

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad subagyo. 2014. Manajemen Koperasi Simpan Pinjam. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Ari Anggarani Winadi Prasetyoning Tyas, dkk (2016) Pengaruh *Service Quality dan Brand Image* Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Konsumen Pada Inul Vizta Karaoke di Jakarta (studi kasus pada Kepuasan Konsumen Inul Vizta Karaoke di Jakarta) Jurnal Ekonomi Volume 7 Nomor 2, November 2016
- Adam, Muhammad, 2015, *Manajemen Pemasaran Jasa*, cetakan kesatu, penerbit : Alfabeta, Bandung.
- Adixio, R. F., & Saleh, L. 2013. Pengaruh Kualitas Layanan dan Nilai Yang Dirasakan Terhadap Niat Pembelian Ulang Melalui Mediasi Kepuasan Pelanggan Restoran Solaria di Surabaya. *Journal of Business and Banking* Vol. 3, No. 2, 152.
- Ali, Muhammad. 2011. Memahami Riset Prilaku dan Sosial. Penerbit : Pustaka Cendekia Utama. Bandung
- Alma Buchari, 2018. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, edisi revisi, cetakan ketigabelas, Penerbit : Alfabeta, Bandung
- Anang Hartono, dkk. (2015) Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening. *Management Analysis Journal* 4 (2) (2015) *Management Analysis Journal* [http:// journal. unnes. ac.id/sju /index. php/maj](http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/maj) 153. ISSN 2252-6552 Universitas Negeri Semarang
- Annisatun Nur Fitriani (2019) Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Semen di PT Semen Indonesia Logistik Cabang Gulomantung Gresik
- B. Fajarianto, N. Lubis, and S. Saryad (2013) Pengaruh Kualitas Pelayanan dan *Brand Image* Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (studi kasus pada CV. AHASS Sahabat Sejati Motor Tembalang Semarang) *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*. Home Vol.2 No.2 Tahun (2013)
- Choirina Ika Agustin (2018) Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan *Brand Image* Terhadap Loyalitas Pelanggan Koran Jawa Pos Radar Kediri. *Artikel Simki-Economic* Vol. 02 No. 03 Tahun 2018 ISSN : 2599-0748. Universitas Nusantara PGRI Kediri
- Cintya Damayanti, (2015) Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Variabel *Intervening*. *Management Analysis Journal* 4 (3) (2015) Universitas Negeri Semarang ISSN 2252-6552
- Daryanto dan Setyobudi Ismanto, 2014, *Konsumen dan Pelayanan Prima*, cetakan pertama, Penerbit : Gava Media, Yogyakarta

- Davidow, W.H.& Uttal, B. 2013 *Total Customer Service*. New York : Harper & Row Publisher.
- David A. Aaker, 2013, Manajemen Pemasaran Strategis, edisi kedelapan, Jakarta, Penerbit : Salemba Empat, Jakarta
- Dimiyati Mohammad, 2018. Strategi Pemasaran Untuk Menghadapi Persaingan Yang Dinamis, edisi Asli, Penerbit Mitra Wacana Media, Jakarta
- Evi Nurul Jannah, dkk (2018) Pengaruh Kualitas Layanan dan *Brand Image* Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan Matahari Department Store di Jember. Seminar Nasional Manajemen dan Bisnis ke-3 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember
- Fanany, Faishal. 2015. Pengaruh Brand Image dan Service Quality Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan PT Mitra Pinasthika Mustika Surabaya. Surabaya: Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya
- Fara Diba Eka Putri, (2018) Pengaruh *Brand Image* Dan Kualitas Produk Terhadap *Brand Loyalty* Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Sepatu Bata di Bandar Lampung) Jurnal Universitas Lampung Bandar Lampung
- Firda Fadillah, Hartiwi rabowo, (2014) Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen dan Dampaknya Terhadap Minat Beli Ulang Pada PT. Diva Karao. Jurnal Universitas Bina Nusantara, Jakarta
- Gedalia, Catherina Clara dan Subagio, Dr. Hartono. 2014. Pengaruh Kualitas Layanan dan Brand Image Terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Monopole Coffee Lab Surabaya). Surabaya: Jurnal Universitas Kristen Petra Program Studi Manajemen Pemasaran.
- Hasan, Ali. 2014. *Marketing dan Kasus-kasus Pilihan*. Buku satu, Cetakan Kedua. Penerbit CAPS, Yogyakarta.
- Hasan, Ali, 2014, *Marketing dan Kasus-kasus Pilihan*, cetakan pertama, Penerbit CAPS, Yogyakarta
- Harianto, David Subagio dan Hartono. 2013. .Analisa Pengaruh Kualitas Layanan, Brand Image, dan Atmosfer Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Konsumen Kedai Deja-Vu Surabaya Sebagai Variabel Intervening. Vol. 1 No. 1. Jurnal Ekonomi dan Bisnis
- Haryono dan Wardoyo. 2013. *Struktural Equation Modelling* Untuk Penelitian Manajemen Menggunakan Amos. Penerbit : Intermedia Personalia Utama, Jawa Barat:

- Hurriyati, Ratih. 2015. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Alfabeta, Bandung
- Irawan, Handy. 2014. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan, Paradigma Baru Merebut Hati Pelanggan untuk Memenangkan Persaingan*. Penerbit :Elex Media Komputindo, Jakarta
- Kasmir. 2014. *Dasar-Dasar Perbankan*, edisi resvisi, Penerbit : Raja Grafindo Persda, Jakarta
- Kiron Bahrul, 2015, *Mengukur Pelayanan dan Kepuasan Konsumen, edisi revisi*, cetakan keempat, Penerbit : Pustaka Reka Cipta, Bandung
- Kotler Philip dan Keller Kevin Lane, 2018. *Manajemen Pemasaran*, edisi keduabelas, jilid satu, cetakan ketiga, Penerbit : Indek, Jakarta
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2018. *Principles of Marketing*. edisi kelimabelas Global Edition. Pearson.
- Kurniawati, Dewi., Suharyono, Andriani Kusumawati.2014. Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan KFC Cabang Kawi Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*|Vol. 14 No. 2
- Limakrisna, Nandan dan Togi Parulian Purba. 2017. *Manajemen Pemasaran, Teori dan Aplikasi dalam Bisnis*. Edisi 2. Penerbit : Mitra Wacana Media, Jakarta
- Lovelock, Chirstopher & Jochen Writz. 2013. *Service Marketing People, Technology, Strategy. 7<sup>th</sup> edition*) Pearson Europe, Middle East & Afrika
- Lupiyoadi. 2016. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Mantauv, Suci Citra. 2014. Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Rush dengan Variabel Intervening Kepuasan Konsumen. *e-Jurnal Apresiasi Ekonomi* Volume 2, Nomor 2.
- Melias oliviana, dkk (2017) Pengaruh *Brand Image* Dan *Wom (word of mouth)* Terhadap Loyalitas Konsumen pada RM. Dahsyat Wanea *Jurnal EMBA* Vol.5 No.2 Juni 2017, Hal. 1081 ± 1092 ISSN 2303-1174
- Muhamdad Faraz, Rana. 2015. *Impact of Service and Customer Satisfaction on Customer Loyalty With Moderating Effect of Price Consciouness in Celluler Companies. Pakistan: Jurnal Riphah International University, Islamad, Pakistan.*
- M. Rahmatina, S, dkk (2016) Pengaruh *Brand Image* dan *Perceived Quality* Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia) *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*. Home Vol.5 No.1 Tahun (2016)

- Natasha Gabrielle, dkk (2018) Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Maskapai Garuda Indonesia. *Jurnal Manajemen Pemasaran* ISSN: 2089-3477 e-ISSN: 2477-4774. Volume 8 Nomor 1 November 2018
- Pamungkas, Dwiganjar Agnes dan Arry Widodo. 2018. Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Green Product Pertamina Turbo (RON 98) Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *E-Proceeding of Management* : Vol. 5 No. 2.
- Pramita Enggarwati* (2017) Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*. Home Vol.4 No.1 (2017) Universitas Diponegoro Malang
- Pramudyo, Anung. 2014. Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta di Yogyakarta). *Jurnal Akademi Manajemen (AMA) "YPK" Yogyakarta*.
- Priansa, Donni Juni. 2017. *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, edisi kedua, cetakan pertama, penerbit : Alfabeta, Bandung
- Putro R. Nur Cahyo Adi, dkk (2019) *Effect of Brand Image and Service Quality on Customer Satisfaction and Loyalty at Bank Jatim Syariah Surabaya*. *Jurnal International STIE Perbanas Surakarta RJOAS*, 3(87), March 2019
- Ramesh Neupane, (2015) *The Effects of Brand Image on Customer Satisfaction and Loyalty Intention in Retail Super Market Chain UK* (Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan dan Niat Loyalitas dalam Ritel Super Market Chain UK. *International Journal of Social Sciences and Management A Rapid Publishing Journal*. ISSN 2091-2986
- Rangkuti, Freddy. 2015. Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis, Penerbit : Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Ratnasari, Tri Ririn dan Mastuti H. Aksa. 2016. Manajemen Pemasaran *Jasa*. Penerbit : Ghalia Indonesia, Bogor.
- Rusdy Hasby (2018) *The Effect of Service Quality and Brand Image On Loyalty With Perception of Value as a Mediation Variable*. *Journal of Applied Management (JAM) Volume 16 Number 4, December 2018 Indexed in Google Scholar*

- Sangadji, Etta Mamang. Dan Sopiah, 2016. Perilaku Konsumen. Pendekatan Praktis Diserati: Himpunan Jurnal Penelitian. Jilid satu. Yogyakarta, Penerbit : Andi Offset
- Subagyo, Ahmad, 2014, *Marketing In Business*, edisi pertama, Penerbit : Mitra Wacana Media, Jakarta
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran : Teori dan Implementasi*, edisi pertama, cetakan pertama, Penerbit : Andi Offset, Yogyakarta.
- Sugiyono, 2016, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&B, Cetakan Ke-21, Penerbit : Alfabeta, Bandung.
- Sujarweni, V., Wiratna. 2016. Kupas Tuntas Penelitian Akuntansi Dengan SPSS, edisi lengkap. Penerbit : Pustaka Baru Press. Yogyakarta
- Sulistian, Ogi. 2011. (Pengaruh Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan Rokok Gudang Garam Filter) Kuningan: Fakultas Ekonomi Universitas Kuningan.Semarang
- Sumarwan, Ujang. 2011. Perilaku Konsumen edisi kedua. Ghalia Indonesia: Bogor
- Sunyoto, Danang. 2015. *Strategi Pemasaran, Konsep Memenangkan Persaingan Bisnis dan Menakar Keberhasilan Strategi Menarik Konsumen*. Cetakan Pertama. Penerbit : CAPS, Yogyakarta
- Suryani, Tatik. 2013. Perilaku Konsumen di Era Internet. Implikasinya pada Strategi Pemasaran. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Sutisna, 2013, Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran, Erlangga, Jakarta.
- Tannady, Hendy. 2015. Pengendalian Kualitas, cetakan pertama, Penerbit : Graha Ilmu, Jakarta
- Tjiptono Fandy, 2014, Strategi Pemasaran, edisi kedua, cetakan ketujuh, Penerbit : Andi Offset, Yogyakarta
- , 2015. Strategi Pemasaran, Distribusi Pelanggan Pasar Branding Produk Harga, edisi keempat, Penerbit : Andi Yogyakarta
- , 2019. Pemasaran Jasa Prinsip Penerapan Penelitian, edisi terbaru, Penerbit : Adni Offset, Jakarta
- Tjiptono, Fandy., Chandra Gregorius. 2016, Servies, Quality & Satisfasion. edisi keempat, Penerbit : Andi Offset, Yogyakarta.
- , 2019 Service, Quality & Customer Satisfaction, Penerbit : Andi, edisi kelima, Jakarta
- Tjiptono Fandy dan Anastasia Diana, 2019. Kepuasan Pelanggan Konsep, Pengukuran dan Strategi, Penerbit : Andi Yogyakarta

- T. Motolalu, Marcelitha. 2015. *The Impact of Service Quality and Price to Customer Satisfaction and Customer Loyalty in Swiss-BelHotel Manado*. Manado: *Jurnal International Business Administration* (IBA) University of SAM Ratulangi Manado.
- Tumpal P., Handro. 2012. "Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen". *Management Analysis Journal*. Vol. 1, No. 1. Hal. 1-7 Universitas Negeri Semarang (UNNES). Semarang.
- Umar, Husein. 2013. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Edisi Kedua. Cetakan 12. Penerbit : Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Visser, Gattol, Dan Van Der Helm. 2015. *Communicating Sustainable Shoes to Mainstream Consumers : The Impact of Advertisement Design on Buying Intention*. *Journal of Management Business*.
- Wenur, Christy. 2015. Pengaruh Strategi Green Marketing, Citra Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Terhadap Pengguna (Survey pada The Boddy Shop, Manado Town Square). Universitas Sam Ratulangi, Manado. *Jurnal EMBA*. Vol.3, No.2 Juni 2015. <http://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/8532/8107>. Diakses pada 1 Agustus 2015. Hal 247-374.
- Wibowo, Lili Adi & Donni Juni Priansa. 2017. *Manajemen Komunikasi dan Pemasaran*. Penerbit Alfabeta. Bandung
- Wicaksono, Muhammad. 2011. *Analisis Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*. Penerbit : Bumi Aksara. Jakarta
- Widjoyo Putro, Shandy. 2014. Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya. Surabaya: *Jurnal Manajemen Pemasaran Universitas Kristen Petra*.
- Wu, Tai-Chi. 2015. *The Journal of Business Management. The Influence of Service Quality, Brand Image, and Customer Satisfaction on Customer Loyalty for Private Karaoke Rooms in Taiwan*. Vol. 11 No. 1
- Yamit, Zulian. 2014. *Manajemen Kualitas Produk Dan Jasa*. Penerbit : Ekonesia, Yogyakarta

## **KUESIONER PENELITIAN**

### **PENGARUH BRAND IMAGE DAN SERVICE QUALITY TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. BOSOWA BERLIAN MOTOR DI KOTA MAKASSAR**

Kepada :  
Yth. Bpk/Ibu/Sdr/i  
Pelanggan Mobil XPander  
Di Kota Makassar

Bapak/Ibu/Saudara/i Responden Yang terhormat, Kuesioner ini dibuat dalam rangka menunjang kegiatan penelitian yang dilakukan oleh peneliti selaku Mahasiswa Program Pasca Sarjana Jurusan Magister Manajemen Universitas Hasanuddin Makassar, maka saya mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu/ Saudara/i untuk memberikan pendapat mengenai Pengaruh Brand Image dan Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan pada PT. Bosowa Berlian Motor di Kota Makassar kepada pelanggannya dengan mengisi angket atau kuesioner yang telah disediakan.

Atas bantuan dan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi kuesioner ini saya ucapkan terima kasih.

**Hormat Kami**

**Andi Nur Ichsan Alqadri**

## TANGGAPAN RESPONDEN

Tanggapan Responden Mengenai Pengaruh Brand Image dan Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan pada PT. Bosowa Berlian Motor di Kota Makassar. Berikanlah jawaban mengenai persepsi anda dengan memberikan tanda check list (√) pada salah satu jawaban yang paling sesuai dengan penilaian anda. Kriteria penilaiannya adalah sebagai berikut :

- SS = Sangat Setuju  
S = Setuju  
CS = Cukup Setuju  
TS = Tidak Setuju  
STS = Sangat Tidak Setuju

### A. PROFIL RESPONDEN

1. JenisKelamin:
  - a. Laki-laki
  - b. Perempuan
2. Usia :
  - a. 20–29 tahun
  - b. 30–39 tahun
  - c. > 40 tahun
3. Tingkat Penghasilan Perbulan :
  - a. 5,1 – 10 Juta
  - b. 10,1 – 15 Juta
  - c. 15,1 – 20 Juta
  - d. > 20 Juta
4. Status Pernikahan :
  - a. Belum menikah
  - b. Sudah menikah
5. Lama Menggunakan Produk :
  - a. < 1 tahun
  - b. 1,1 - 3 tahun
  - c. 3,1 – 5 tahun
  - d. > 5 tahun



**1. Brand Image**

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban Responden				
		STS	TS	CS	S	SS
1	Merek Mitsubishi Xpander diproduksi atau dibuat oleh nama besar perusahaan					
2	Jaringan penjualan Mitsubishi Xpander sangat luas dan tersebar di pelosok tanah air					
3	Mobil Mitsubishi Xpander memiliki kualitas produk yang terjamin					
4	Mobil Mitsubishi Xpander sesuai dengan kepribadian saya					

**2. Service Quality**

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban Responden				
		STS	TS	CS	S	SS
1	Mobil merek Mitsubishi Xpander memiliki penampilan fisik yang tangguh, sehingga mampu menempuh perjalanan jauh					
2	Kehandalan karyawan dalam melayani pelanggan					
3	Daya tanggap karyawan terhadap pemberian informasi mengenai mobil merek Mitsubishi Xpander					
4	Kualitas sparepart mobil merek Mitsubishi Xpander yang terjamin					
5	Kemampuan PT. Bosowa Berlian Motor memberikan kesan terbaik di hati pelanggan					

**3. Kepuasan Pelanggan**

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban Responden				
		STS	TS	CS	S	SS
1	Saya puas bahwa mobil Mitsubishi Xpander sesuai harapan dengan apa yang dijanjikan perusahaan					
2	Mobil merek Mitsubishi Xpander yang ditawarkan perusahaan mudah dioperasikan					
3	Saya berkomitmen untuk tetap menggunakan mobil Mitsubishi Xpander					

4	Kepuasan yang saya rasakan sehingga berniat untuk merekomendasikan kepada pihak lain mengenai mobil Mitsubishi Xpander					
---	--	--	--	--	--	--

#### 4. Loyalitas Pelanggan

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban Responden				
		STS	TS	CS	S	SS
1	Saya selalu melakukan pembelian ulang atas merek mobil Mitsubishi untuk keluaran terbaru khususnya Xpander					
2	Saya memiliki rasa suka yang besar pada mobil merek Mitsubishi Xpander					
3	Ketetapan hati saya tidak beralih terhadap mobil Mitsubishi Xpander					
4	Saya memiliki keyakinan yang besar pada Mobil Mitsubishi Xpander sebagai merek yang terbaik					
5	Saya selalu merekomendasikan kepada orang lain keluarga dan teman mengenai keunggulan mobil merek Mitsubishi Xpander					

**\*SEKIAN DAN TERIMA KASIH\***

### Lampiran 4 : Frekuensi Jawaban Responden Frequencies

	N		Mean	Sum
	Valid	Missing		
Jenis Kelamin	85	0	1.4000	119.00
Usia	85	0	2.3529	200.00
Tingkat Pendidikan Terakhir	85	0	2.7529	234.00
Jenis Pekerjaan	85	0	2.4824	211.00
Tingkat Penghasilan	85	0	1.6000	136.00
Lama menggunakan mobil Xpander	85	0	2.8471	242.00
X1.1	85	0	3.7412	318.00
X1.2	85	0	3.7529	319.00
X1.3	85	0	3.7647	320.00
X1.4	85	0	3.5765	304.00
X2.1	85	0	3.4706	295.00
X2.2	85	0	3.4353	292.00
X2.3	85	0	3.3294	283.00
X2.4	85	0	3.4235	291.00
X2.5	85	0	3.5529	302.00
Z.1	85	0	3.3176	282.00
Z.2	85	0	3.7765	321.00
Z.3	85	0	3.8706	329.00
Z.4	85	0	4.1412	352.00
Y.1	85	0	3.5412	301.00
Y.2	85	0	3.8941	331.00
Y.3	85	0	3.8824	330.00
Y.4	85	0	4.0471	344.00

### Frequency Table

		Jenis Kelamin			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	Laki Laki	51	60.0	60.0	60.0
	Perempuan	34	40.0	40.0	100.0
Total		85	100.0	100.0	

**Usia**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20-29 Tahun	11	12.9	12.9	12.9
	30-39 Tahun	33	38.8	38.8	51.8
	> 40 Tahun	41	48.2	48.2	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

**Tingkat Pendidikan Terakhir**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA	10	11.8	11.8	11.8
	Diploma (D.3)	22	25.9	25.9	37.6
	Sarjana (S.1)	37	43.5	43.5	81.2
	Pasca Sarjana (S.2)	11	12.9	12.9	94.1
	Lainnya (Sebutkan)	5	5.9	5.9	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

**Jenis Pekerjaan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pegawai Negeri Sipil (PNS)	15	17.6	17.6	17.6
	Karyawan Swasta	24	28.2	28.2	45.9
	Pengusaha	36	42.4	42.4	88.2
	Lainnya	10	11.8	11.8	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

**Tingkat Penghasilan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	5.1-10 Juta	46	54.1	54.1	54.1
	10.1-15 Juta	30	35.3	35.3	89.4
	15.1-20 Juta	6	7.1	7.1	96.5
	> 20 Juta	3	3.5	3.5	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

**Lama menggunakan mobil Xpander**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 1 Tahun	9	10.6	10.6	10.6
	1.1-3 Tahun	26	30.6	30.6	41.2
	3.1-5 Tahun	19	22.4	22.4	63.5
	> 5 Tahun	31	36.5	36.5	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

**X1.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	36	42.4	42.4	42.4
	S	35	41.2	41.2	83.5
	SS	14	16.5	16.5	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

**X1.2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	36	42.4	42.4	42.4
	S	34	40.0	40.0	82.4
	SS	15	17.6	17.6	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

**X1.3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	10	11.8	11.8	11.8
	CS	21	24.7	24.7	36.5
	S	33	38.8	38.8	75.3
	SS	21	24.7	24.7	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

**X1.4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	19	22.4	22.4	22.4
	CS	13	15.3	15.3	37.6
	S	38	44.7	44.7	82.4
	SS	15	17.6	17.6	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

**X2.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	16	18.8	18.8	18.8
	CS	26	30.6	30.6	49.4
	S	30	35.3	35.3	84.7
	SS	13	15.3	15.3	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

**X2.2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	22	25.9	25.9	25.9
	CS	19	22.4	22.4	48.2
	S	29	34.1	34.1	82.4
	SS	15	17.6	17.6	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

**X2.3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	22	25.9	25.9	25.9
	CS	23	27.1	27.1	52.9
	S	30	35.3	35.3	88.2
	SS	10	11.8	11.8	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

**X2.4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	19	22.4	22.4	22.4
	CS	25	29.4	29.4	51.8
	S	27	31.8	31.8	83.5
	SS	14	16.5	16.5	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

**X2.5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	21	24.7	24.7	24.7
	CS	15	17.6	17.6	42.4
	S	30	35.3	35.3	77.6
	SS	19	22.4	22.4	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

**Z.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	14	16.5	16.5	16.5
	CS	31	36.5	36.5	52.9
	S	39	45.9	45.9	98.8
	SS	1	1.2	1.2	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

**Z.2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	6	7.1	7.1	7.1
	3.00	22	25.9	25.9	32.9
	4.00	42	49.4	49.4	82.4
	5.00	15	17.6	17.6	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

**Z.3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	7	8.2	8.2	8.2
	CS	23	27.1	27.1	35.3
	S	29	34.1	34.1	69.4
	SS	26	30.6	30.6	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

**Z.4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	2.4	2.4	2.4
	CS	21	24.7	24.7	27.1
	S	25	29.4	29.4	56.5
	SS	37	43.5	43.5	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

**Y.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	10	11.8	11.8	11.8
	CS	25	29.4	29.4	41.2
	S	44	51.8	51.8	92.9
	SS	6	7.1	7.1	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

**Y.2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	2.4	2.4	2.4
	CS	29	34.1	34.1	36.5
	S	30	35.3	35.3	71.8
	SS	24	28.2	28.2	100.0
	Total	85	100.0	100.0	



## Y.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	4	4.7	4.7	4.7
	CS	27	31.8	31.8	36.5
	S	29	34.1	34.1	70.6
	SS	25	29.4	29.4	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

## Y.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	7	8.2	8.2	8.2
	CS	16	18.8	18.8	27.1
	S	28	32.9	32.9	60.0
	SS	34	40.0	40.0	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

	Brand Image	Kepuasan Pelanggan	Loyalitas Pelanggan	Service Quality
X1.1	<b>0.897</b>			
X1.2	<b>0.881</b>			
X1.3	<b>0.864</b>			
X1.4	<b>0.895</b>			
X2.1				<b>0.798</b>
X2.2				<b>0.765</b>
X2.3				<b>0.794</b>
X2.4				<b>0.768</b>
X2.5				<b>0.710</b>
Y.1			<b>0.926</b>	
Y.2			<b>0.858</b>	
Y.3			<b>0.901</b>	
Y.4			<b>0.891</b>	
Z.1		<b>0.930</b>		
Z.2		<b>0.825</b>		
Z.3		<b>0.901</b>		
Z.4		<b>0.865</b>		

Lampiran 6 : Outlier Loading

## Lampiran 7 : Cross Loading

	Brand Image	Kepuasan Pelanggan	Loyalitas Pelanggan	Service Quality
X1.1	0.897	0.661	0.693	0.485
X1.2	0.881	0.669	0.643	0.422
X1.3	0.864	0.589	0.626	0.375
X1.4	0.895	0.696	0.706	0.367
X2.1	0.295	0.476	0.489	0.798
X2.2	0.511	0.595	0.545	0.765
X2.3	0.228	0.462	0.459	0.794
X2.4	0.441	0.548	0.549	0.768
X2.5	0.262	0.436	0.466	0.710
Y.1	0.687	0.806	0.926	0.654
Y.2	0.635	0.738	0.858	0.587
Y.3	0.718	0.850	0.901	0.560
Y.4	0.660	0.804	0.891	0.556
Z.1	0.680	0.930	0.795	0.665
Z.2	0.581	0.825	0.710	0.502
Z.3	0.680	0.901	0.827	0.557
Z.4	0.664	0.865	0.816	0.603

## Lampiran 8 : Cronbach's Alpha dan Reliabilitas Komposit

	Cronbach's Alpha	Reliabilitas Komposit	Rata-rata Varians Diekstrak (AVE)
Brand Image	<b>0.907</b>	<b>0.935</b>	<b>0.782</b>
Kepuasan Pelanggan	<b>0.903</b>	<b>0.933</b>	<b>0.776</b>
Loyalitas Pelanggan	<b>0.916</b>	<b>0.941</b>	<b>0.800</b>
Service Quality	<b>0.826</b>	<b>0.877</b>	<b>0.589</b>

**Lampiran 9 : R Square dan Adjusted R Square**

	R Square	Adjusted R Square
Kepuasan Pelanggan	0.678	0.670
Loyalitas Pelanggan	0.829	0.822

**Lampiran 10 : Uji****Jalur**

	Sampel Asli (O)	Rata-rata Sampel (M)	Standar Deviasi (STDEV)	T Statistik (  O/STDEV  )	P Values
Brand Image -> Kepuasan Pelanggan	0.552	0.553	0.091	6.046	<b>0.000</b>
Brand Image -> Loyalitas Pelanggan	0.212	0.215	0.103	2.057	<b>0.040</b>
Kepuasan Pelanggan -> Loyalitas Pelanggan	0.655	0.648	0.106	6.199	<b>0.000</b>
Service Quality -> Kepuasan Pelanggan	0.406	0.407	0.091	4.447	<b>0.000</b>
Service Quality -> Loyalitas Pelanggan	0.125	0.127	0.048	2.626	<b>0.009</b>

**Lampiran 11 : Hasil Uji Sobel Test Pengaruh Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan****Lampiran 12 : Hasil Uji Sobel Test Pengaruh Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan**

