

LAMPIRAN 1

Data Pra Survei

Data Pra Survei

1	Brand Image	Bagus	Tidak Bagus
	Saya beranggapan bahwa merek Grab bagus	40%	60%
2	Kualitas pelayanan	Bagus	Tidak Bagus
	Saya merasa aman dan nyaman ketika menggunakan Grabbike karena fasilitas yang lengkap dan sarana komunikasinya mudah	40%	60%
3	Kepuasan Pelanggan	Puas	Tidak Puas
	Saya senang menggunakan Grab karena dari proses pemesanan, penjemputan hingga pengantaran ke lokasi tujuan selalu sesuai dengan yang diharapkan (aplikasi mudah digunakan, driver datang tepat waktu, ramah, memahami rute, dan memperhatikan keselamatan)	45%	55%
4	Loyalitas	Loyal	Tidak Loyal
	Bila saya menggunakan ojek online, saya selalu menggunakan Grab	35%	65%

Sumber: Hasil Pra Survei

LAMPIRAN 2
Kuesioner Penelitian

Perihal : Permohonan pengisian kuesioner penelitian
Judul : Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan sebagai Variabel *Intervening* pada pelanggan Grab (Studi Kasus Pada Pelanggan Grab Pengguna Layanan *Grabbike* di Universitas Esa Unggul, Kebon Jeruk, Jakarta Barat.

Kepada Yth : Sdr Mahasiswa/i

Dengan Hormat,

Dalam rangka penulisan Proposal Skripsi di Universitas Esa Unggul, Jakarta Barat sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Strata Satu (S1) konsentrasi Manajemen – Pemasaran maka saya memohon dengan sangat kepada yang terhormat Sdr Mahasiswa/i untuk mengisi kuesioner yang telah disediakan.

Kuesioner ini bukan tes psikologi dari Universitas atau dari manapun, maka dari itu Sdr Mahasiswa/i tidak perlu takut atau ragu-ragu dalam memberikan jawaban yang sejujurnya. Artinya semua jawaban yang diberikan oleh Sdr Mahasiswa/i adalah benar, dan jawaban yang diminta sesuai dengan kondisi yang dirasakan Sdr Mahasiswa/i selama ini.

Setiap jawaban yang diberikan merupakan bantuan yang tidak ternilai harganya bagi penelitian ini, atas perhatian dan bantuannya saya mengucapkan terima kasih.

Hormat Saya

Rezky akbar

No	PERNYATAAN	JAWABAN			
		STS	TS	S	SS
		1	2	3	4
	Brand Image(X1)				
1	Saya lebih mengenal merek Grabbike dibanding merek lainnya				
2	Saya percaya dengan merek Grabbike				
3	Merek Grabbike sangat mudah diingat				
4	Grab selalu memberikan inovasi yang menarik				
5	Grab Menjadi merek yang paling diminati				
	Kualitas Pelayanan (X2)				
6	Saya Puas menggunakan Grabbike				
7	<i>Driver</i> Grabbike selalu menawarkan masker dan mobcap sebelum memulai perjalanan				
8	<i>Driver</i> Grabbike mengenakan atribut lengkap				
9	Aplikasi pemesanan Grabbike sangat mudah digunakan				
10	Tersedianya layanan komunikasi antara <i>driver</i> Grabbike dan penumpang				
11	<i>Driver</i> Grabbike peduli dengan keselamatan penumpangnya				
12	<i>Driver</i> Grabbike memberikan perhatian secara pribadi tentang kenyamanan penumpangnya				
13	<i>Driver</i> Grabbike sangat cepat merespon keluhan saya				
14	<i>Driver</i> Grabbike menyediakan perlengkapan yang dibutuhkan penumpang dalam berkendara				
15	Saya merasa Grabbike adalah solusi dari masalah transportasi saat ini				
16	Saya merasa <i>driver</i> Grabbike mempunyai pengetahuan tentang rute jalan				
17	<i>Driver</i> Grabbike sopan dalam berperilaku				
18	<i>Driver</i> Grabbike santun dalam berbicara				

	Kepuasan Pelanggan (Z)				
19	Saya puas dan akan kembali menggunakan Grabbike				
20	Saya selalu mendapatkan pelayanan yang baik jika menggunakan Grabbike				
21	Saya puas menggunakan layanan dari Grabbike				
22	Saya merekomendasikan Grabbike ke orang lain				
23	Saya tidak pernah menghiraukan tawaran selain dari Grabbike				
24	Saya lebih percaya dengan layanan yang diberikan Grabbike				
25	Saya selalu menggunakan layanan lain yang disediakan Grabbike				
26	Saya suka memberikan pendapat saya terhadap layanan yang diberikan oleh Grabbike				
	Loyalitas (Y)				
27	Grabbike sudah menjadi transportasi sehari-hari saya				
28	Saya selalu menggunakan Grabbike				
29	Saya menggunakan layanan lainnya di Grabbike				
30	Saya selalu menggunakan layanan lain yang ditawarkan oleh Grabbike				
31	Saya merekomendasikan orang lain untuk menggunakan Grabbike				
32	Saya berbicara kepada orang lain bahwa Grabbike itu bagus				
33	Pengalaman yang baik membuat saya puas dan menceritakan kepada orang lain				
34	Saya tidak peduli dengan tawaran lain selain Grabbike				
35	Saya tidak tertarik menggunakan Ojek online selain Grabbike				

Lampiran 3

Tabulasi data pretest 30 Responden

responden	BRAND IMAGE					KUALITAS PELAYANAN										KEPUASAN					LOYALITAS					TOTAL																					
	p1	p2	p3	p4	p5	TOTAL	p6	p7	p8	p9	p10	p11	p12	p13	p14	p15	p16	p17	p18	TOTAL	p19	p20	p21	p22	p23		p24	p25	p26	TOTAL	p27	p28	p29	p30	p31	p32	p33	p34	p35	TOTAL							
1	3	3	3	3	3	15	3	3	3	1	2	3	3	2	3	3	2	3	3	34	3	3	3	3	3	3	4	1	22	3	2	3	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	24				
2	3	2	3	3	2	13	3	2	3	3	2	3	3	4	2	3	3	2	3	36	2	2	2	3	3	2	1	2	15	3	2	3	3	4	2	3	3	2	3	2	3	25					
3	2	2	2	1	2	9	1	2	1	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	20	3	2	2	1	1	2	2	2	13	1	2	1	1	2	2	1	2	1	2	2	1	2	14				
4	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	39	3	4	3	3	3	3	4	3	23	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	28				
5	3	3	3	3	3	15	3	3	2	2	1	3	2	3	2	2	3	3	3	31	3	3	3	3	3	3	4	2	22	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	3	21				
6	3	3	2	3	3	14	3	2	3	3	2	3	3	4	2	3	3	2	3	36	2	2	2	3	3	2	1	1	15	3	2	3	3	4	2	3	3	4	2	3	3	2	25				
7	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	36	3	3	3	3	3	3	4	3	22	3	2	2	3	2	3	3	2	3	3	2	3	2	3	23			
8	2	2	2	3	2	11	3	2	2	2	1	3	4	2	2	3	2	3	2	31	2	2	2	3	3	2	1	2	15	3	2	3	2	4	2	2	4	2	2	3	2	3	24				
9	2	3	2	3	3	13	3	3	1	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	33	3	3	3	3	3	3	4	2	22	3	2	3	3	3	4	2	3	3	2	3	2	3	24				
10	2	2	2	3	2	11	3	3	3	1	2	3	3	2	3	1	2	3	3	32	2	3	3	3	3	3	1	2	18	3	2	2	3	2	4	2	3	1	2	3	2	3	21				
11	2	2	2	3	2	11	3	2	2	3	2	3	3	4	2	3	3	2	3	35	3	2	2	3	3	2	4	2	19	3	2	3	2	4	2	3	2	4	2	3	3	2	24				
12	3	3	3	1	3	13	1	2	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	20	3	2	2	1	1	2	4	3	15	1	2	1	1	2	1	2	2	1	2	2	1	2	14				
13	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	36	2	3	3	3	3	3	1	1	18	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	24			
14	3	1	2	3	1	10	3	2	3	2	3	3	4	2	3	3	2	3	3	35	2	2	2	3	3	2	1	3	15	3	2	3	3	4	2	3	3	4	2	3	3	2	25				
15	3	3	3	1	3	13	1	2	1	1	2	1	1	2	2	1	2	2	1	19	3	2	2	1	1	2	4	2	15	1	2	1	1	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	14			
16	2	3	2	3	3	13	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	40	2	4	3	3	3	3	3	1	19	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	28				
17	3	2	3	3	2	13	3	3	1	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	34	3	3	3	3	3	3	3	1	21	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	1	2	3	20		
18	3	2	2	3	2	12	3	2	3	2	3	3	4	2	3	3	2	3	3	35	2	2	2	3	3	2	1	2	15	3	2	3	3	4	2	3	3	4	2	3	3	2	3	2	25		
19	3	3	3	1	3	13	1	2	1	1	2	1	1	2	2	1	2	2	1	19	2	2	2	1	1	2	1	3	11	1	2	1	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	14	
20	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	3	3	4	1	3	3	3	3	38	3	4	3	3	3	3	4	2	23	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	4	3	3	3	28		
21	3	2	3	3	2	13	3	3	3	3	3	1	3	4	3	3	3	3	3	38	2	4	3	3	3	3	1	3	19	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	27			
22	3	3	3	3	3	15	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	35	3	3	3	3	3	3	3	2	21	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	3	2	3	2	3	23	
23	3	3	2	3	3	14	3	2	1	3	2	1	3	4	2	3	3	2	3	32	2	2	2	3	3	2	1	2	15	3	2	3	2	4	2	3	2	4	2	1	3	2	2	2	22		
24	2	2	2	1	2	9	1	2	1	1	2	1	1	2	2	1	2	2	1	19	2	2	2	1	1	2	1	3	11	1	2	1	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	15		
25	2	2	2	3	2	11	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	36	3	3	3	3	3	3	3	1	21	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	24		
26	1	3	3	3	3	13	3	2	3	3	2	3	4	2	3	3	2	3	3	36	2	2	2	3	3	2	1	2	15	3	2	2	2	3	2	1	2	3	4	2	3	3	2	3	2	24	
27	2	2	2	1	2	9	1	2	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	20	3	2	2	1	1	2	4	2	15	1	2	1	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	14	
28	2	2	2	3	2	11	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	2	3	3	33	2	3	2	3	3	2	1	2	16	3	2	3	3	2	1	2	3	3	2	3	2	3	2	2	23		
29	2	1	2	3	1	9	3	2	2	3	2	3	4	2	3	3	2	3	3	35	3	2	2	3	3	2	4	1	19	3	2	3	3	4	2	3	3	4	2	3	3	2	3	2	25		
30	2	2	2	1	2	9	1	2	1	1	2	1	2	2	2	1	2	2	1	20	3	2	2	1	1	2	4	3	15	1	2	2	3	2	4	2	3	2	2	2	2	2	2	2	1	2	17

Lampiran 4
 Tabulasi data 170 Responden

161	4	4	4	3	3	3	17	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	44	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	28	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	16						
162	3	4	3	4	4	3	18	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	34	3	1	2	3	3	3	3	3	3	3	3	23	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	22						
163	3	4	3	3	4	4	17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	51	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	27	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	22						
164	3	2	3	2	3	4	19	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	46	3	3	3	1	1	4	4	3	3	3	22	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	21				
165	3	1	1	4	3	4	12	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	46	3	3	3	3	3	4	4	2	3	3	25	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	8			
166	3	3	3	3	2	4	24	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	46	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	25	3	3	2	3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	21			
167	1	1	4	1	1	4	8	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	49	3	2	2	3	3	3	1	4	3	21	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	21			
168	4	4	4	3	4	4	19	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	46	4	3	3	3	3	3	3	2	24	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	21		
169	4	3	4	4	3	4	28	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	42	3	3	2	2	3	3	3	4	24	2	3	2	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	21		
170	3	2	3	3	3	4	24	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	46	4	3	3	1	1	4	1	1	16	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	16

Lampiran 5
Hasil Uji Validitas *pretest*
Brand Image

Correlations

		P1	P2	P3	P4	P5	TOTAL
P1	Pearson Correlation	1	.296	.539**	.103	.296	.618**
	Sig. (2-tailed)		.113	.002	.588	.113	.000
	N	30	30	30	30	30	30
P2	Pearson Correlation	.296	1	.536**	.004	1.000**	.804**
	Sig. (2-tailed)	.113		.002	.982	0.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
P3	Pearson Correlation	.539**	.536**	1	.042	.536**	.721**
	Sig. (2-tailed)	.002	.002		.825	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30
P4	Pearson Correlation	.103	.004	.042	1	.004	.448*
	Sig. (2-tailed)	.588	.982	.825		.982	.013
	N	30	30	30	30	30	30
P5	Pearson Correlation	.296	1.000**	.536**	.004	1	.804**
	Sig. (2-tailed)	.113	0.000	.002	.982		.000
	N	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	.618**	.804**	.721**	.448*	.804**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.013	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

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

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

Lampiran 5

Hasil Uji Validitas 30 Responden

Kualitas Pelayanan

		p6	p7	p8	p9	p10	p11	p12	p13	p14	p15	p16	p17	p18	Total
p6	Pearson Correlation	1	.482**	.728**	.759**	.216	.740**	.844**	.454*	.465**	.731**	.482**	.482**	1.000**	.954**
	Sig. (2-tailed)		.007	.000	.000	.251	.000	.000	.012	.010	.000	.007	.007	0.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
p7	Pearson Correlation	.482**	1	.400*	.340	.449*	.460*	.268	-.417*	.869**	.224	-.222	1.000**	.482**	.523**
	Sig. (2-tailed)	.007		.029	.066	.013	.011	.152	.022	.000	.234	.239	0.000	.007	.003
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
p8	Pearson Correlation	.728**	.400**	1	.454*	.345	.756**	.626**	.312	.484**	.506**	.400**	.400**	.728**	.804**
	Sig. (2-tailed)	.000	.029		.012	.062	.000	.000	.093	.007	.004	.029	.029	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
p9	Pearson Correlation	.759**	.340**	.454*	1	.360	.620**	.562**	.497**	.398**	.710**	.571**	.340**	.759**	.827**
	Sig. (2-tailed)	.000	.066	.012		.051	.000	.001	.005	.030	.000	.001	.066	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
p10	Pearson Correlation	.216	.449*	.345	.360	1	.272	-.085	.117	.771**	.047	.449*	.449*	.216	.418*
	Sig. (2-tailed)	.251	.013	.062	.051		.145	.654	.537	.000	.807	.013	.013	.251	.021
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

Lampiran 5

Hasil Uji Validitas 30 Responden (Lanjutan)

Kualitas Pelayanan

		Correlations														
		p6	p7	p8	p9	p10	p11	p12	p13	p14	p15	p16	p17	p18	Total	
p11	Pearson Correlation	.740**	.460**	.756**	.620**	.272	1	.573**	.243	.483**	.635**	.312	.460**	.740**	.827**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.011	.000	.000	.145		.001	.196	.007	.000	.093	.011	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
p12	Pearson Correlation	.844**	.268	.626**	.562**	-.085	.573**	1	.419*	.178	.554**	.348	.268	.844**	.762**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.152	.000	.001	.654	.001		.021	.348	.001	.059	.152	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
p13	Pearson Correlation	.454*	-.417*	.312	.497**	.117	.243	.419*	1	-.273	.409*	.940**	-.417*	.454*	.466**	
	Sig. (2-tailed)	.012	.022	.093	.005	.537	.196	.021		.144	.025	.000	.022	.012	.010	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
p14	Pearson Correlation	.465**	.869**	.484**	.398*	.771**	.483**	.178	-.273	1	.212	.019	.869**	.465**	.575**	
	Sig. (2-tailed)	.010	.000	.007	.030	.000	.007	.348	.144		.261	.921	.000	.010	.001	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
p15	Pearson Correlation	.731**	.224	.506**	.710**	.047	.635**	.554**	.409*	.212	1	.384**	.224	.731**	.750**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.234	.004	.000	.807	.000	.001	.025	.261		.036	.234	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	

Lampiran 5

Hasil Uji Validitas 30 Responden (Lanjutan)

Kualitas Pelayanan

		p6	p7	p8	p9	p10	p11	p12	p13	p14	p15	p16	p17	p18	Total
p16	Pearson Correlation	.482**	-.222	.400*	.571**	.449*	.312	.348	.940**	.019	.384*	1	-.222	.482**	.563**
	Sig. (2-tailed)	.007	.239	.029	.001	.013	.093	.059	.000	.921	.036		.239	.007	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
p17	Pearson Correlation	.482**	1.000**	.400*	.340	.449*	.460*	.268	-.417*	.869**	.224	-.222	1	.482**	.523**
	Sig. (2-tailed)	.007	0.000	.029	.066	.013	.011	.152	.022	.000	.234	.239		.007	.003
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
p18	Pearson Correlation	1.000**	.482**	.728**	.759**	.216	.740**	.844**	.454*	.465**	.731**	.482**	.482**	1	.954**
	Sig. (2-tailed)	0.000	.007	.000	.000	.251	.000	.000	.012	.010	.000	.007	.007		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.954**	.523**	.804**	.827**	.418	.827**	.762**	.466**	.575**	.750**	.563**	.523**	.954**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.000	.000	.021	.000	.000	.010	.001	.000	.001	.003	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Lampiran 5
Hasil Uji Validitas *pretest* (Lanjutan)

Kepuasan Pelanggan

		Correlations								
		p19	p20	p21	p22	p23	p24	p25	p26	total
p19	Pearson Correlation	1	.131	.279	-.200	-.200	.279	.953**	-.105	.537**
	Sig. (2-tailed)		.489	.136	.289	.289	.136	.000	.581	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
p20	Pearson Correlation	.131	1	.869**	.465**	.465**	.869**	.140	-.014	.753**
	Sig. (2-tailed)	.489		.000	.010	.010	.000	.461	.942	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
p21	Pearson Correlation	.279	.869**	1	.482**	.482**	1.000**	.257	-.185	.841**
	Sig. (2-tailed)	.136	.000		.007	.007	0.000	.171	.329	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
p22	Pearson Correlation	-.200	.465**	.482**	1	1.000**	.482**	-.166	-.410*	.623**
	Sig. (2-tailed)	.289	.010	.007		0.000	.007	.380	.025	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
p23	Pearson Correlation	-.200	.465**	.482**	1.000**	1	.482**	-.166	-.410*	.623**
	Sig. (2-tailed)	.289	.010	.007	0.000		.007	.380	.025	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
p24	Pearson Correlation	.279	.869**	1.000**	.482**	.482**	1	.257	-.185	.841**
	Sig. (2-tailed)	.136	.000	0.000	.007	.007		.171	.329	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
p25	Pearson Correlation	.953**	.140	.257	-.166	-.166	.257	1	-.030	.562**
	Sig. (2-tailed)	.000	.461	.171	.380	.380	.171		.874	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
p26	Pearson Correlation	-.105	-.014	-.185	-.410*	-.410*	-.185	-.030	1	-.282
	Sig. (2-tailed)	.581	.942	.329	.025	.025	.329	.874		.132
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
total	Pearson Correlation	.537**	.753**	.841**	.623**	.623**	.841**	.562**	-.282	1
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.132	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Lampiran 5
Hasil Uji Validitas *pretest* (Lanjutan)

Loyalitas

		Correlations									
		p27	p28	p29	p30	p31	p32	p33	p34	p35	Total
p35	Pearson Correlation	.482**	.449*	.274	.404*	-.417*	.869**	.306	-.222	1	.447
	Sig. (2-tailed)	.007	.013	.144	.027	.022	.000	.100	.239		.013
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.904**	.508**	.912**	.814**	.536**	.565**	.837**	.657**	.447*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.004	.000	.000	.002	.001	.000	.000	.013	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Lampiran 5
Hasil Uji Reliabilitas *pretest*
Brand Image

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.659	5

Kualitas Pelayanan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.912	13

Kepuasan Pelanggan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.623	8

Loyalitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.863	9

Lampiran 6
Hasil Jalur Path Analysis Substruktural I

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kualitas Pelayanan, Brand Image ^b		Enter

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

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	,746 ^a	,556	,551	2,758	,556	104,491	2	167	,000

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Brand Image

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1589,678	2	794,839	104,491	,000 ^b
	Residual	1270,328	167	7,607		
	Total	2860,006	169			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Brand Image

Lampiran 6
Hasil Jalur Path Analysis Substruktural I

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
1 (Constant)	,852	1,677		,508	,612		
Brand Image	,787	,099	,471	7,982	,000	,763	1,311
Kualitas Pelayanan	,273	,041	,392	6,637	,000	,763	1,311

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Lampiran 6 Hasil Jalur Path Analysis Substruktural II

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, Brand Image ^b		Enter

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

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	,668 ^a	,446	,436	3,536	,446	44,626	3	166	,000

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, Brand Image

b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1674,152	3	558,051	44,626	,000 ^b
	Residual	2075,825	166	12,505		
	Total	3749,976	169			

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, Brand Image

Lampiran 6
Hasil Jalur Path Analysis Substruktural II (Lanjutan)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,621	2,152		,288	,773	
	Brand Image	,388	,149	,203	2,610	,010	,552
	Kualitas Pelayanan	,157	,059	,197	2,653	,009	,603
	Kepuasan Pelanggan	,424	,099	,370	4,274	,000	,444

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan