

LAMPIRAN
Lampiran 1. Kuesioner
KUESIONER PENELITIAN PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN
DAN BRAND IMAGE TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PT LAZIZAA

Kepada Yth, Bapak/Ibu/Saudara/i Di Tempat
Dengan hormat,

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Bryanaldi Mario Windarto

NPK : K.2017.1.34455

Program Studi : Management Pemasaran

Bermaksud akan mengadakan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan dan Brand image terhadap Loyalitas Pelanggan Lazizaa Madiun”.

Penelitian ini tidak akan menimbulkan akibat yang merugikan bagi responden. Semua informasi dari hasil penelitian akan dijaga kerahasiaannya dan hanya dipergunakan untuk kepentingan penelitian. Jika saudara/i bersedia, maka saya mohon kesediaan untuk menandatangani lembar persetujuan yang saya lampirkan.

Atas perhatian dan kesediaannya menjadi responden saya ucapkan terima kasih. Hormat
saya,

Bryanaldi Mario Windarto

A. DATA RESPONDEN

Sebelum menjawab pertanyaan dalam kuisisioner ini, mohon Bapak/Ibu/Saudara/i mengisi data identitas berikut ini terlebih dahulu.

Nama :

Usia : Tahun

Jenis Kelamin : Laki-laki/Perempuan.

Pekerjaan :

B. PETUNJUK PENGISIAN KUISIONER

1. Dari daftar pertanyaan yang ada, dikelompokkan dalam 4 (empat) bagian utama indikator pengukuran. (Lihat Tabel)
2. Responden diharapkan membaca terlebih dahulu diskripsi masing-masing pertanyaan sebelum memberikan jawaban.
3. Responden dapat memberikan jawaban dengan memberikan tanda centang (√) pada salah satu pilihan jawaban yang tersedia.
4. Pada masing-masing pertanyaan terdapat lima alternatif jawaban yang mengacu pada teknik skala Likert, yaitu.
 - Sangat Setuju (SS) = 5
 - Setuju (S) = 4
 - Netral (N) = 3
 - Tidak Setuju (TS) = 2
 - Sangat Tidak Setuju (STS) = 1
5. Data responden dan semua informasi yang diberikan akan dijamin kerahasiaannya. Oleh sebab itu dimohon untuk mengisi kuisisioner dengan sebenarnya dan seobjektif mungkin.

DAFTAR KUISIONER

Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Brand Image terhadap Loyalitas Pelanggan

A. KUALITAS PRODUK

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
-----	------------	-----	----	---	---	----

1	Produk Makanan Cepatsaji Lazizaa sangat bervariasi					
2	Saya meyakini produk makanan cepatsaji lazizaa diproses secara higienis					
3	Makanan cepatsaji lazizaa selalu melakukan inovasi untuk produk barunya					
4	Makanan cepatsaji lazizaa memiliki rasayang bersaing dengan produk pesaing					

5	Bahanbaku yang berkualitas dan berstandar tinggi					
6	Produk makanan cepatsaji lazizaa banyak memberikan diskondi masa pandemi covid (PPKM)					

B. KUALITAS PELAYANAN

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Karyawan Lazizaa Madiun memberikan pelayanan yangcepat dalam penyajian					
2	Karyawan Lazizaa Madiunramah dan bersahabat.					
3	Karyawan Lazizaa Madiuncepat merespon keluhan					

	konsumen					
4	Karyawan Lazizaa Madiun berpenampilan rapi dan seragam.					
5	Karyawan Lazizaa Madiun menerapkan Protokol Kesehatan yang ketat dimasa pandemicovid (PPKM)					
6	Adanya perlengkapan protokol kesehatan di sediakan oleh Lazizaa Madiun di masa pandemicovid (PPKM)					

7	Lazizaa Madiun menyediakan layanan pembayaran nontunai dimasa pandemicovid (PPKM)					
---	-----------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--	--

C. BRAND IMAGE

No.	Pernyataan	ST	T	N	S	S
1	MerekLazizaadikenalsebagaimerekmakanan cepatsajiyangberkualitas					
2	MerekLazizaamudahdiingatdandiucapkan.					
3	MerekLazizaahalaluntukdikosumsi					

4	Merek Laziza adalah makanan cepat saji yang bis diandalkan semua orang dari rasanya					
5	Merek Laziza dikenal peduli dengan kebutuhan konsumen					
6	Lokasi Laziza Madiun sangat strategis					

D. LOYALITAS PELANGGAN

No	Pernyataan	S	T	N	S	S
	Saya yakin membeli makanan cepat saji merek Laziza karena	S	S			S
1	menu makanannya banyak					
2	Saya merekomendasikan makanan cepat saji merek Laziza kepada orang lain apabila memilih makanan cepat saji					
3	Saya membeli makanan cepat saji merek Laziza karena harganya lebih terjangkau dibanding produk pesaing					
4	Saya tetap memilih makanan cepat saji merek Laziza meskipun ada makanan cepat saji merek lain					

5

Saya akan merekomendasikan kepada orang lain untuk makan ke

Laziza pada masa pandemi covid (PPKM)

Lampiran 2. Jawaban Kuesioner Responden Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Brand Image, Loyalitas Pelanggan

	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	TX1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	TX2	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4
1	4	4	4	3	3	4	22	4	3	4	4	5	4	4	28	4	4	5	4
2	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	3	21	3	3	3	3
3	4	4	5	4	4	4	25	3	3	3	4	4	4	4	25	3	3	5	3
4	4	4	3	3	4	3	21	4	4	4	4	4	4	3	27	4	4	4	4
5	4	4	4	5	4	4	25	4	4	3	4	4	4	5	28	4	3	4	3
6	4	4	4	3	3	3	21	4	3	4	3	4	3	3	24	3	3	4	3
7	4	5	4	4	5	4	26	4	4	5	4	5	4	4	30	4	4	5	5
8	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4
9	3	3	3	3	3	3	18	4	4	4	4	4	4	4	28	3	3	5	4
10	3	3	3	3	2	3	17	3	3	3	4	3	4	4	24	3	4	4	2
11	4	4	4	3	4	4	23	5	4	3	5	2	4	3	26	3	4	4	2
12	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	5	4	4	4	29	3	4	4	4
13	4	4	4	3	4	4	23	4	4	3	4	4	4	3	26	4	4	4	4
14	4	4	4	4	4	3	23	4	4	4	5	4	5	4	30	4	5	5	3
15	3	3	3	4	3	3	19	4	3	4	4	4	4	4	27	4	4	4	4
16	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5
17	2	4	3	5	5	2	21	4	4	4	5	4	4	3	28	4	5	5	5
18	4	4	5	3	4	4	24	4	4	5	3	4	4	3	27	4	4	3	4
19	4	4	4	4	4	4	24	4	3	4	4	4	4	4	27	5	4	4	5
20	4	4	4	3	3	4	22	4	4	4	4	5	4	3	28	4	3	4	3
21	4	4	4	4	3	3	22	4	3	4	3	4	4	4	26	4	5	5	5
22	5	4	4	3	3	4	23	4	4	2	3	4	4	4	25	3	4	4	3
23	3	4	3	3	4	2	19	4	4	4	5	4	4	5	30	3	3	4	2
24	5	4	4	4	4	4	25	4	4	4	4	3	3	3	25	4	4	4	4
25	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4
26	4	4	3	4	5	4	24	4	4	4	4	4	4	3	27	4	4	5	5
27	5	4	4	4	4	4	25	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4
28	3	3	3	3	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	28	3	2	4	3
29	5	5	4	4	4	3	25	4	4	3	5	5	5	4	30	4	4	5	3
30	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	3	21	3	3	3	3
31	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4
32	2	4	3	4	5	4	22	4	3	3	5	3	4	3	25	4	5	5	3
33	3	4	2	3	2	4	18	3	2	4	5	5	4	4	27	3	2	5	4
34	4	4	4	3	2	4	21	3	3	4	3	4	3	4	24	3	4	5	4
35	5	4	5	4	4	4	26	5	5	4	4	5	4	4	31	4	4	5	5
36	4	4	3	3	3	4	21	4	4	3	4	4	4	4	27	4	4	4	4

37	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4
38	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	3	3	3	25	3	3	4	4
39	4	4	4	4	4	2	22	2	4	3	4	4	4	4	25	4	4	5	4
40	3	3	3	3	3	3	18	4	4	3	4	3	4	4	26	4	4	4	4
41	4	5	2	4	4	4	23	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4
42	4	4	3	4	4	4	23	3	3	3	3	3	3	3	21	4	4	4	3
43	3	3	3	3	3	4	19	3	3	3	3	3	3	3	21	3	3	3	3
44	4	4	3	4	3	3	21	3	3	3	3	3	4	4	23	4	4	4	3
45	4	4	4	4	3	5	24	4	4	5	4	5	5	3	30	5	5	5	4
46	3	4	4	3	4	5	23	3	4	3	4	4	4	5	27	5	5	5	5
47	4	5	4	4	4	3	24	4	4	3	4	5	4	3	27	4	4	5	4
48	4	4	4	4	4	5	25	4	4	3	4	4	4	4	27	4	5	4	4
49	1	2	4	4	4	4	19	4	3	4	4	4	4	4	27	3	3	3	3
50	4	4	4	4	4	5	25	4	4	4	4	4	4	4	28	5	5	5	5
51	4	4	4	4	4	3	23	4	4	4	4	5	5	5	31	4	4	4	4
52	1	2	1	1	1	1	7	1	1	1	1	1	1	1	7	1	1	1	1
53	3	3	3	4	4	4	21	4	4	3	4	4	4	4	27	3	4	4	4
54	4	4	5	4	5	4	26	4	4	3	4	5	4	5	29	4	5	5	4
55	2	3	2	2	2	4	15	3	3	3	3	3	3	3	21	3	4	4	2
56	4	5	4	4	4	4	25	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4
57	5	4	4	4	4	4	25	4	4	4	4	5	4	4	29	4	4	5	4
58	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5
59	4	4	4	4	4	5	25	3	3	3	4	5	5	5	28	5	5	5	5
60	5	4	4	4	4	5	26	4	5	5	4	4	4	5	31	4	4	4	4
61	4	4	4	4	4	1	21	1	1	1	1	1	1	4	10	5	5	5	5
62	3	4	3	4	4	3	21	4	5	4	4	4	4	4	29	4	5	5	5
63	4	4	4	3	3	4	22	3	4	3	4	4	4	4	26	4	3	5	3
64	4	4	4	4	4	3	23	4	4	4	4	4	4	3	27	4	4	5	4
65	4	5	4	5	4	4	26	4	4	3	4	4	4	4	27	4	4	5	3
66	4	4	4	4	4	5	25	4	4	4	4	5	5	5	31	4	5	5	4
67	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	3	21	3	3	4	3
68	3	4	3	4	5	3	22	3	3	3	4	4	4	3	24	3	4	4	3
69	3	4	3	2	3	3	18	3	4	3	4	3	4	4	25	3	4	4	4
70	2	3	3	3	4	3	18	3	3	3	4	4	4	4	25	3	3	4	3
71	3	5	4	3	4	3	22	4	4	3	4	5	3	4	27	4	4	3	4
72	4	3	3	3	3	3	19	3	3	3	4	4	4	4	25	3	4	4	3
73	3	4	4	4	4	4	23	4	4	4	4	4	4	3	27	3	3	4	4
74	4	4	5	5	4	4	26	5	5	5	5	5	4	5	34	5	5	5	5
75	5	5	5	4	5	5	29	4	5	4	5	5	5	5	33	5	5	5	4
76	5	5	5	5	4	5	29	4	4	4	4	4	4	5	29	4	5	5	5
77	5	5	4	4	4	4	26	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4

78	4	5	5	4	4	5	27	4	4	4	4	5	5	5	31	4	4	4	4
79	5	5	5	5	5	3	28	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4
80	3	4	4	3	4	3	21	4	4	3	2	3	4	4	24	4	4	4	4
81	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5
82	4	3	3	3	4	4	21	4	3	3	3	3	4	4	24	4	5	4	3
83	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5
84	4	5	4	4	4	4	25	4	5	4	4	5	5	4	31	5	5	5	4
85	4	4	4	3	3	3	21	3	4	3	4	4	4	4	26	3	4	4	3
86	4	4	5	4	3	5	25	4	5	5	5	4	4	3	30	3	3	4	4
87	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4
88	4	5	4	5	4	5	27	4	4	4	4	5	4	4	29	4	4	4	4
89	3	2	4	4	1	1	15	1	1	1	1	3	1	1	9	1	1	1	1
90	5	5	4	5	4	5	28	4	5	5	5	5	4	5	33	4	4	5	4
91	4	5	4	4	3	4	24	4	4	4	3	4	5	4	28	5	4	5	4
92	4	4	4	4	4	5	25	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4
93	4	3	4	3	4	4	22	4	4	3	4	4	4	4	27	3	4	4	4
94	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	3	21	3	3	3	3
95	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	3	21	3	3	4	3
96	4	5	3	5	4	3	24	4	3	3	4	4	4	4	26	3	4	3	4
97	5	3	3	3	3	3	20	3	3	3	3	3	3	3	21	3	3	3	3
98	3	4	4	4	4	3	22	4	4	3	4	4	4	3	26	4	4	5	3
99	4	4	4	3	4	5	24	3	3	2	4	4	4	5	25	3	2	5	3
100	4	4	5	5	4	4	26	4	4	3	4	4	4	4	27	4	5	3	4
101	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5
102	3	1	1	3	4	1	13	3	1	2	2	1	5	1	15	1	5	3	4
103	4	4	4	5	4	5	26	4	5	4	5	5	4	5	32	4	3	5	4
104	4	5	4	3	4	4	24	5	5	4	3	5	5	5	32	5	4	4	4
105	4	4	3	4	4	4	23	4	4	3	4	4	4	4	27	4	2	4	3
106	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	5	4
107	5	4	4	4	4	4	25	4	5	4	4	4	4	4	29	4	4	4	4
108	4	4	4	4	3	4	23	4	3	4	5	4	4	4	28	4	4	4	4
109	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	3	21	3	3	4	3

9																			
11 0	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	3	21	3	3	3	3
11 1	4	4	4	4	4	4	24	3	4	3	4	4	4	4	26	4	4	4	4
11 2	4	5	5	5	3	5	27	5	5	4	5	5	5	2	31	5	5	5	4
11 3	2	3	4	2	4	5	20	5	4	5	4	4	5	4	31	4	5	2	4
11 4	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4
11 5	4	4	5	4	3	5	25	4	5	4	5	5	4	3	30	3	4	5	3
11 6	4	4	4	5	4	4	25	4	5	4	5	4	4	4	30	4	4	4	4
11 7	5	5	5	5	5	5	30	5	5	4	5	5	5	5	34	5	4	5	5
11 8	3	4	1	5	5	5	23	5	4	5	4	5	4	5	32	5	4	5	4
11 9	4	4	4	4	3	3	22	3	4	4	3	4	4	3	25	3	3	4	3
12 0	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4
12 1	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	3	21	3	3	3	3
12 2	4	5	4	4	4	3	24	4	4	4	5	4	5	3	29	4	4	5	4
12 3	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4
12 4	5	3	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4
12 5	5	4	4	3	2	4	22	5	5	5	5	5	5	4	34	5	5	5	5
12 6	3	3	3	3	3	3	18	5	4	4	5	5	5	5	33	5	5	5	4

Lampiran 3. Uji Validitas Uji Validitas Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Brand Image

Correlations

	x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	x1.5	x1.6	tx1
x1.1 Pearson Correlation	1	.604**	.600**	.488**	.323**	.425**	.762**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	126	126	126	126	126	126	126
x1.2 Pearson Correlation	.604**	1	.562**	.571**	.493**	.472**	.812**
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
N	126	126	126	126	126	126	126
x1.3 Pearson Correlation	.600**	.562**	1	.497**	.354**	.487**	.778**
Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
N	126	126	126	126	126	126	126
x1.4 Pearson Correlation	.488**	.571**	.497**	1	.589**	.382**	.771**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
N	126	126	126	126	126	126	126
x1.5 Pearson Correlation	.323**	.493**	.354**	.589**	1	.367**	.683**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
N	126	126	126	126	126	126	126
x1.6 Pearson Correlation	.425**	.472**	.487**	.382**	.367**	1	.711**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
N	126	126	126	126	126	126	126
tx1 Pearson Correlation	.762**	.812**	.778**	.771**	.683**	.711**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	126	126	126	126	126	126	126

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

Correlations

		x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	tx2
x2.1	Pearson Correlation	1	.757**	.736**	.674**	.859**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	126	126	126	126	126
x2.2	Pearson Correlation	.757**	1	.686**	.687**	.863**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	126	126	126	126	126
x2.3	Pearson Correlation	.736**	.686**	1	.615**	.815**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	126	126	126	126	126
x2.4	Pearson Correlation	.674**	.687**	.615**	1	.835**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	126	126	126	126	126
tx2	Pearson Correlation	.859**	.863**	.815**	.835**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	126	126	126	126	126

Correlations

		x2.5	x2.6	x2.7	tx2
x2.5	Pearson Correlation	1	.646**	.585**	.843**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	126	126	126	126
x2.6	Pearson Correlation	.646**	1	.511**	.819**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	126	126	126	126
x2.7	Pearson Correlation	.585**	.511**	1	.696**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	126	126	126	126
tx2	Pearson Correlation	.843**	.819**	.696**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	126	126	126	126

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

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

Correlations

		x3.1	x3.2	x3.3	x3.4	x3.5	x3.6	tx3
x3.1	Pearson Correlation	1	.664**	.615**	.685**	.570**	.646**	.862**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	126	126	126	126	126	126	126
x3.2	Pearson Correlation	.664**	1	.488**	.643**	.572**	.500**	.799**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	126	126	126	126	126	126	126
x3.3	Pearson Correlation	.615**	.488**	1	.529**	.450**	.619**	.761**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	126	126	126	126	126	126	126
x3.4	Pearson Correlation	.685**	.643**	.529**	1	.655**	.563**	.840**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	126	126	126	126	126	126	126
x3.5	Pearson Correlation	.570**	.572**	.450**	.655**	1	.545**	.783**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	126	126	126	126	126	126	126
x3.6	Pearson Correlation	.646**	.500**	.619**	.563**	.545**	1	.801**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	126	126	126	126	126	126	126
tx3	Pearson Correlation	.862**	.799**	.761**	.840**	.783**	.801**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	126	126	126	126	126	126	126

Correlations

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

		y1	y2	y3	y4	y5	ty
y1	Pearson Correlation	1	.710**	.619**	.600**	.653**	.849**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	126	126	126	126	126	126
y2	Pearson Correlation	.710**	1	.649**	.608**	.756**	.881**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	126	126	126	126	126	126
y3	Pearson Correlation	.619**	.649**	1	.586**	.611**	.815**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	126	126	126	126	126	126
y4	Pearson Correlation	.600**	.608**	.586**	1	.625**	.812**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	126	126	126	126	126	126
y5	Pearson Correlation	.653**	.756**	.611**	.625**	1	.866**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	126	126	126	126	126	126
ty	Pearson Correlation	.849**	.881**	.815**	.812**	.866**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	126	126	126	126	126	126

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

Lampiran 4. Uji Reliabilitas Uji Reliabilitas Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Brand Image Case Processing Summary

Reliability

Reliability Statistics

Alpha	NofItems
.845	6

Cronbach's

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x1.1	19.00	9.440	.639	.816
x1.2	18.87	9.456	.720	.812
x1.3	19.05	9.358	.660	.813
x1.4	19.05	9.598	.661	.813
x1.5	19.08	10.058	.541	.837
x1.6	19.04	9.446	.549	.837
	.917	7		

Reliability

Reliability Statistics

Cronbach's

Alpha N of Items

.899	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
y1	14.71	7.873	.756	.876
y2	14.76	7.799	.714	.885
y3	15.00	8.032	.699	.889
y4	14.71	7.649	.778	.871
y5				

Lampiran 5. Uji Asumsi Klasik

Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Kualitas Produk	Kualitas Pelayanan	Brand Image	Loyalitas Pelanggan
N	126	126	126	126
Normal Parameters ^{a,b} Mean	22.82	27.00	23.40	18.44
Std.Deviation	3.654	4.578	3.944	3.477
Most Extreme Absolute Differences	.119	.159	.132	.121
Positive	.101	.112	.106	.121
Negative	-.119	-.159	-.132	-.095
Asymp.Sig.(2-tailed)	.558	.423	.633	.584
	.915	.994	.817	.885

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Kolmogorov-Smirnov Z

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		126
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	19.72751573
Most Extreme Differences	Absolute	.059
	Positive	.059
	Negative	-.057
Asymp. Sig. (2-tailed)		.663
		.771

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Kolmogorov-Smirnov Z Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Kualitas Produk	.987	1.013
Kualitas Pelayanan	.997	1.003
Brand Image	.986	1.014

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-5.055	7.526		-.672	.503
	KualitasProduk	.266	.429	.076	.618	.537
	KualitasPelayanan	.021	.043	.044	.502	.617
	BrandImage	.593	.398	.182	1.488	.139

a. Dependent Variable: absresid

Lampiran 6. Analisis Regresi Linier Berganda

Regression

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted Square	R Std. Error of the Estimate
1	.817 ^a	.668	.659	2.029

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

ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1008.753	3	336.251	81.660	.000 ^a
	Residual	502.358	122	4.118		
	Total	1511.111	125			

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.285	1.228		-.232	.817
KualitasProduk	.183	.080	.193	2.306	.023
KualitasPelayanan	.275	.067	.362	4.126	.000
BrandImage	.304	.071	.345	4.258	.000