

**LAMPIRAN  
PRA SURVEY**

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, HARGA, *PHYSICAL EVIDENCE* TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN PADA PENUMPANG MASKAPAI LION AIR**

**(STUDI PENUMPANG MASKAPAI LION AIR RUTE JAKARTA – BALI DI  
WILAYAH KOTA TANGERANG)**

Sehubungan dengan di buatnya penyusunan skripsi dengan judul yang telah disebutkan diatas, maka dengan hormat saya :

Nama : Theresia Putri Surianto

NIM : 2016-0101-200

Memohon kesediaan Ibu/Bapak/Saudara/i untuk mengisi kuesioner (daftar pertanyaan) yang saya ajukan ini secara jujur dan terbuka. Daftar pertanyaan ini saya ajukan semata-mata untuk keperluan penelitian, sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan jenjang strata satu (S1), Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Esa Unggul, Jakarta. Karena, kebenaran dan kelengkapan jawaban yang anda berikan akan sangat membantu bagi penulis, untuk selanjutnya akan menjadi masukan yang bermanfaat bagi hasil penelitian yang penulis lakukan. Atas partisipasi Ibu/Bapak/Saudara/i dalam mengisi daftar pertanyaan/kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

**BAGIAN PERTAMA**

**DATA RESPONDEN**

**Petunjuk pengisian :**

Pada pertanyaan di bawah ini, anda dimohon untuk mengisi pertanyaan-pertanyaan tersebut dengan keadaan/kondisi yang sadar.

**Nama**

:

**Usia**

:

**Jawablah pertanyaan di bawah ini !**

1. Apakah brand Lion Air sudah baik dimata masyarakat ?

- Ya
- Tidak

2. Apakah harga tiket pesawat yang Lion Air tawarkan sudah cukup murah ?

- Ya
- Tidak

3. Apakah kursi,meja,toilet,lantai,majalah/buku,lampu baca yang Lion Air berikan sudah membuat anda nyaman ?

- Ya
- Tidak

4. Apakah anda puas dengan maskapai Lion Air ?

- Ya
- Tidak

**LAMPIRAN**

**KUESIONER PENELITIAN**

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, HARGA, *PHYSICAL EVIDENCE* TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN PADA PENUMPANG MASKAPAI LION AIR  
(STUDI PENUMPANG MASKAPAI LION AIR RUTE JAKARTA – BALI DI  
WILAYAH KOTA TANGERANG)**

Sehubungan dengan di buatnya penyusunan skripsi dengan judul yang telah disebutkan diatas, maka dengan hormat saya :

Nama : Theresia Putri Surianto

NIM : 2016-0101-200

Memohon kesediaan Ibu/Bapak/Saudara/i untuk mengisi kuesioner (daftar pertanyaan) yang saya ajukan ini secara jujur dan terbuka. Daftar pertanyaan ini saya ajukan semata-mata untuk keperluan penelitian, sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan jenjang strata satu (S1), Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Esa Unggul, Jakarta. Karenanya, kebenaran dan kelengkapan jawaban yang anda berikan akan sangat membantu bagi penulis, untuk selanjutnya akan menjadi masukan yang bermanfaat bagi hasil penelitian yang penulis lakukan. Atas partisipasi Ibu/Bapak/Saudara/i dalam mengisi daftar pertanyaan/kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

## BAGIAN PERTAMA

### DATA RESPONDEN

#### Petunjuk pengisian :

Pada pertanyaan di bawah ini, anda dimohon untuk mengisi pertanyaan-pertanyaan tersebut dengan keadaan/kondisi yang sadar.

#### Jenis Kelamin :

- a) pria
- b) wanita

#### Usia :

- a) 17 - 20 Tahun
- b) 21 – 25 Tahun
- c) 26 – 30 Tahun
- d) >30 Tahun

#### Profesi :

- a) Mahasiswa/I
- b) Pegawai swasta/wiraswasta
- c) Pegawai negeri
- d) Dan lain-lain

#### Pendapatan perbulan :

- a) < Rp 1.000.000
- b) Rp 1.000.000 – Rp 5.000.000
- c) Rp 5.000.000 – Rp 10.000.000
- d) >10.000.000

#### Berapa kali menggunakan Lion Air :

- a) 2 – 3 kali
- b) 4 – 6 kali
- c) 7 – 10 kali
- d) >10 kali

## BAGIAN KEDUA

### Petunjuk Pengisian

Saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/Sdri untuk menjawab pertanyaan- pertanyaan berikut ini. Masing-masing pertanyaan disediakan 4 alternatif jawaban dengan memberi tanda centang (√) pada kotak yang tersedia.

- SS = Sangat setuju  
 S = Setuju  
 TS = Tidak setuju  
 STS = Sangat tidak setuju

No	Pertanyaan	Penilaian			
		STS	TS	S	SS
		1	2	3	4
<b>Brand Image (X<sub>1</sub>)</b>					
1	Apakah merek Lion air dikenal oleh masyarakat ?				
2	Apakah Lion Air memiliki citra yang baik dimata konsumen ?				
3	Apakah merek Lion Air sangat bergensi dari maskapai lainya ?				
4	Apakah merek lion air memberikan kesan yang baik pada anda ?				
5	variasi bentuk dan warna pada maskapai lion air berbeda dari maskapai lain?				
6	Desain dari maskapai lion air mudah diingat ?				
No	Pertanyaan	Penilaian			
		STS	TS	S	SS
		1	2	3	4
<b>Harga (X<sub>2</sub>)</b>					
7	Harga tiket pesawat lion air sesuai dengan tingkat pendapatan konsumen ?				
8	Harga yang lion air berikan terjangkau ?				
9	harga yang lion air berikan sesuai dengan kualitas maskapainya ?				
10	apakah ada tiket diskon yang lion air berikan ?				
11	apakah anda selalu mengetahui informasi tentang tiket diskon lion air ?				
12	apakah diskon tiket yang lion air berikan sudah membuat anda puas?				
13	lion air memberikan potongan harga bagi konsumen tertentu ?				

14	apakah lion air memberikan potongan harga ketika mengadakan event ?				
15	apakah lion air menyediakan pilihan periode pembayaran tiket ?				
16	periode pembayaran tiket lion air yang sesuai dengan keinginan ?				
17	apakah lion air memberikan kemudahan dalam syarat kredit pada pembayaran tiket ? (credit card)				
18	syarat saat membeli tiket pesawat melalui credit card sangat mudah ?				
<b>No</b>	<b>Pertanyaan</b>	<b>Penilaian</b>			
		<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>
		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
<b>Physical Evidence (X<sub>3</sub>)</b>					
19	lion air memberikan kemudahan dalam berkomunikasi dengan pramugara/i ?				
20	apakah perusahaan lion air memberikan kemudahan dalam menghubungi call center lion air ?				
21	apakah lion air sudah memahami keinginan dan kebutuhan anda ?				
22	apakah pramugara/i maskapai lion air ramah pada anda?				
23	apakah sikap karyawan lion air sopan pada anda ?				
24	apakah di dalam pesawat lion air menyediakan toilet ?				
25	apakah lion air menyediakan snack gratis dalam masa penerbangan pada konsumen ?				
26	apakah kebersihan di dalam pesawat lion air tetap terjaga dari kotoran dan debu ?				
	<b>Pertanyaan</b>	<b>Penilaian</b>			
		<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>
		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
<b>Kepuasan Pelanggan (Y)</b>					
27	apakah harga yang di tetapkan oleh lion air membuat anda puas ?				
28	apakah ketersedianya potongan harga pada tiket pesawat membuat anda puas ?				

29	apakah pelayanan saat penerbangan yang pramugara/i berikan membuat anda puas pada lion air ?				
30	apakah pelayanan yang lion air berikan tidak mengecewakan dan membuat anda merasa puas ?				
31	apakah lion air memudahkan anda dalam memesan tiket ?				
32	apakah lion air memberikan kemudahan dalam membeli snack di dalam pesawat ?				
33	apakah kualitas jasa penerbangan yang lion air berikan sudah sesuai harapan dan membuat anda puas ?				
34	apakah anda puas dengan kualitas jasa penerbangan lion air?				

## Lampiran 3

Data Karakteristik 30 Responden

Keterangan		Jumlah responden	Total
Jenis kelamin	Pria	13	30
	Perempuan	17	
Usia	17-20 tahun	10	30
	21-25 tahun	19	
	26-30 tahun	1	
	>30 tahun	0	
Profesi	Mahasiswa/ I	16	30
	Pegawai swasta	11	
	Pegawai negeri	2	
	Dan lain-lain	1	
Pendapatan perbulan	< Rp 1.000.000	18	30
	Rp 1.000.000 – Rp 5.000.000	9	
	Rp 5.000.000- Rp 10.000.000	3	
	>10.000.000	0	
Menggunakan jasa Lion Air	2-3 kali	17	30
	4-6 kali	6	
	7-10 kali	6	
	>10 kali	1	

