

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan terkait berbagai factor yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan dalam Kualitas layanan dan Citra Merek. Maka kesimpulan didalam penelitian ini yaitu :

1. Kualitas Layanan (X1) secara persial berdampak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan hasil Uji T didapat $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2460 > 0,1990$ dengan nilai signifikan $0.002 < 0.05$ H_o diterima serta h_{a1} ditolak. Artinya terdapat pengaruh signifikan antara satu variable independent pada variable dependen.
2. Kualitas Layanan (X1) secara persial berdampak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan hasil Uji T didapat $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2.320 > 0,1990$ dengan nilai signifikan $0.023 < 0.05$ H_o diterima serta h_{a1} ditolak. Yang berarti terdapat pengaruh signifikan antara satu variable independent pada variable dependen.
3. berdasarkan Uji F variable Kualitas Layanan dan Citra Merek secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan hasil Uji F diperoleh $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($21.595 >$

3.11) dengan nilai signifikan $0.0000 < 0.05$ sehingga H_{a2} diterima dan H_0 ditolak. Dapat disimpulkan bahwa variable Kualitas layanan (X1), dan variable Citra Merek (X2) berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan. Yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara satu variable independen terhadap variable dependen.

Dapat disimpulkan bahwa variable Kualitas Layanan (X1), dan Citra Merek (X2) berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan.

5.2. Saran

5.2.1 Bagi Lembaga Terkait

Dari hasil penelitian diketahui variable Kualitas Layanan dan Citra Merek mempengaruhi Kepuasan Pelanggan. Oleh karena itu PT. Meka Asia Property disarankan untuk terus memperhatikan dan meningkatkan Kualitas Layanan dan Citra Merek agar konsumen Merasa Puas.

5.2.2 Bagi Akademi

Diharapkan dapat terus menerus mengembangkan penelitian ini dengan meneliti factor lain seperti resiko berbisnis dan kesesuaian dll yang mempengaruhi minat konsumen untuk berinvestasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiyanta, F. C. Susila. 2019. "Hukum dan Studi Penelitian Empiris: Penggunaan Metode Survey sebagai Instrumen Penelitian Hukum Empiris." *Administrative Law and Governance Journal* 2(4):700. doi: 10.14710/alj.v2i4.697-709.
- Agustian, I., Saputra, H. E., & Imanda, A. (2019). Pengaruh Sistem Informasi Manajemen Terhadap Peningkatan Kualitas Pelayanan Di Pt. Jasaraharja Putra Cabang Bengkulu. *Profesional: Jurnal Komunikasi dan Administrasi Publik*, 6(1), 45. <https://doi.org/10.37676/professional.v6i1.837>
- Aisyah, S. R., & Tuti, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Dengan Kepuasan Pelanggan Di Restoran Joe's Grill Swiss Bell-Hotel Mangga Besar. *Esensi: Jurnal Manajemen Bisnis*, 25(2), 178.
- Ardianti, Sekar Dwi dkk. 2017. Implementasi Project Based Learning (PjBL) Berpendekatan Science Edutainment Terhadap Kreativitas Peserta Didik. *Jurnal Refleksi Edukatika*, 7 (2), 146-150.
- Anggy Giri Prawiyogi, Tia Latifatu Sadiyah, Andri Purwanugraha, P. N. E. (2021). Penggunaan Media Big Book untuk Menumbuhkan Minat Membaca di Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 5(1), 449. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v5i1.787>
- Ardiyanti, Y., & Utami, M. R. (2017). *Identifikasi miskonsepsi siswa pada materi sistem reproduksi*. 2(2), 20.
- Asiyah, N. (2010). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Komplain Penghuni Rusunawa Klender Jakarta Timur. *Asiyah, Nur*, 2-3.
- Asngari, P., Susanto, D., Sugihen, B., & Mokoginta, M. (2009). The Client Characteristics and Perception. *Journal of Education*, 5(1), 94.
- Barata, Atep Adya. 2003. Dasar- Dasar Pelayanan Prima. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.
- Batari, A., Bima, M. J., & Rahman, Z. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Mobil Ford. *SEIKO Journal of Management & Business*, 2(1), 1-10.

- Budiyanto, A. (2018). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Layanan dan Brand Image Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen di PT. Yerry Primatama Hosindo. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 1(3), 71–80.
- Cynthia Violita Wijaya., 2017., Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Tokopedia.com), *Jurnal Program Manajemen Bisnis Universitas Kristen Petra*, Vol. 5, No. 1.
- Dikto, W. M. G. P. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan pupuk kujang. *JURNAL MANAJEMEN FE-UB*, 8(2), 79.
- Drucker,P.F.(1969),”The Practice of Management”, New York : Harper & Row
- Dharmayanti, D. 2006. Analisis Dampak Service Performance dan Kepuasan Sebagai Moderating Variable Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi pada Nasabah Tabungan Bank Mandiri Cabang Surabaya). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 1, No. 1, hal. 35–43.
- Dwi, V., & Safavi, R. (2021). *Pengaruh kualitas pelayanan dan citra merek terhadap kepuasan konsumen kartu prabayar The influence of service quality and brand image on prepaid card consumer satisfaction*. 13(1), 144.
- Fajrianti, dan Zatul Farrah, 2005, Strategi Perluasan Merek dan Loyalitas Konsumen, *Jurnal INSAN*, Vol. 7, No. 3.
- Fatih Imantoro, S. S. (2018). Pengaruh Citra Merek,Iklan, dan Cita Rasa terhadap Keputusan Pembelian (survei terhadap Konsumen Mi Instan Merek Indomie di Wilayah Um Al-Hamam Riyadh). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 180.
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Badan Penerbit Universitas Diponegoro Edisi 8; Semarang.
- 2005:5, G. (2014). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan KFC Cabang Kawi Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 14(2), 3–4.
- Hilmiatus Sahla¹, Muhammad Sayuti², Ricky Syahputra³, A. (2019). Gambar 1 Konsep Pemasaran. *Jurnal Pionir LPPM Universitas Asahan*, 5(2), 58. Pemasaran. Jakarta: Bumi Aksara.
- Henny, Henny. “Pengaruh Manajemen Laba Dan Karakteristik Perusahaan

- Terhadap Tax Avoidance.” *Jurnal MUara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis* 3, no. 1 (2019). <https://doi.org/10.24912/jmieb.v3i1.4021>
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 dan 2 . Edisi ke 13. Diterjemahkan oleh Bob Sabran. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Dua Belas. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Mangement*.
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Keduabelas Jilid 1*. Jakarta: Erlangga. 2008.
- Kotler dan Amstrong, (2012). *Prinsip-prinsip Marketing*, Edisi Ketujuh, Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Kotler, P. and K. L. K. (2016). *Marketing Managemen (15th ed.)*. Pearson Education, Inc.
- Kotler, P.(1997),” *Marketing Management: Analysis, Planning, and Control*”. 9th Ed. London: Prentice-Hall, International.Inc
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1 Edisi Ke-12*. Alih Bahasa oleh Bob Sabran. Erlangga. Jakarta.
- Kurniawan, M., & Hildayanti, S. K. (2019). Analisis Citra Merek, Harga, Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen di Kota Palembang (Studi Kasus Konsumen Grab). *Jurnal Ecoment Global*, 4(2).
- Kusuma, W., & Marlina, N. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Go-Jek Di Kota Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(2).
- Lilik Trianah, Diah Pranitasari, S. Z. M. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan D’besto Mangun Jaya 2 Tambun Selatan). *Stei Ekonomi*, 26(01), 112–114.
- Laksana,Fajar.2018. *Manajemen Pemasaran*.Yogyakarta: Graha Ilmu
- Lukitaningsih, A. (2013). Perkembangan Konsep Pemasaran: Implementasi dan Implikasinya. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, 3(1), 22. <https://doi.org/10.30588/jmp.v3i1.85>
- Lupiyoadi,R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat
- Lupiyoadi dan Hamdani. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba

Empat

- Maulana, A. S. (2016). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan PT . TOI. *Jurnal Ekonomi*, 7(2), 121.
- Mutmainnah, M. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 10(2), 201. <https://doi.org/10.25105/jmpj.v10i2.2344>
- Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *JURNAL ABIWARA*, 1(2), 76. <https://doi.org/10.31334/abiwara.v1i2.795>
- Mursyidah, D. S. (2021). Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Di Showroom X Kota Bandung. *Journal Management*, 20(3), 224. <https://doi.org/10.33557/mbia.v20i3.1569>
- Parto Purba, R. (2017). Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jom Fisip*, 4(1), 5.
- Rangkuti, Freddy. (2011). *Measuring Customer Satisfaction : Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan & Analisis Kasus PLN – JP*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2017). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Swastha, Basu, dan Ibnu Sukotjo W, 2002, *Pengantar Bisnis Modern*, Edisi Ketiga, Liberty. Yogyakarta
- Sanaky, Musrifah M. (2021). Analisis FaktorFaktor Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama Man 1 Tulehu Maluku Tengah. *Jurnal Simetrik* Vol. 11 No.1.
- Sari, M. S., & Zefri, M. (2019). Pengaruh Akuntabilitas, Pengetahuan, dan Pengalaman Pegawai Negeri Sipil Beserta Kelompok Masyarakat (Pokmas) Terhadap Kualitas Pengelolaan Dana Kelurahan Di Lingkungan Kecamatan Langkapura. *Jurnal Ekonomi*, 21(3), 311.
- Setyowati, Erni Wiyadi. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Pemediasi. *Jurnal Manajemen DayaSaing*, 2017 (2), 104-105
- Singarimbun, Masri dan (Ed) Sofian Effendi. 1995. *Metode Penelitian Survai*. Jakarta, LP3ES

- Safavi, V. D. R., & Hawignyo. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Kartu Prabayar. *Jurnal Manajemen*, 13(1), 142–150.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: CV. ALFABETA.
- Setyowati, E. W. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Pemeditasi. *Jurnal Manajemen Dayasaing*, 18(2), 104–105. <https://doi.org/10.23917/dayasaing.v18i2.4507>
- Soeratno dan Lincoln Arsyad. 2008. *Metodelogi Penelitian*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan YKPN.
- Sugiyono. (2010) .*Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Stanton, W.J.(1994), *Fundamentals of Marketing*, 10th Ed. Tokyo: Kogakusha, McGraw-Hill Book Company
- Sutisna. 2001. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Singarimbun, Masri dan Effendi, S. 1995. *Metode Penelitian Survey*. Jakarta : LP3ES.
- Sciffman, & Kanuk. 2010. *Perilaku Konsumen*. PT Indek.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran (Edisi Ke-3)*. CV. Andi Offset. Yogyakarta.
- Uhing, F. T. L. K. (2015). Pengaruh kualitas pelayanan, citra ... Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Taplus Bni Kantor Cabang Utama Manado. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Taplus Bni Kantor Cabang Utama Manado*, 3(3), 555–556.
- Wibowati, J. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt Muarakati Baru Satu Palembang. *Jurnal Manajemen*, 8(2), 6. <https://doi.org/10.36546/jm.v8i2.348>
- Widiyanto, G. G. T. (2018). (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2016/2017 dan 2017/2018). In *Kepuasan Pelanggan*.



Lampiran I Kuesioner Penelitian

Assalamualaikum Wr.Wb

Kepada Yth: Saudara/i

Di Tempat

Dalam rangka melakukan penelitian untuk penyusun tugas skripsi pada program studi Administrasi Bisnis (S1) di Universitas Muhammadiyah Mataram, saya :

Nama : Nadra Bima Wati

NIM : 2019B1C061

Fakultas/Jurusan : FISIPOL/ Administrasi Bisnis

Judul Proposal Skripsi : Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada PT. Meka Asia Property

Bermaksud melakukan penelitian dengan judul “**PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN Studi Kasus Pada PT. Meka Asia Properti**”. Oleh karena itu, demi tercapainya penelitian ini, saya mohon kesediaan bapak/ibu/sdr/i

untuk mengisi kuesioner yang telah disediakan dengan sebenar-benarnya. Identitas dan jawaban yang telah diisi hanya digunakan untuk keperluan penelitian dan akan dijaga kerahasiaannya. Atas waktu dan Partisipasinya saya ucapkan terimakasih.

Lampiran II Identitas Responden

Berilah jawaban anda atas pertanyaan-pertanyaan dengan tanda (ceklist) pada kolom yang tersedia. Tersedia lima pilihan yaitu :

Instruksi: yang terhormat Mahasiswa/I (responden). Dibawah ini terdapat beberapa pernyataan. Baca dan pahamiilah setiap pernyataan dengan seksama, kemudian tandai pernyataan tersebut berdasarkan skala likert 1-5 dengan informasi sebagai berikut :

Keterangan nilai kolom jawaban dibawah ini:

SS	: Sangat Setuju	(5)
S	: Setuju	(4)
KS	: Kurang Setuju	(3)
TS	: Tidak Setuju	(2)
STS	: Sangat Tidak Setuju	(1)

A. Karakteristik Responden

Nama :
Jenis Kelamin : 1). Pria 2). Wanita
Usia Saat ini : a). 16-18 Tahun d). 25-27 Tahun

2. Variabel Citra Merek (X₂)

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1.	PT. Meka Asia Property Memiliki merek yang sudah dikenal oleh masyarakat luas					
2.	PT. Meka Asia Property memiliki merek yang menambah citra diri penggunaannya					
3.	PT. Meka Asia Property memiliki ciri khas yang berbeda dengan merek lain					
4.	Apakah PT. Meka Asia Property membuat anda merasa aman dan nyaman					
5.	Apakah merek pada PT. Meka Asia Property memberikan kepuasan kepada anda					

3. Variabel kepuasan pelanggan (Y)

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya memilih membeli lagi di PT. Meka Asia Property					
2.	Saya mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan PT. Meka Asia Property kepada orang lain dan merekomendasikannya					
3.	Saya sangat puas berbisnis					

	dengan perusahaan PT. Meka Asia					
4.	PT. Meka Asia Property selalu menyediakan produk original dengan kualitas terbaik					
5.	Apakah harga yang ditawarkan PT. Meka Asia Property sebanding dengan kualitas produk					

Lampiran 3. Hasil Tabulasi Jawaban Responden

1. Jawaban Responden Variabel Kualitas Layanan (X1)

NO	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5
1	4	5	5	5	5
2	5	5	5	5	5
3	4	3	5	5	4
4	5	5	5	5	4
5	5	4	4	4	4
6	3	4	3	4	4
7	1	2	4	2	1
8	4	4	4	4	4
9	4	4	3	4	3
10	3	2	3	3	4
11	5	5	4	4	4
12	4	5	5	4	5
13	4	4	5	5	5
14	5	5	5	5	5
15	4	4	4	4	4
16	5	4	5	4	5
17	3	4	3	4	3
18	5	5	5	5	5
19	4	4	4	4	4
20	5	5	5	5	5

21	3	2	2	2	2
22	4	4	5	5	5
23	5	4	5	4	4
24	5	5	5	5	5
25	4	5	5	5	5
26	5	5	5	5	5
27	2	2	2	2	2
28	4	4	4	4	4
29	5	5	5	5	5
30	5	5	5	5	5
31	5	5	5	5	5
32	5	5	4	5	4
33	4	4	4	5	5
34	4	4	4	4	4
35	5	5	4	5	5
36	5	5	5	5	5
37	4	5	5	5	5
38	4	4	4	4	4
39	5	3	3	4	5
40	4	4	4	5	4
41	4	4	4	5	5
42	5	5	4	5	5
43	4	3	4	4	5
44	4	4	4	4	4
45	4	4	4	4	4
46	4	5	5	5	4
47	3	3	3	5	5
48	4	5	5	5	5
49	5	4	4	4	5
50	5	5	5	5	5
51	4	4	5	5	5
52	4	5	4	5	4
53	5	4	5	5	5
54	5	4	5	3	5
55	5	5	5	5	5
56	5	4	5	5	5
57	4	4	4	4	4
58	3	4	3	5	5
59	5	5	4	4	5
60	4	4	3	5	4
61	5	5	5	5	5

62	4	4	4	4	4
63	4	4	4	5	4
64	4	4	4	4	4
65	4	4	5	5	5
66	4	4	4	4	4
67	4	4	5	4	5
68	5	5	4	4	5
69	4	3	4	4	4
70	5	5	5	5	4
71	5	5	5	5	5
72	4	4	4	5	4
73	5	4	5	5	4
74	5	5	5	4	5
75	5	4	5	4	4
76	4	4	4	5	4
77	5	4	5	5	4
78	5	5	5	5	5
79	4	4	4	4	4
80	5	5	4	5	5

2. Jawaban Responden Variabel Citra Merek (X2)

NO	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5
1	5	5	5	5	5
2	5	5	5	5	5
3	3	4	4	4	4
4	4	5	4	5	4
5	4	5	4	4	4
6	3	3	4	4	4
7	5	3	5	1	4
8	5	5	4	4	3
9	2	3	2	3	2
10	3	4	5	5	4
11	4	4	4	5	5
12	4	5	4	5	5
13	4	5	5	5	5
14	5	5	5	5	5
15	5	5	5	3	2
16	4	5	4	5	4
17	5	4	3	4	4

18	5	5	5	5	5
19	3	4	4	4	4
20	5	5	5	5	5
21	4	3	3	3	3
22	4	4	4	4	4
23	3	4	5	5	5
24	5	5	5	5	5
25	4	4	4	4	4
26	5	5	5	5	5
27	2	4	3	5	2
28	3	5	4	4	4
29	5	5	5	5	5
30	5	5	5	5	5
31	5	5	5	5	5
32	4	4	5	5	5
33	4	4	4	4	4
34	4	4	4	4	4
35	5	4	5	4	5
36	5	5	5	5	5
37	4	4	4	5	5
38	4	4	4	4	4
39	4	3	5	4	5
40	4	4	3	4	3
41	4	5	4	5	3
42	4	4	4	5	4
43	4	4	5	5	5
44	4	4	4	4	4
45	5	4	5	4	4
46	4	4	5	4	5
47	3	3	3	5	3
48	4	5	5	5	5
49	4	5	5	5	5
50	5	5	5	5	5
51	4	5	5	5	4
52	5	4	5	4	5
53	4	5	4	4	5
54	3	5	3	5	5
55	5	5	5	5	5
56	5	5	5	5	5
57	4	4	4	4	4
58	5	4	3	5	5

59	4	5	5	5	5
60	3	4	4	3	4
61	5	5	5	5	5
62	4	4	4	4	4
63	4	4	4	5	5
64	4	4	4	4	4
65	5	5	4	5	5
66	4	4	4	4	4
67	4	4	5	4	5
68	4	5	4	5	5
69	5	4	4	4	4
70	4	4	4	5	5
71	5	5	5	5	5
72	5	4	4	5	4
73	4	5	4	4	4
74	5	5	4	5	4
75	5	5	4	5	5
76	4	4	4	4	4
77	5	5	5	5	5
78	4	4	4	4	4
79	5	4	4	4	4
80	4	4	4	4	5

3. Jawaban Responden Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

NO	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5
1	5	5	5	5	5
2	5	5	5	5	5
3	5	3	3	4	3
4	5	5	4	4	5
5	4	4	5	4	4
6	4	3	4	4	5
7	4	1	3	1	3
8	3	4	4	4	4
9	4	4	4	5	4
10	3	3	3	5	2
11	4	4	5	5	4
12	5	4	4	4	5
13	4	5	4	5	4
14	5	5	5	5	5

15	4	3	3	5	4
16	2	1	2	1	2
17	5	4	5	4	5
18	5	4	4	4	4
19	4	4	4	4	4
20	5	5	5	5	5
21	4	4	4	4	4
22	4	4	4	4	4
23	4	5	4	5	4
24	5	5	5	5	5
25	4	5	4	5	4
26	5	5	5	5	5
27	4	3	5	3	4
28	4	4	4	3	4
29	5	5	5	5	5
30	5	5	5	5	5
31	5	5	5	5	5
32	4	5	4	5	4
33	4	4	4	4	4
34	4	4	4	4	4
35	5	4	5	5	5
36	5	5	5	5	5
37	4	4	5	5	4
38	5	4	4	4	4
39	5	4	5	5	4
40	4	3	3	2	5
41	4	5	4	4	4
42	4	4	4	4	4
43	4	4	3	3	4
44	4	4	4	4	4
45	4	4	4	5	5
46	4	5	5	4	4
47	3	4	4	4	4
48	4	4	4	4	5
49	5	5	5	4	5
50	5	5	5	5	5
51	5	5	4	4	4
52	4	5	4	5	4
53	4	5	5	5	4
54	4	5	2	4	4
55	5	5	5	5	5

56	5	5	5	5	5
57	4	4	4	4	4
58	5	4	1	1	5
59	5	5	5	4	4
60	4	4	5	4	5
61	5	5	5	5	5
62	4	4	4	4	4
63	5	5	4	4	4
64	4	4	4	4	4
65	5	5	4	5	5
66	4	4	4	4	4
67	4	4	4	4	5
68	5	5	4	5	4
69	5	4	5	5	5
70	5	4	4	4	5
71	4	5	5	5	5
72	5	4	5	5	5
73	4	5	5	5	4
74	4	4	5	5	5
75	5	5	4	4	5
76	4	4	4	4	4
77	5	5	5	4	5
78	5	4	4	5	4
79	4	5	5	4	5
80	4	5	5	4	5

Lampiran 4. Hasil Uji Validitas

1. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan (X1)

		Correlations					
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	TOTAL
X1.1	Pearson Correlation	1	.691**	.601**	.527**	.649**	.837**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80
X1.2	Pearson Correlation	.691**	1	.613**	.670**	.608**	.864**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80
X1.3	Pearson Correlation	.601**	.613**	1	.549**	.566**	.800**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80
X1.4	Pearson Correlation	.527**	.670**	.549**	1	.667**	.817**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80
X1.5	Pearson Correlation	.649**	.608**	.566**	.667**	1	.840**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	80	80	80	80	80	80
TOTAL	Pearson Correlation	.837**	.864**	.800**	.817**	.840**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	80	80	80	80	80	80

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

2. Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek (X2)

		Correlations					
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	1	.434**	.504**	.159	.425**	.696**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.158	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80
X2.2	Pearson Correlation	.434**	1	.422**	.559**	.378**	.744**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.001	.000
	N	80	80	80	80	80	80
X2.3	Pearson Correlation	.504**	.422**	1	.245*	.591**	.754**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.028	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80
X2.4	Pearson Correlation	.159	.559**	.245*	1	.489**	.665**
	Sig. (2-tailed)	.158	.000	.028		.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80
X2.5	Pearson Correlation	.425**	.378**	.591**	.489**	1	.801**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000		.000
	N	80	80	80	80	80	80
TOTAL	Pearson Correlation	.696**	.744**	.754**	.665**	.801**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	80	80	80	80	80	80

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

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

3. Hasil Uji Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

		Correlations					
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	TOTAL
Y1	Pearson Correlation	1	.496**	.380**	.333**	.604**	.689**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.003	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80
Y2	Pearson Correlation	.496**	1	.512**	.626**	.537**	.833**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80
Y3	Pearson Correlation	.380**	.512**	1	.631**	.499**	.800**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80
Y4	Pearson Correlation	.333**	.626**	.631**	1	.313**	.791**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.000		.005	.000
	N	80	80	80	80	80	80
Y5	Pearson Correlation	.604**	.537**	.499**	.313**	1	.733**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.005		.000
	N	80	80	80	80	80	80
TOTAL	Pearson Correlation	.689**	.833**	.800**	.791**	.733**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	80	80	80	80	80	80

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

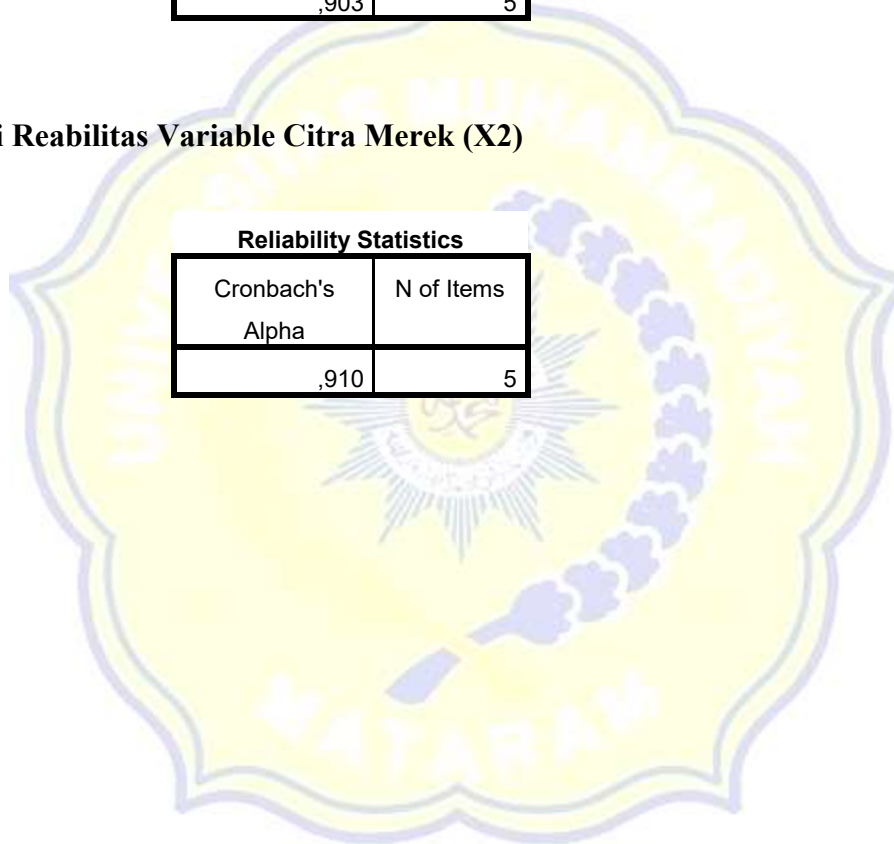
Lampiran 5. Hasil Uji Reliabilitas

1. Uji Reabilitas Variable Kualitas Layanan (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,903	5

2. Uji Reabilitas Variable Citra Merek (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,910	5



Lampiran 6. Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.30246496
Most Extreme Differences	Absolute	.090
	Positive	.080
	Negative	-.090
Test Statistic		.090
Asymp. Sig. (2-tailed)		.164 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

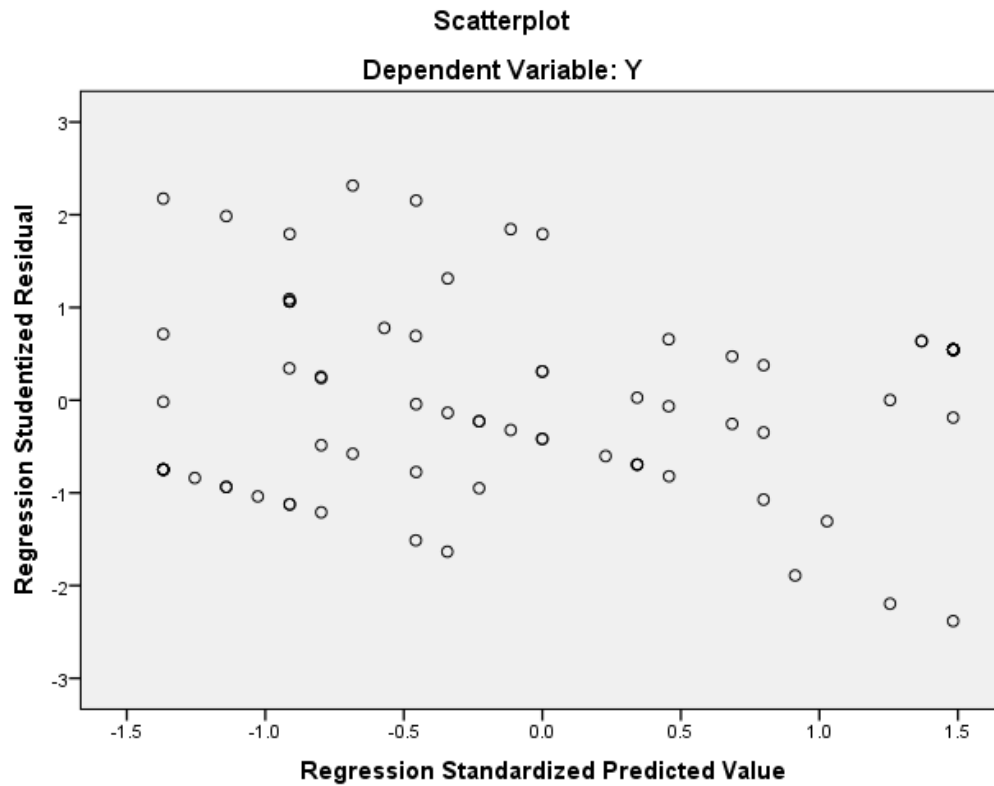
2. Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.097	2.107		3.842	.000
	X1	.129	.105	.135	1.226	.224
	X2	.517	.105	.545	4.940	.000

a. Dependent Variable: Y

3. Uji Heteroskedasitas



Lampiran 7. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.141	2.294		3.112	.003
	Kualitas layanan	.308	.125	.331	2.460	.016
	citra merek	.356	.153	.312	2.320	.023

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

Lampiran 8. Hasil Uji Hipotesis

1. Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.141	2.294		3.112	.003
	Kualitas layanan	.308	.125	.331	2.460	.016
	citra merek	.356	.153	.312	2.320	.023

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

2. Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	247.733	2	123.866	21.595	.000 ^b
	Residual	441.655	77	5.736		
	Total	689.387	79			

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

b. Predictors: (Constant), citra merek, Kualitas layanan

3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.599 ^a	.359	.343	2.395	.359	21.595	2	77	.000

a. Predictors: (Constant), citra merek, Kualitas layanan

Sumber : Data Olahan SPSS (2023)

