

## DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, Adam. 2012. "Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Notebook Toshiba". Skripsi. Jakarta: Universitas Gunadarma.
- Alma, B. 2016. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Andy, Sernovitz. 2015. *Word of Mouth Marketing: How Smart Companies Get People Talking (Revised Edition)*. New York: Kaplan Publishing.
- Arbainah, Siti. 2017. "Studi Tentang *Words of Mouth* (WOM) Positif Pada Bisnis Ritel Pasar Modern (Kasus Empiris Pada Minimarket Alfamart dan Indomaret di Kota Semarang)".Tesis. Semarang: Magister Manajemen Pasca Sarjana, Universitas Diponegoro.
- Arbaniah, 2015. *Customer Satisfaction Pengaruhnya Terhadap Brand Preference Dan Repurchase Intention Private Brand*. Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis Vol .8 No. 2 September 2015.
- B. Alfian, (2012). Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Mobil Toyota Kijang Innova pada PT. Hadji Kalla Cabang Polman". Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin Makasar 2012.
- Badara, A. M., Kamariah, N., Mat, N., Mujtaba, A. M., Al-refai, A. N., & Abubakar, F. M. 2017. *Direct Effect of Service Quality Dimensions on Customer Satisfaction and Customer Loyalty in Nigerian Islamic Bank*. Management, 3(1), 6–11. <https://doi.org/10.5923/j.mm.20130301.02>.
- Budiningtyas, Fitria Sari dkk. 2016. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Pada Minimarket". Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya, vol.11 no.2 (2016).
- Chandra, G. 2015. Strategi dan Program Pemasaran. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Dwi Cempakasari, Nunik Kusnilawati, 2014, Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Gaudi Paragon Mall Semarang).
- Fadhila, Risa. 2018. Analisis Pengaruh Word Of Mouth, Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pembelian Konsumen (Studi Pada Toko LEO Fashion Karangjati Kabupaten Semarang).Skripsi. Semarang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Diponegoro Semarang.
- Ferdinand, A. 2016. Metode Penelitian Manajemen (Edisi 5). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Fifyanita Ghanimata, Mustafa Kamal, 2014. Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. Artikel Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2015. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, J. 2015. Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Herry Widagdo, (2014). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Komputer Pada PT. XYZ Palembang Jurnal Ilmiah STIE MDP (Forum Bisnis Dan Kewirausahaan). Vol 1. No 1.
- Irsan Maulana. 2015. Pengaruh Faktor Brand Image, Faktor Sosial, Dan Faktor Individu Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mie Sedaap (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Negeri Yogyakarta). Skripsi Tidak Diterbitkan. Yogyakarta: FE UNY.
- Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. 2016. Pemasaran (Buku 2). Jakarta: Salemba Empat.
- Mulyadi, (2016), "Efektivitas *Word of Mouth*", Marketing 03/VIII/ Maret, 53-54.
- Ogba, I., & Tan, Z. (2018). *Exploring the impact of brand image on customer loyalty and commitment in China*. Journal of Technology Management in China, 4(2), 132–144. <https://doi.org/10.1108/17468770910964993>.
- Pramana, Dipta Parahita Setia. 2015. "Studi Tentang Pengaruh Word Of Mouth, Distribusi, dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Memilih Film Nasional (Kasus Pada Mahasiswa FEB Universitas Diponegoro Semarang). Skripsi. Semarang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Diponegoro.
- Prasmawati, Evi. 2016. Studi Tentang Nilai Pelanggan Dengan *Positive Word of Mouth* Pada Pengguna Motor Yamaha Di Semarang. Tesis. Semarang: Magister Manajemen Program Pasca Sarjana, Universitas Diponegoro.
- Praswati, Aflit Nuryulia. 2018. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Komunikasi *Word of Mouth* Terhadap Minat Guna Jasa Ulang (Studi Kasus pada PT. Nasmoco di Semarang). Tesis Program Studi Magister Manajemen Universitas Diponegoro Semarang 2018.
- Raka Gigih Brahmantya. (2015). Pengaruh *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Grosir Handphone Indocell Dinoyo Malang. Malang: Universitas Negeri Malang.
- Rusmadini, Ganis. 2016. Analisis Pengaruh *Promotional Mix* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Natasha Skin Care di

- Surakarta). Skripsi. Surakarta: Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Saputra, Angga. 2017. "Analisis Pengaruh Kepuasan, Kualitas, dan *Experimental Marketing* Terhadap *Word Of Mouth* Situs Jejaring Sosial Facebook Pada Mahasiswa FE Universitas Diponegoro Semarang". Skripsi. Semarang: Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro.
- Sari, Ratna Dwi Kartika (2016). "Analisis Pengaruh kualitas Produk, Persepsi Harga, dan *Word of Mouth Communication* Terhadap Keputusan Pembelian Mebel Pada CV. Mega Jaya Mebel Semarang". Skripsi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
- Selvany, Chicilia Lotulung, 2015. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Handphone, Jurnal Manajemen Dan Akuntansi., Vol 3 Nomor 3. ISSN 2338 – 4557.
- Septadianti, Diska Putri & Prapti NSS, Rr. Lulus. (2015). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Alfamart (study kasus Alfamart waralaba: PT. Alfariatri Jaya jalan Plamongan Indah Raya), Jurnal Dinamika Manajemen, Vol. 1, No. 1 Maret 2012, Hal. 53-65.
- Sondoh, S. L. J., Omar, M. W., & Wahid, N. A. (2016). The effect of brand image on overall satisfaction and loyalty intention in the context of color cosmetic. *Asian Academy of Management*, 12(1), 83–107. Diambil dari [http://web.usm.my/aamj/12.1.2016/AAMJ 12-1-6.pdf](http://web.usm.my/aamj/12.1.2016/AAMJ%2012-1-6.pdf).
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sumardy, 2016. *The Power of Word of Mouth Marketing*, Jakarta.
- Sumarwan, U. 2018. Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran (Edisi Kedu). Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Suroso, Imam. 2016. "Pengaruh Variabel Bauran Pemasaran Ritel (Retail Marketing Mix) Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen Pada Minimarket Indomaret Di Kota Ponorogo". Fakultas Ekonomi, Universitas Jember.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. 2015. Pemasaran Strategik (Edisi 2). Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Yuliana, Rahmi. 2018. "Analisis Strategi *Word of Mouth* Untuk Meningkatkan Keputusan Pembelian pada Konsumen di Kota Semarang". *Jurnal STIE Semarang*, vol.5 no.3 edisi Oktober 2018.

## LAMPIRAN

## Reliability

### Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	130	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	130	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.689	5

#### Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Brand Equity	18.5462	2.21381	130
X1.1	4.1231	.48249	130
X1.2	3.7692	.77298	130
X1.3	3.9308	.58652	130
X1.4	3.9769	.53506	130

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Brand Equity	15.8000	3.153	.767	.716
X1.1	30.2231	12.020	.549	.653
X1.2	30.5769	10.556	.584	.605
X1.3	30.4154	11.190	.651	.616
X1.4	30.3692	11.708	.572	.641

### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
34.3462	14.089	3.75347	5

## Reliability

### Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	130	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	130	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.686	6

#### Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Kualitas Pelayanan	19.8462	2.18686	130
X2.1	3.9462	.68553	130
X2.2	4.0769	.53722	130
X2.3	3.9308	.67271	130
X2.4	4.0923	.64033	130
X2.5	4.1154	.45977	130

**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	20.1615	4.012	.760	.679
X2.1	36.0615	13.655	.461	.687
X2.2	35.9308	12.918	.581	.638
X2.3	36.0769	12.583	.506	.638
X2.4	35.9154	12.094	.661	.609
X2.5	35.8923	13.151	.626	.641

**Scale Statistics**

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
40.0077	15.450	3.93059	6

**Reliability****Scale: ALL VARIABLES****Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	130	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	130	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.807	5

**Item Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
Loyalitas	14.8769	2.44320	130
X3.1	3.9154	.57107	130
X3.2	3.6538	.82322	130
X3.3	3.5231	.95816	130
X3.4	3.7846	.75724	130

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Loyalitas	14.8769	5.969	.873	.776
X3.1	25.8385	20.803	.527	.812
X3.2	26.1000	17.874	.765	.752
X3.3	26.2308	16.535	.824	.725
X3.4	25.9692	18.914	.666	.777

**Scale Statistics**

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
29.7538	23.877	4.88640	5

**Scale: ALL VARIABLES****Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	130	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	130	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.771	4

**Item Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
Word of Mouth	11.7154	1.15627	130
X4.1	3.9692	.51246	130
X4.2	3.8538	.57211	130
X4.3	3.8923	.57393	130

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Word of Mouth	11.7154	1.337	.584	.669
X4.1	19.4615	4.188	.428	.786
X4.2	19.5769	3.703	.598	.719
X4.3	19.5385	3.723	.585	.724

**Scale Statistics**

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
23.4308	5.348	2.31255	4



## Reliability

### Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	130	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	130	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.779	6

#### Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Keputusan Pembelian	18.7462	2.67144	130
Y.1	3.6538	.84185	130
Y.2	3.4846	.97436	130
Y.3	3.9231	.64237	130
Y.4	3.8385	.59460	130
Y.5	3.8462	.67585	130

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Keputusan Pembelian	18.7462	7.137	.814	.745
Y.1	33.8385	21.826	.764	.717
Y.2	34.0077	22.116	.598	.737
Y.3	33.5692	24.604	.554	.762
Y.4	33.6538	24.197	.683	.751
Y.5	33.6462	24.323	.565	.759

### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
37.4923	28.546	5.34289	6

## Regression

### Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Keputusan Pembelian	18.7462	2.67144	130
Brand Equity	18.5462	2.21381	130
Kualitas Pelayanan	19.8462	2.18686	130
Loyalitas	14.8769	2.44320	130
Word of Mouth	11.7154	1.15627	130

### Correlations

		Keputusan Pembelian	Brand Equity	Kualitas Pelayanan	Loyalitas	Word of Mouth
Pearson Correlation	Keputusan Pembelian	1.000	.291	.352	.365	.039
	Brand Equity	.291	1.000	.610	.387	-.042
	Kualitas Pelayanan	.352	.610	1.000	.102	-.027
	Loyalitas	.365	.387	.102	1.000	.155
	Word of Mouth	.039	-.042	-.027	.155	1.000
Sig. (1-tailed)	Keputusan Pembelian	.	.000	.000	.000	.329
	Brand Equity	.000	.	.000	.000	.319
	Kualitas Pelayanan	.000	.000	.	.123	.382
	Loyalitas	.000	.000	.123	.	.039
	Word of Mouth	.329	.319	.382	.039	.
N	Keputusan Pembelian	130	130	130	130	130
	Brand Equity	130	130	130	130	130
	Kualitas Pelayanan	130	130	130	130	130
	Loyalitas	130	130	130	130	130
	Word of Mouth	130	130	130	130	130

**Variables Entered/Removed<sup>a</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Word of Mouth, Kualitas Pelayanan, Loyalitas, Brand Equity <sup>b</sup>		Enter

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. All requested variables entered.

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			Sig. F Change
						F Change	df1	df2	
1	.874 <sup>a</sup>	.763	.738	2.37428	.763	9.578	4	125	.000

a. Predictors: (Constant), Word of Mouth, Kualitas Pelayanan, Loyalitas, Brand Equity

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	215.974	4	53.994	9.578	.000 <sup>b</sup>
	Residual	704.649	125	5.637		
	Total	920.623	129			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Word of Mouth, Kualitas Pelayanan, Loyalitas, Brand Equity

		<b>Coefficients<sup>a</sup></b>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	6.055	3.036		1.994	.048
	Brand Equity	.313	.131	.361	2.558	.011
	Kualitas Pelayanan	.430	.123	.352	3.505	.001
	Loyalitas	.386	.096	.353	4.021	.000
	Word of Mouth	.220	.184	.209	3.109	.013

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

### TABULASI DATA

No	Brand Equity (X1)				Total	Kualitas Pelayanan (X2)					Total
	1	2	3	4		1	2	3	4	5	
1	2	2	4	4	12	4	4	2	2	3	15
2	4	4	4	5	17	4	4	4	4	4	20
3	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
4	5	4	5	5	19	5	5	3	5	5	23
5	5	4	5	5	19	5	5	4	5	5	24
6	5	4	4	4	17	5	4	4	5	5	23
7	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
8	4	3	4	4	15	4	5	3	5	5	22
9	3	1	2	2	8	4	4	4	4	3	19
10	4	2	3	3	12	4	3	3	3	5	18
11	4	2	4	3	13	4	5	4	5	5	23
12	5	2	3	4	14	4	4	4	4	5	21
13	4	3	4	3	14	3	4	3	5	5	20
14	4	2	4	3	13	4	5	5	4	5	23
15	4	3	3	4	14	4	5	5	4	4	22
16	5	5	5	5	20	4	5	5	5	5	24
17	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
18	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
19	5	5	4	4	18	5	5	5	5	5	25
20	5	4	5	3	17	5	5	5	5	5	25
21	5	1	4	3	13	4	3	3	5	5	20
22	5	4	5	4	18	5	5	5	5	5	25
23	4	2	3	3	12	2	4	4	4	4	18
24	5	4	5	5	19	4	5	4	5	5	23
25	4	4	4	4	16	4	5	4	5	5	23
26	5	4	4	4	17	3	4	4	5	4	20
27	4	3	3	3	13	4	4	4	4	4	20
28	3	2	3	4	12	3	3	3	4	4	17
29	3	2	3	4	12	3	3	3	4	4	17
30	4	3	4	4	15	4	4	4	5	5	22
31	5	3	4	5	17	5	5	5	5	5	25
32	4	3	4	4	15	3	4	4	4	4	19
33	4	4	4	4	16	4	5	5	5	4	23
34	4	3	4	4	15	4	4	3	3	4	18
35	4	4	4	3	15	4	4	3	3	4	18
36	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	19
37	4	3	3	4	14	4	4	4	4	4	17
38	4	4	3	4	15	4	4	4	4	4	17
39	4	4	4	3	15	4	3	3	4	4	16
40	4	3	4	4	15	4	3	3	4	4	17
41	4	3	3	4	14	4	3	3	4	4	17
42	4	4	3	4	15	4	3	4	3	4	13

43	5	5	4	4	18	4	4	3	4	4	19
44	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	19
45	4	5	4	5	18	5	4	5	4	4	20
46	5	4	4	4	17	4	4	5	4	4	22
47	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	19
48	4	4	4	4	16	4	5	4	5	4	20
49	4	4	4	4	16	4	4	4	5	4	21
50	4	5	4	4	17	4	4	4	5	4	19
51	4	4	4	5	17	4	4	4	4	4	20
52	4	4	5	4	17	4	4	4	4	4	17
53	4	4	4	4	16	4	4	5	4	4	21
54	4	4	4	4	16	5	4	5	4	4	19
55	5	4	4	4	17	4	4	4	4	4	20
56	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	19
57	4	4	4	4	16	4	4	4	5	4	18
58	4	4	4	4	16	5	4	5	4	4	17
59	4	4	4	4	18	4	5	5	4	4	18
60	4	4	5	4	18	4	4	5	4	4	21
61	4	4	4	4	18	4	4	5	4	4	18
62	4	4	4	4	16	5	4	4	5	4	20
63	4	4	4	4	16	5	4	4	5	4	20
64	4	4	4	4	19	4	4	4	4	4	19
65	3	4	4	4	18	4	4	4	4	4	20
66	4	4	4	4	16	4	4	3	4	4	18
67	4	4	3	4	17	4	4	4	4	4	17
68	4	3	3	4	19	5	4	5	4	4	18
69	4	3	4	4	17	5	4	3	3	4	18
70	4	4	3	4	15	4	4	3	3	4	17
71	4	4	4	4	19	4	4	4	4	4	21
72	4	4	3	4	16	4	4	3	4	4	18
73	4	4	3	4	16	4	4	3	3	4	18
74	4	4	4	4	20	4	4	4	5	4	23
75	4	4	4	4	18	1	4	4	4	4	20
76	4	4	4	4	18	2	4	4	4	4	20
77	4	4	4	5	18	3	4	4	4	4	20
78	5	4	4	4	18	4	4	4	4	4	20
79	4	4	4	4	18	4	4	4	4	4	20
80	4	5	4	4	18	4	4	4	4	4	20
81	4	4	5	4	19	4	4	5	4	4	22
82	4	4	4	4	18	4	4	4	4	4	20
83	4	4	4	4	18	4	4	4	4	4	21
84	4	4	4	4	19	4	3	5	5	4	21
85	4	4	4	4	18	4	4	4	4	4	20
86	4	4	4	4	19	4	4	4	4	4	21
87	4	4	4	4	18	3	4	4	4	4	20
88	4	4	5	4	19	3	5	4	4	4	21
89	4	4	4	4	19	4	4	4	5	4	21
90	4	4	4	4	19	4	4	4	5	4	21

91	4	4	4	4	18	4	4	4	4	4	20
92	4	4	4	4	19	4	4	4	5	4	21
93	4	4	4	4	18	4	4	4	4	4	20
94	4	4	4	4	18	4	4	4	4	4	20
95	4	4	4	4	18	2	4	4	4	4	19
96	4	4	5	4	19	3	5	4	4	4	21
97	3	4	4	3	18	5	4	4	4	4	20
98	4	4	3	3	17	4	4	3	4	3	19
99	4	4	4	4	18	4	5	3	4	4	20
100	4	3	4	3	17	4	3	3	3	4	19
101	4	4	3	4	17	4	3	3	4	4	19
102	4	3	4	3	16	3	4	3	3	3	17
103	4	3	3	3	15	3	3	3	3	3	17
104	4	3	3	3	15	4	4	4	3	3	17
105	5	5	5	5	21	4	4	5	5	5	23
106	4	4	4	4	16	5	5	5	3	4	17
107	4	4	4	4	18	4	4	4	4	4	20
108	5	5	4	3	18	3	4	4	4	4	20
109	4	4	4	4	18	2	4	5	4	4	20
110	5	4	5	4	19	4	4	4	4	4	21
111	4	4	4	4	18	4	4	4	4	4	20
112	4	4	4	4	19	4	4	4	4	4	21
113	4	3	4	4	18	4	4	4	4	4	20
114	4	3	3	4	16	4	4	4	3	4	18
115	4	4	5	5	18	4	4	3	3	4	20
116	4	4	4	5	17	4	4	3	4	4	18
117	4	4	3	4	15	4	4	4	3	4	16
118	4	3	4	4	18	4	3	3	4	4	20
119	4	3	3	4	17	4	4	3	4	4	19
120	4	4	3	4	16	4	5	4	4	3	18
121	5	5	4	4	18	4	4	4	4	4	20
122	4	4	4	4	19	4	5	4	5	4	21
123	4	5	4	5	18	2	4	4	4	4	20
124	5	4	4	4	19	3	4	4	4	5	21
125	4	4	4	4	18	5	4	4	4	4	20
126	4	4	4	4	18	4	4	4	3	4	21
127	4	4	4	4	16	4	4	3	3	4	18
128	4	5	4	4	17	4	4	3	4	4	18
129	4	4	4	5	17	4	4	4	3	4	18
130	4	4	5	4	18	4	3	3	4	4	20





4	4	4	4	16	4	4	4	5	5	4	4	4	22
4	4	4	4	16	5	4	4	4	3	4	4	4	19
4	4	4	4	16	4	4	5	4	3	5	4	4	20
4	4	4	4	16	4	5	4	5	3	5	4	4	21
4	4	4	4	16	4	4	4	3	3	5	4	4	19
4	4	4	4	16	4	4	4	5	3	4	4	4	20
5	4	4	4	17	4	4	4	3	1	4	4	5	17
4	4	5	4	17	4	4	4	5	4	4	4	4	21
5	4	4	5	18	4	4	4	4	3	4	4	4	19
4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	16	4	4	4	4	3	4	4	4	19
4	5	4	4	17	4	5	4	3	2	5	4	4	18
4	4	4	5	17	4	4	4	3	2	4	4	4	17
4	4	4	4	16	4	4	4	4	2	4	4	4	18
4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	5	21
4	4	4	4	16	4	4	4	4	2	4	4	4	18
4	4	4	5	17	4	4	4	3	4	5	4	4	20
4	4	5	5	18	4	4	4	4	3	5	4	4	20
4	4	3	4	15	4	3	4	3	4	4	4	4	19
4	4	3	4	15	3	3	4	4	4	4	4	4	20
3	4	3	4	14	3	4	4	3	3	4	4	4	18
4	4	4	4	16	4	3	4	3	3	4	4	3	17
4	4	5	5	18	4	4	4	4	3	4	4	3	18
4	5	4	5	18	4	3	4	3	4	3	4	4	18
4	4	3	4	15	4	3	4	4	3	3	4	3	17
4	4	4	4	16	4	4	4	4	5	4	4	4	21
4	4	4	4	16	4	4	4	4	3	4	4	3	18
3	4	4	4	15	4	4	4	4	4	3	4	3	18
4	4	4	4	16	4	4	5	5	5	5	4	4	23
4	4	2	1	11	4	4	4	4	4	4	4	4	20
4	4	1	2	11	4	4	4	4	4	4	4	4	20
3	3	3	3	12	5	4	4	4	4	4	4	4	20
4	4	3	4	15	4	5	4	4	4	4	4	4	20
4	4	3	4	15	4	4	4	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	4	20
4	4	3	4	15	4	4	4	5	4	4	4	5	22
4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	4	20
4	5	4	4	17	4	4	4	5	4	4	4	4	21
4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	5	4	4	21
4	4	4	4	16	4	5	4	4	4	4	4	4	20
4	4	1	4	13	4	4	4	4	5	4	4	4	21
3	3	3	3	12	4	4	4	4	4	4	4	4	20
3	3	3	3	12	4	4	4	4	4	4	4	5	21
4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	5	4	4	21
4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	5	4	4	21
4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	5	4	4	21
4	4	4	4	16	4	5	4	4	4	4	4	4	20

4	4	4	4	16	4	4	3	4	4	4	4	4	20
4	4	1	2	11	4	3	3	3	4	4	4	4	19
4	4	5	3	16	4	4	4	4	4	4	4	5	21
5	5	5	5	20	3	4	3	4	4	4	4	4	20
4	3	3	4	14	4	3	4	4	5	4	3	3	19
3	3	4	4	14	3	4	3	4	4	4	4	4	20
3	4	3	4	14	3	3	3	4	4	3	4	4	19
4	3	4	4	15	3	3	3	4	4	4	4	3	19
4	4	3	3	14	5	5	5	3	4	3	3	4	17
4	4	3	3	14	4	4	4	4	4	3	3	3	17
3	3	3	4	13	4	4	4	4	4	3	3	3	17
3	4	4	4	15	5	4	3	4	4	5	5	5	23
5	5	5	5	20	4	4	4	3	3	3	4	4	17
4	4	4	4	16	4	5	4	4	4	4	4	4	20
4	4	3	3	14	4	4	4	4	4	4	4	4	20
5	5	5	2	17	4	4	4	4	4	4	4	4	20
5	4	4	4	17	3	4	4	4	4	4	4	5	21
4	4	4	4	16	3	3	4	4	4	4	4	4	20
4	4	3	4	15	4	5	5	4	5	4	4	4	21
4	4	4	4	16	4	4	5	4	4	4	4	4	20
3	3	3	4	13	4	3	4	4	4	3	4	3	18
5	3	3	4	15	3	4	4	4	4	3	4	5	20
4	4	5	4	17	3	3	4	3	3	4	4	4	18
4	3	3	4	14	4	3	4	3	3	3	4	3	16
4	4	4	4	16	5	4	4	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	3	19
4	4	4	4	16	5	4	5	4	4	4	3	3	18
4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	5	4	4	21
4	4	1	2	11	4	4	4	4	4	4	4	4	20
4	4	5	3	16	4	4	4	4	4	4	5	4	21
5	5	5	5	20	5	4	4	4	4	4	4	4	20
4	3	3	4	14	4	4	5	5	5	3	4	4	21
3	3	4	4	14	4	5	4	4	3	3	4	4	18
3	4	3	4	14	4	4	4	3	3	4	4	4	18
4	3	4	4	15	3	4	3	3	4	3	4	4	18
5	3	3	4	15	5	4	4	4	3	4	4	5	20

## Frequencies

[DataSet1] E:\TESIS MANAJEMEN STRATEGI\QADRI\new ref\QaDRI.sav

### Frequency Table

#### X1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	1	.8	.8	.8
	Kurang setuju	5	3.8	3.8	4.6
	Setuju	101	77.7	77.7	82.3
	Sangat Setuju	23	17.7	17.7	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

#### X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	2	1.5	1.5	1.5
	Tidak setuju	8	6.2	6.2	7.7
	Kurang setuju	21	16.2	16.2	23.8
	Setuju	86	66.2	66.2	90.0
	Sangat Setuju	13	10.0	10.0	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

#### X1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	1	.8	.8	.8
	Kurang setuju	24	18.5	18.5	19.2
	Setuju	88	67.7	67.7	86.9
	Sangat Setuju	17	13.1	13.1	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

#### X1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	1	.8	.8	.8
	Kurang setuju	17	13.1	13.1	13.8
	Setuju	96	73.8	73.8	87.7
	Sangat Setuju	16	12.3	12.3	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

**X2.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	1	.8	.8	.8
	Tidak setuju	5	3.8	3.8	4.6
	Kurang setuju	13	10.0	10.0	14.6
	Setuju	92	70.8	70.8	85.4
	Sangat Setuju	19	14.6	14.6	100.0
Total		130	100.0	100.0	

**X2.2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang setuju	14	10.8	10.8	10.8
	Setuju	92	70.8	70.8	81.5
	Sangat Setuju	24	18.5	18.5	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

**X2.3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	1	.8	.8	.8
	Kurang setuju	31	23.8	23.8	24.6
	Setuju	74	56.9	56.9	81.5
	Sangat Setuju	24	18.5	18.5	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

**X2.4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	1	.8	.8	.8
	Kurang setuju	18	13.8	13.8	14.6
	Setuju	79	60.8	60.8	75.4
	Sangat Setuju	32	24.6	24.6	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

**X2.5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang setuju	7	5.4	5.4	5.4
	Setuju	101	77.7	77.7	83.1
	Sangat Setuju	22	16.9	16.9	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

**X3.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	1	.8	.8	.8
	Kurang setuju	24	18.5	18.5	19.2
	Setuju	90	69.2	69.2	88.5
	Sangat Setuju	15	11.5	11.5	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

**X3.2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	4	3.1	3.1	3.1
	Tidak setuju	6	4.6	4.6	7.7
	Kurang setuju	32	24.6	24.6	32.3
	Setuju	77	59.2	59.2	91.5
	Sangat Setuju	11	8.5	8.5	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

**X3.3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	8	6.2	6.2	6.2
	Tidak setuju	6	4.6	4.6	10.8
	Kurang setuju	39	30.0	30.0	40.8
	Setuju	64	49.2	49.2	90.0
	Sangat Setuju	13	10.0	10.0	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

**X3.4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	2	1.5	1.5	1.5
	Tidak setuju	6	4.6	4.6	6.2
	Kurang setuju	24	18.5	18.5	24.6
	Setuju	84	64.6	64.6	89.2
	Sangat Setuju	14	10.8	10.8	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

**Y.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	4	3.1	3.1	3.1
	Tidak setuju	7	5.4	5.4	8.5
	Kurang setuju	31	23.8	23.8	32.3
	Setuju	76	58.5	58.5	90.8
	Sangat Setuju	12	9.2	9.2	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

**Y.2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	7	5.4	5.4	5.4
	Tidak setuju	12	9.2	9.2	14.6
	Kurang setuju	34	26.2	26.2	40.8
	Setuju	65	50.0	50.0	90.8
	Sangat Setuju	12	9.2	9.2	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

**Y.3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	2	1.5	1.5	1.5
	Kurang setuju	26	20.0	20.0	21.5
	Setuju	82	63.1	63.1	84.6
	Sangat Setuju	20	15.4	15.4	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

**Y.4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	1	.8	.8	.8
	Tidak setuju	4	3.1	3.1	3.8
	Kurang setuju	17	13.1	13.1	16.9
	Setuju	101	77.7	77.7	94.6
	Sangat Setuju	7	5.4	5.4	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

**Y.5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	1	.8	.8	.8
	Tidak setuju	3	2.3	2.3	3.1
	Kurang setuju	26	20.0	20.0	23.1
	Setuju	85	65.4	65.4	88.5
	Sangat Setuju	15	11.5	11.5	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

**X4.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang setuju	19	14.6	14.6	14.6
	Setuju	96	73.8	73.8	88.5
	Sangat Setuju	15	11.5	11.5	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

**X4.2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	1	.8	.8	.8
	Kurang setuju	29	22.3	22.3	23.1
	Setuju	88	67.7	67.7	90.8
	Sangat Setuju	12	9.2	9.2	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

**X4.3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	2	1.5	1.5	1.5
	Kurang setuju	23	17.7	17.7	19.2
	Setuju	92	70.8	70.8	90.0
	Sangat Setuju	13	10.0	10.0	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

## KUESIONER

### **Brand Equity (X1)**

**1. Anda merasa jika brand Xpander merupakan produk mitsubishi dan tahu dengan benar kualitasnya?**

- a. Sangat setuju
- b. Setuju
- c. Kurang setuju
- d. Tidak setuju
- e. Sangat tidak setuju

**2. Brand Xpander sangat berkesan dan sesuai dengan gayahidup anda?**

- a. Sangat setuju
- b. Setuju
- c. Kurang setuju
- d. Tidak setuju
- e. Sangat tidak setuju

**3. Anda merasa jika Brand Xpander memiliki kualitas yang bagus?**

- a. Sangat setuju
- b. Setuju
- c. Kurang setuju
- d. Tidak setuju
- e. Sangat tidak setuju



**4. Anda memang sangat menyukai Brand Xpander dibandingkan brand mobil lainnya?**

- a. Sangat setuju
- b. Setuju
- c. Kurang setuju
- d. Tidak setuju
- e. Sangat tidak setuju

**Kualitas Pelayanan (X2)**

**1. Tampilan mobil Xpander sesuai dengan selera anda?**

- a. Sangat setuju
- b. Setuju
- c. Kurang setuju
- d. Tidak setuju
- e. Sangat tidak setuju

**2. Kualitas mobil Xpander bisa di adu dan bergengsi?**

- a. Sangat setuju
- b. Setuju
- c. Kurang setuju
- d. Tidak setuju
- e. Sangat tidak setuju

**3. Karyawan yang memberikan pelayanan seperti informasi terkait mobil Xpander sangat sigap dan cepat tanggap?**

- a. Sangat setuju

- b. Setuju
- c. Kurang setuju
- d. Tidak setuju
- e. Sangat tidak setuju

**4. Mobil Xpander memiliki kualitas seperti yang dijelaskan oleh marketingnya?**

- a. Sangat setuju
- b. Setuju
- c. Kurang setuju
- d. Tidak setuju
- e. Sangat tidak setuju

**5. Karyawan dialer mobil Xpander tanggap dan perhatian ketika konsumen berkunjung?**

- a. Sangat setuju
- b. Setuju
- c. Kurang setuju
- d. Tidak setuju
- e. Sangat tidak setuju

**Loyalitas (X3)**

**1. Anda percaya terhadap kualitas dari mobil Xpander?**

- a. Sangat setuju
- b. Setuju
- c. Kurang setuju

- d. Tidak setuju
- e. Sangat tidak setuju

**2. Anda melihat bahwa mobil Xpander memiliki komitmen pasar yang senantiasa mendukung**

**konsumen?**

- a. Sangat setuju
- b. Setuju
- c. Kurang setuju
- d. Tidak setuju
- e. Sangat tidak setuju

**3. Anda sebagai konsumen senantiasa merasa tidak terbebani dengan apapun perubahan yang terjadi**

**pada prodk mobil Xpander ?**

- a. Sangat setuju
- b. Setuju
- c. Kurang setuju
- d. Tidak setuju
- e. Sangat tidak setuju

**4. Anda senantiasa senang dengan semua produk mobil Xpander?**

- a. Sangat setuju
- b. Setuju
- c. Kurang setuju
- d. Tidak setuju
- e. Sangat tidak setuju

**Word of Mouth (X4)**

**1. Anda menyarankan kepada keluarga, teman kerja, maupun orang lain untuk memilih mobil Xpander sebagai mobil keluarga?**

- a. Sangat setuju
- b. Setuju
- c. Kurang setuju
- d. Tidak setuju
- e. Sangat tidak setuju

**2. Anda memberikan penjelasan tentang resiko baik dan buruk ketika menyarankan kepada keluarga, teman kerja, maupun orang lain untuk memilih mobil Xpander sebagai mobil keluarga?**

- a. Sangat setuju
- b. Setuju
- c. Kurang setuju
- d. Tidak setuju
- e. Sangat tidak setuju

**3. Anda menyarankan agar keluarga, teman kerja, maupun orang lain untuk memilih mobil Xpander sebagai mobil keluarga berdasarkan pengalaman anda?**

- a. Sangat setuju
- b. Setuju
- c. Kurang setuju
- d. Tidak setuju
- e. Sangat tidak setuju

**Keputusan Pembelian (Y)****1. Mobil Xpander memenuhi kebutuhan mobil keluarga anda?**

- a. Sangat setuju
- b. Setuju
- c. Kurang setuju
- d. Tidak setuju
- e. Sangat tidak setuju

**2. Mobil Xpander dapat meningkatkan keyakinan anda terkait mobil keluarga yang menjanjikan?**

- a. Sangat setuju
- b. Setuju
- c. Kurang setuju
- d. Tidak setuju
- e. Sangat tidak setuju

**3. Mobil Xpander anda percaya sebagai mobil kepercayaan yang berkualitas baik?**

- a. Sangat setuju
- b. Setuju
- c. Kurang setuju
- d. Tidak setuju
- e. Sangat tidak setuju

**4. Anda berkomitmen membeli Mobil Xpander adalah pilihan terbaik?**

- a. Sangat setuju
- b. Setuju
- c. Kurang setuju
- d. Tidak setuju
- e. Sangat tidak setuju

**5. Mobil Xpander senantiasa meningkatkan kualitas produknya sehingga layak menjadi pilihan?**

- a. Sangat setuju
- b. Setuju
- c. Kurang setuju
- d. Tidak setuju
- e. Sangat tidak setuju