Data Karakteristik 170 Responden

Keterangan		Jumlah responden	Total
Jenis kelamin	Pria	86	170
	Perempuan	84	
Usia	17-20 tahun	18	170
	21-25 tahun	83	
	26-30 tahun	29	
	>30 tahun	40	
Profesi	Mahasiswa/ I	68	170
	Pegawai swasta	59	
	Pegawai negeri	29	



	Dan lain-lain	14	
Pendapatan perbulan	< Rp 1.000.000	50	170
	Rp 1.000.000 – Rp 5.000.000	92	
	Rp 5.000.000- Rp 10.000.000	17	
	>10.000.000	11	
Menggunakan jasa Lion Air	2-3 kali	83	170
	4-6 kali	76	
	7-10 kali	7	
	>10 kali	3	

## Lampiran 4

## Tabulasi Data Pretest 30 Responden

No	Brand Image ( $X_1$ )						Total $X_1$
	$X_{1.1}$	$X_{1.2}$	$X_{1.3}$	$X_{1.4}$	$X_{1.5}$	$X_{1.6}$	
1	1	3	3	2	2	3	14
2	3	2	2	3	3	3	16
3	4	2	2	3	3	3	17
4	4	3	2	3	3	4	19
5	3	2	2	3	2	3	15
6	4	3	3	3	3	4	20
7	3	3	3	3	4	3	19
8	4	3	4	3	4	4	22
9	4	3	4	4	3	4	22
10	4	3	3	3	3	4	20
11	4	2	3	2	3	4	18
12	3	3	3	3	3	3	18
13	4	1	2	2	4	4	17
14	4	3	2	3	3	3	18
15	4	4	4	3	3	4	22
16	3	2	2	1	4	3	15
17	3	3	3	3	3	3	18
18	4	2	2	2	3	3	16
19	4	2	2	3	3	3	17
20	4	2	3	2	3	3	17
21	3	3	3	3	3	3	18
22	3	3	3	4	3	4	20
23	4	3	3	3	4	4	21
24	3	4	3	4	4	4	22
25	4	3	2	2	3	3	17
26	4	3	3	4	4	4	22
27	3	2	2	3	3	3	16
28	4	3	3	2	3	3	18



No	Physical evidence (X3)									Total
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8		
1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	24
2	3	3	2	3	3	3	2	2	2	21
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	24
4	3	3	3	3	3	3	1	3	3	22
5	3	3	2	3	3	3	2	3	3	22
6	3	3	4	3	3	4	3	3	3	26
7	4	3	3	3	3	4	4	3	3	27
8	4	4	4	3	3	4	3	4	4	29
9	4	3	2	4	4	4	3	4	4	28
10	3	4	3	3	2	3	3	3	3	24
11	4	4	3	3	3	4	3	3	3	27
12	3	3	3	3	3	3	3	3	3	24
13	4	2	2	2	3	3	2	3	3	21
14	4	3	3	4	4	3	4	4	4	29
15	4	4	4	4	4	4	3	4	4	31
16	2	3	3	3	2	3	1	3	3	20
17	3	3	3	3	3	3	3	3	3	24
18	3	3	3	3	3	3	3	3	3	24
19	3	3	2	3	3	3	1	3	3	21
20	3	3	2	3	3	3	2	3	3	22
21	3	3	3	3	3	3	3	3	3	24
22	3	3	2	3	3	4	4	4	4	26
23	4	3	3	3	3	3	3	3	3	25
24	4	4	3	4	4	4	4	4	4	31
25	4	3	2	3	3	3	3	3	3	24
26	4	4	4	4	4	4	4	4	3	31
27	3	3	3	3	3	3	2	3	3	23
28	3	2	2	4	3	4	4	4	4	26
29	3	3	3	3	3	4	2	4	4	25
30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	24

No	Kepuasan Pelanggan (Y)								Total
	Y1.1	Y2.2	Y3.3	Y4.4	Y5.5	Y6.6	Y7.7	Y8.8	
1	3	3	3	3	3	3	3	3	24
2	2	2	3	2	2	3	1	2	17
3	3	3	3	2	3	3	3	2	22



### Hasil Uji Validitas 30 Responden

#### *Brand Image*

#### Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	TOTALX1
X1.1	Pearson Correlation	1	-.128	.062	.085	.318	.408*	.462*
	Sig. (2-tailed)		.502	.744	.655	.087	.025	.010
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	-.128	1	.561**	.438*	.066	.242	.607**
	Sig. (2-tailed)	.502		.001	.015	.731	.198	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	.062	.561**	1	.385*	.150	.515**	.723**
	Sig. (2-tailed)	.744	.001		.035	.430	.004	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	.085	.438*	.385*	1	.091	.441*	.682**
	Sig. (2-tailed)	.655	.015	.035		.633	.015	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1.5	Pearson Correlation	.318	.066	.150	.091	1	.365*	.490**
	Sig. (2-tailed)	.087	.731	.430	.633		.047	.006
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1.6	Pearson Correlation	.408*	.242	.515**	.441*	.365*	1	.769**
	Sig. (2-tailed)	.025	.198	.004	.015	.047		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
TOTALX1	Pearson Correlation	.462*	.607**	.723**	.682**	.490**	.769**	1
	Sig. (2-tailed)	.010	.000	.000	.000	.006	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30





X2.9	Pearson Correlation	.558**	.309	.079	.256	.325	.263	.371	.523	1	.279	.605*	.351	.627**
	Sig. (2-tailed)	.001	.097	.678	.173	.080	.160	.044	.003		.135	.000	.058	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.10	Pearson Correlation	.314	.016	.323	.436*	.613*	.503	.529	.550	.279	1	.501*	.339	.712**
	Sig. (2-tailed)	.091	.934	.082	.016	.000	.005	.003	.002	.135		.005	.067	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.11	Pearson Correlation	.560**	.332	.089	.289	.435*	.459	.585	.608	.605	.501*	1	.375*	.749**
	Sig. (2-tailed)	.001	.073	.639	.121	.016	.011	.001	.000	.000	.005		.041	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.12	Pearson Correlation	.394*	.376*	.304	.109	.218	.301	.490	.233	.351	.339	.375*	1	.563**
	Sig. (2-tailed)	.031	.040	.103	.565	.248	.106	.006	.216	.058	.067	.041		.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTALX2	Pearson Correlation	.653**	.437*	.425*	.678	.638*	.658	.753	.798	.627	.712*	.749*	.563*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.016	.019	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	
	N	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).





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

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

### Hasil Uji Reabilitas 30 Responden

#### *Brand Image*

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.672	6

#### *Harga*

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.867	12

#### *Physical Evidence*

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.815	8

#### *Kepuasan Pelanggan*

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items

# Hasil Uji Validitas 30 Responden

## Kepuasan Pelanggan

nggul

### Correlations

		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	Y1.8	TOTALY1
Y1.1	Pearson Correlation	1	.681**	.189	.356	.194	.217	.410*	.373*	.587**
	Sig. (2-tailed)		.000	.318	.053	.304	.249	.024	.043	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y1.2	Pearson Correlation	.681**	1	.316	.360	.459*	.368*	.441*	.317	.654**
	Sig. (2-tailed)	.000		.088	.051	.011	.046	.015	.088	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y1.3	Pearson Correlation	.189	.316	1	.634**	.693**	.698**	.600**	.482**	.746**
	Sig. (2-tailed)	.318	.088		.000	.000	.000	.000	.007	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y1.4	Pearson Correlation	.356	.360	.634**	1	.517**	.577**	.756**	.690**	.822**
	Sig. (2-tailed)	.053	.051	.000		.003	.001	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y1.5	Pearson Correlation	.194	.459*	.693**	.517**	1	.733**	.606**	.578**	.783**
	Sig. (2-tailed)	.304	.011	.000	.003		.000	.000	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y1.6	Pearson Correlation	.217	.368*	.698**	.577**	.733**	1	.664**	.413*	.748**
	Sig. (2-tailed)	.249	.046	.000	.001	.000		.000	.023	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y1.7	Pearson Correlation	.410*	.441*	.600**	.756**	.606**	.664**	1	.666**	.869**
	Sig. (2-tailed)	.024	.015	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y1.8	Pearson Correlation	.373*	.317	.482**	.690**	.578**	.413*	.666**	1	.778**
	Sig. (2-tailed)	.043	.088	.007	.000	.001	.023	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTALY1	Pearson Correlation	.587**	.654**	.746**	.822**	.783**	.748**	.869**	.778**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	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).

.883	8
------	---

### Analisis Regresi Berbeda

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.648 <sup>a</sup>	.420	.410	1.905

a. Predictors: (Constant), Pyhsical Evidence, Brand Image, Harga

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

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	436.431	3	145.477	40.096	.000 <sup>b</sup>
Residual	602.281	166	3.628		
Total	1038.712	169			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Pyhsical Evidence, Brand Image, Harga

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.200	2.696		.445	.657
Brand Image	.438	.093	.337	4.729	.000
Harga	.342	.066	.370	5.148	.000
Pyhsical Evidence	.130	.059	.130	2.181	.031

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan