang ditawarkan berbanding lurus dengan kualitas yang diberikan					
4.	Saya menggunakan <i>indihome</i> karena harga yang ditawarkan sesuai dengan manfaat yang diberikan					

Brand Image (X2)

NO	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya menggunakan <i>indihome</i>					

	karena kualitas yang diberikan sangat baik dibanding dengan produk saingan nya					
2.	Saya menggunakan <i>indihome</i> karena produk <i>indihome</i> lebih dikenal daripada produk saingannya					
3.	Saya menggunakan <i>indihome</i> karena memiliki konten yang diberikan tidak dimiliki dengan produk saingan nya					

Kualitas layanan (X3)

NO	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya mudah menemukan kantor <i>indihome</i> di Makassar					
2.	Pada saat ingin melakukan pemasangan <i>indihome</i> , karyawan <i>indihome</i> sangat mudah dimengerti untuk menyampaikan produk <i>indihome</i>					
3.	Pada saat ada masalah atau kerusakan pada produk, <i>Costumer Service</i> tanggap dalam menyelesaikan keluhan dari pelanggan <i>indihome</i>					
4.	Pada saat menyampaikan setiap detail produk karyawan					

	<i>indihome</i> memberikan jaminan terhadap produk tersebut untuk pelanggan <i>indihome</i>					
5.	<i>Costumer Service</i> <i>indihome</i> selalu menayakan para pengguna nya tentang apa saja yang dirasakan konsumennya selama menggunakan <i>indihome</i>					

Kepuasan Pelanggan (Y)

NO	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya akan menggunakan <i>indihome</i> jika saya berpindah disuatu tempat atau daerah tertentu					
2.	Saya akan merekomendasikan <i>indihome</i> kepada lingkungan sekitar saya untuk menggunakannya					
3.	Jika saya menggunakan <i>indihome</i> saya tidak akan menggunakan produk lain yang serupa dengan <i>indihome</i>					
4.	Jika ada promo dari <i>indihome</i> yang menarik saya akan menggunakan produk yang ditawarkan oleh <i>indihome</i>					

Lampiran 3 : Data Identitas dan Jawaban Responden

JENIS KELAMIN	FAKULTAS	ANGKATAN	USIA	BERAPA LAMA SUDAH MENGGUNAKAN INDIHOME
PRIA	FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS	2016	20-22 TAHUN	> 2 BULAN
Wanita	FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS	2016	20-22 TAHUN	> 2 BULAN
Wanita	MIPA	2016	20-22 TAHUN	> 2 BULAN
PRIA	FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS	2017	> 22 TAHUN	> 2 BULAN
Wanita	MIPA	2017	20-22 TAHUN	> 2 BULAN
Wanita	MIPA	2017	20-22 TAHUN	> 2 BULAN
Wanita	FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS	2018	20-22 TAHUN	> 2 BULAN
Wanita	FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS	2018	> 22 TAHUN	> 2 BULAN
Wanita	MIPA	2017	> 22 TAHUN	> 2 BULAN
PRIA	FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS	2017	20-22 TAHUN	> 2 BULAN
Wanita	FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS	2017	20-22 TAHUN	> 2 BULAN
PRIA	HUKUM	2017	20-22 TAHUN	< 2 BULAN

PRIA	KEDOKTERAN GIGI	2018	20-22 TAHUN	< 2 BULAN
Wanita	PETERNAKAN	2018	20-22 TAHUN	> 2 BULAN
PRIA	ILMU BUDAYA	2018	20-22 TAHUN	> 2 BULAN
Wanita	ILMU BUDAYA	2018	< 20 TAHUN	> 2 BULAN
PRIA	ILMU KELAUTAN DAN PERIKANAN	2018	20-22 TAHUN	> 2 BULAN
PRIA	PETERNAKAN	2018	> 22 TAHUN	> 2 BULAN
Wanita	PETERNAKAN	2018	20-22 TAHUN	> 2 BULAN
Wanita	KESEHATAN MASYARAKAT	2017	20-22 TAHUN	> 2 BULAN
PRIA	PETERNAKAN	2017	20-22 TAHUN	> 2 BULAN
Wanita	PERTANIAN	2017	20-22 TAHUN	> 2 BULAN
Wanita	ILMU KELAUTAN DAN PERIKANAN	2016	20-22 TAHUN	> 2 BULAN
PRIA	ILMU KELAUTAN DAN PERIKANAN	2016	20-22 TAHUN	> 2 BULAN
Wanita	TEKNIK	2016	20-22 TAHUN	> 2 BULAN
Wanita	ILMU KELAUTAN DAN PERIKANAN	2016	20-22 TAHUN	> 2 BULAN
PRIA	ILMU BUDAYA	2016	20-22 TAHUN	> 2 BULAN
PRIA	KEDOKTERAN GIGI	2016	20-22 TAHUN	< 2 BULAN
PRIA	TEKNIK	2016	20-22	> 2 BULAN

			TAHUN	
PRIA	ILMU KELAUTAN DAN PERIKANAN	2016	> 22 TAHUN	< 2 BULAN
PRIA	KEHUTANAN	2016	> 22 TAHUN	> 2 BULAN
Wanita	ILMU KELAUTAN DAN PERIKANAN	2016	20-22 TAHUN	< 2 BULAN
PRIA	ILMU SOSIAL DAN POLITIK	2018	> 22 TAHUN	> 2 BULAN
Wanita	FARMASI	2018	20-22 TAHUN	> 2 BULAN
PRIA	TEKNIK	2018	20-22 TAHUN	> 2 BULAN
PRIA	TEKNIK	2018	20-22 TAHUN	> 2 BULAN
Wanita	ILMU SOSIAL DAN POLITIK	2018	20-22 TAHUN	> 2 BULAN
PRIA	FARMASI	2018	20-22 TAHUN	> 2 BULAN
PRIA	ILMU SOSIAL DAN POLITIK	2018	> 22 TAHUN	> 2 BULAN
Wanita	PERTANIAN	2018	20-22 TAHUN	> 2 BULAN
Wanita	PERTANIAN	2018	20-22 TAHUN	> 2 BULAN
Wanita	ILMU BUDAYA	2018	20-22 TAHUN	> 2 BULAN
PRIA	ILMU BUDAYA	2017	20-22 TAHUN	> 2 BULAN
PRIA	ILMU BUDAYA	2017	20-22 TAHUN	> 2 BULAN
Wanita	ILMU BUDAYA	2017	20-22 TAHUN	> 2 BULAN

Wanita	HUKUM	2017	20-22 TAHUN	> 2 BULAN
PRIA	HUKUM	2017	> 22 TAHUN	> 2 BULAN
Wanita	ILMU SOSIAL DAN POLITIK	2017	< 20 TAHUN	> 2 BULAN
Wanita	KEPERAWATAN	2017	< 20 TAHUN	> 2 BULAN
Wanita	HUKUM	2016	20-22 TAHUN	> 2 BULAN
PRIA	ILMU SOSIAL DAN POLITIK	2016	20-22 TAHUN	< 2 BULAN
Wanita	KEPERAWATAN	2018	20-22 TAHUN	> 2 BULAN
PRIA	ILMU SOSIAL DAN POLITIK	2018	20-22 TAHUN	> 2 BULAN
Wanita	KEPERAWATAN	2018	20-22 TAHUN	> 2 BULAN
PRIA	ILMU SOSIAL DAN POLITIK	2016	20-22 TAHUN	> 2 BULAN
PRIA	ILMU KELAUTAN DAN PERIKANAN	2016	20-22 TAHUN	> 2 BULAN
PRIA	KEDOKTERAN	2016	20-22 TAHUN	> 2 BULAN
PRIA	KEDOKTERAN	2018	20-22 TAHUN	> 2 BULAN
Wanita	KEDOKTERAN	2018	20-22 TAHUN	> 2 BULAN
PRIA	TEKNIK	2018	20-22 TAHUN	> 2 BULAN
PRIA	TEKNIK	2018	20-22 TAHUN	> 2 BULAN
Wanita	TEKNIK	2017	20-22	> 2 BULAN

			TAHUN	
Wanita	MIPA	2017	> 22 TAHUN	> 2 BULAN
Wanita	KEDOKTERAN GIGI	2017	> 22 TAHUN	< 2 BULAN
PRIA	MIPA	2017	20-22 TAHUN	> 2 BULAN
Wanita	KEDOKTERAN	2018	> 22 TAHUN	< 2 BULAN
Wanita	MIPA	2018	20-22 TAHUN	> 2 BULAN
PRIA	TEKNIK	2018	20-22 TAHUN	< 2 BULAN
Wanita	KESEHATAN MASYARAKAT	2018	20-22 TAHUN	> 2 BULAN
Wanita	KESEHATAN MASYARAKAT	2016	20-22 TAHUN	> 2 BULAN
Wanita	HUKUM	2016	20-22 TAHUN	> 2 BULAN
Wanita	HUKUM	2016	> 22 TAHUN	> 2 BULAN
Wanita	HUKUM	2016	20-22 TAHUN	> 2 BULAN
PRIA	KEDOKTERAN	2016	20-22 TAHUN	> 2 BULAN
Wanita	TEKNIK	2016	20-22 TAHUN	> 2 BULAN
Wanita	KESEHATAN MASYARAKAT	2016	20-22 TAHUN	> 2 BULAN
Wanita	KESEHATAN MASYARAKAT	2018	20-22 TAHUN	> 2 BULAN
PRIA	KEDOKTERAN	2018	20-22 TAHUN	> 2 BULAN

Wanita	FARMASI	2018	> 22 TAHUN	> 2 BULAN
PRIA	TEKNIK	2018	20-22 TAHUN	> 2 BULAN
PRIA	TEKNIK	2018	20-22 TAHUN	> 2 BULAN
Wanita	HUKUM	2017	20-22 TAHUN	> 2 BULAN
PRIA	KEDOKTERAN	2016	20-22 TAHUN	> 2 BULAN
Wanita	KEDOKTERAN	2017	20-22 TAHUN	> 2 BULAN
PRIA	KEDOKTERAN	2017	20-22 TAHUN	> 2 BULAN
PRIA	TEKNIK	2017	20-22 TAHUN	> 2 BULAN
Wanita	HUKUM	2017	20-22 TAHUN	> 2 BULAN
Wanita	FARMASI	2017	20-22 TAHUN	> 2 BULAN
PRIA	TEKNIK	2016	20-22 TAHUN	> 2 BULAN
PRIA	HUKUM	2016	20-22 TAHUN	> 2 BULAN
PRIA	TEKNIK	2016	20-22 TAHUN	< 2 BULAN
Wanita	FARMASI	2018	20-22 TAHUN	> 2 BULAN
Wanita	FARMASI	2018	20-22 TAHUN	> 2 BULAN
PRIA	TEKNIK	2017	20-22 TAHUN	> 2 BULAN
PRIA	TEKNIK	2017	20-22	> 2 BULAN

			TAHUN	
Wanita	KEPERAWATAN	2017	20-22 TAHUN	> 2 BULAN
PRIA	TEKNIK	2018	20-22 TAHUN	> 2 BULAN
PRIA	TEKNIK	2018	20-22 TAHUN	> 2 BULAN
Wanita	ILMU KELAUTAN DAN PERIKANAN	2018	20-22 TAHUN	> 2 BULAN

	X1 .1	X1 .2	X1 .3	X1 .4	X2 .1	X2 .2	X2 .3	X3 .1	X3 .2	X3 .3	X3 .4	X3 .5	Y1 .1	Y1 .2	Y1 .3	Y1 .4
1	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	4	5	4	4	4	2	2	4	4	3	3	3	3	3	2	3
3	4	3	4	4	4	4	3	5	5	4	4	4	3	3	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	3	4	4
5	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	2	3	3	5
6	4	4	4	4	4	5	4	3	3	3	3	3	4	3	2	3
7	3	3	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4
8	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4
9	4	4	5	4	3	4	5	4	4	2	3	3	4	2	4	5
10	3	4	4	4	3	4	4	5	5	4	4	3	4	3	4	3
11	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	2	3	3	3
12	4	4	4	3	4	4	2	4	5	1	3	2	2	2	4	4
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	3	3	4
1	4	3	5	4	3	3	3	5	4	3	4	3	4	3	4	3

3	3	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	3	4	4
1																
3	4	3	4	5	2	4	5	5	4	4	2	5	4	5	4	3
2																
3	3	4	4	5	3	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4
3																
3	5	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4
4																
3	4	5	5	5	4	5	3	5	5	4	5	4	3	2	5	4
5																
3	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	3	5	3	3	3	3
6																
3	4	4	3	5	3	5	5	5	4	2	4	3	3	4	3	4
7																
3	5	4	4	5	4	4	4	4	3	3	3	2	3	3	1	4
8																
3	5	3	5	5	3	5	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3
9																
4	3	5	5	5	5	2	5	2	2	2	2	5	5	5	4	2
0																
4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	2
1																
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2																
4	4	3	3	4	3	5	3	5	5	5	5	5	4	3	5	2
3																
4	4	4	4	4	4	1	5	3	4	5	3	4	4	5	1	2
4																
4	4	4	4	4	5	3	5	2	5	3	3	4	3	3	3	3
5																
4	5	3	5	4	4	5	3	5	5	4	3	4	3	4	4	3
6																
4	3	4	4	5	3	5	4	3	4	3	2	1	2	2	2	5

7																
48	4	4	4	5	3	2	3	4	4	3	3	2	2	2	3	4
49	3	4	3	4	3	5	4	4	4	3	4	3	4	5	3	4
50	4	4	4	4	2	4	2	3	2	2	2	2	5	5	2	3
51	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	2	4	3	4
52	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	5	5	4	4	4	5
53	3	5	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
54	4	5	4	4	4	4	3	5	5	4	4	4	3	3	4	3
55	3	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	3	4	3	4	4
56	4	4	5	4	4	4	3	4	4	3	4	3	5	4	3	4
57	4	4	4	4	4	5	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3
58	3	4	5	5	5	5	5	5	3	4	3	4	3	5	4	4
59	3	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4
60	4	4	5	5	3	4	5	4	4	2	3	3	4	4	4	5
61	4	4	5	4	3	4	4	5	5	4	4	3	4	3	4	3
62	4	4	5	5	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3
63	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	3	4	4	4	4	4

0																
81	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	3	5	5	5	3	3
82	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	3	4
83	5	5	4	4	4	4	5	4	3	5	3	4	5	5	5	4
84	5	5	4	4	4	5	3	5	3	3	5	5	5	5	4	3
85	4	5	4	4	5	2	5	5	2	2	5	4	5	4	4	4
86	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4
87	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4
88	4	5	4	5	3	4	3	5	5	5	5	4	4	4	4	4
89	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4
90	3	5	5	5	3	4	4	5	5	3	5	4	5	4	4	4
91	4	5	5	5	4	4	3	5	5	4	5	4	5	4	4	4
92	4	5	5	5	3	4	4	3	5	3	5	4	5	4	4	4
93	4	5	5	4	3	5	3	4	5	3	3	4	5	4	4	4
94	4	4	5	4	3	5	4	4	5	3	4	4	5	5	4	5
95	4	4	5	5	5	4	5	3	5	2	5	4	5	5	4	5
96	4	4	5	5	4	4	3	4	5	4	3	4	5	4	4	5

97	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4	4	5	5	5	5	5
98	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5
99	5	5	4	5	4	4	3	3	5	4	5	5	3	5	4	3

Lampiran 3

Data SPSS

Uji regresi berganda

Descriptive Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
Kepuasan Pelanggan (Y)	15.26	2.522	99
Harga (X1)	16.92	1.426	99
Brand Image (X2)	11.77	1.671	99
Kualitas Layanan (X3)	19.76	3.054	99

Correlations					
		Kepuasan Pelanggan (Y)	Harga (X1)	Brand Image (X2)	Kualitas Layanan (X3)
Pearson Correlation	Kepuasan Pelanggan (Y)	1.000	.239	.434	.521
	Harga (X1)	.239	1.000	.219	.127
	Brand Image (X2)	.434	.219	1.000	.379
	Kualitas Layanan (X3)	.521	.127	.379	1.000
Sig. (1-tailed)	Kepuasan Pelanggan (Y)	.	.009	.000	.000
	Harga (X1)	.009	.	.015	.106
	Brand Image (X2)	.000	.015	.	.000
	Kualitas Layanan (X3)	.000	.106	.000	.

1	(Constant)	.196	2.756		.07 1	.94 3	-4.382	4.773		
	Harga (X1)	.234	.150	.132	1.5 60	.12 2	-.015	.482	.950	1.0 53
	Brand Image (X2)	.376	.137	.249	2.7 48	.00 7	.149	.604	.827	1.2 09
	Kualitas Layanan (X3)	.338	.074	.410	4.5 92	.00 0	.216	.461	.855	1.1 70
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)										

Realibility X1

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.728	5

Uji Validitas X1

Correlations						
		X1.1	X12	X1.3	X1.4	Harga (X1)
X1.1	Pearson Correlation	1	.089	.140	.103	.538**
	Sig. (2-tailed)		.382	.166	.311	.000
	N	99	99	99	99	99
X12	Pearson Correlation	.089	1	.177	.213*	.615**
	Sig. (2-tailed)	.382		.080	.034	.000
	N	99	99	99	99	99
X1.3	Pearson Correlation	.140	.177	1	.263**	.673**
	Sig. (2-tailed)	.166	.080		.008	.000
	N	99	99	99	99	99
X1.4	Pearson Correlation	.103	.213*	.263**	1	.614**
	Sig. (2-tailed)	.311	.034	.008		.000
	N	99	99	99	99	99
Harga (X1)	Pearson Correlation	.538**	.615**	.673**	.614**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	

	N	99	99	99	99	99
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).						
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).						

Uji Realibility X2

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.760	4

Uji Validitas X2

Correlations					
		X2.1	X2.2	X2.3	Brand Image (X2)
X2.1	Pearson Correlation	1	.101	.337**	.672**
	Sig. (2-tailed)		.319	.001	.000
	N	99	99	99	99
X2.2	Pearson Correlation	.101	1	.149	.628**
	Sig. (2-tailed)	.319		.141	.000
	N	99	99	99	99
X2.3	Pearson Correlation	.337**	.149	1	.741**
	Sig. (2-tailed)	.001	.141		.000
	N	99	99	99	99
Brand Image (X2)	Pearson Correlation	.672**	.628**	.741**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	99	99	99	99

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

Uji Realibility X3

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.772	6

Uji Validitas X3

		Correlations					
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	Kualitas Layanan (X3)
X3.1	Pearson Correlation	1	.362**	.390**	.219*	.179	.602**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.030	.076	.000
	N	99	99	99	99	99	99
X3.2	Pearson Correlation	.362**	1	.355**	.456**	.175	.660**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.083	.000
	N	99	99	99	99	99	99
X3.3	Pearson Correlation	.390**	.355**	1	.339**	.480**	.757**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.001	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99
X3.4	Pearson Correlation	.219*	.456**	.339**	1	.408**	.714**
	Sig. (2-tailed)	.030	.000	.001		.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99
X3.5	Pearson Correlation	.179	.175	.480**	.408**	1	.686**
	Sig. (2-tailed)	.076	.083	.000	.000		.000
	N	99	99	99	99	99	99
Kualitas Layanan (X3)	Pearson Correlation	.602**	.660**	.757**	.714**	.686**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	99	99	99	99	99	99

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Uji Realibility Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.783	5

Uji Validitas Y

Correlations						
		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Kepuasan Pelanggan (Y)
Y1.1	Pearson Correlation	1	.601**	.408**	.174	.775**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.084	.000
	N	99	99	99	99	99
Y1.2	Pearson Correlation	.601**	1	.320**	.219*	.763**
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.030	.000
	N	99	99	99	99	99
Y1.3	Pearson Correlation	.408**	.320**	1	.294**	.717**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001		.003	.000
	N	99	99	99	99	99
Y1.4	Pearson Correlation	.174	.219*	.294**	1	.578**
	Sig. (2-tailed)	.084	.030	.003		.000
	N	99	99	99	99	99

Kepuasan Pelanggan (Y)	Pearson Correlation	.775**	.763**	.717**	.578**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	99	99	99	99	99
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).						
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).						