

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis penelitian ini membahas tentang variabel-variabel yang berkaitan dengan *brand image*, promosi, kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan PT. New Inti Furnindo, dengan hasil yang telah diuji menggunakan *PSW Statistic 18*, maka dari itu dapat ditarik kesimpulan dari hasil penelitian ini sebagai berikut :

1. *Brand Image* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. New Inti Furnindo dibuktikan dengan hasil nilai perhitungan $t_{hitung} 3,021 > 1,974 t_{tabel}$. Artinya apabila ada peningkatan *Brand Image* maka akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan PT. New Inti Furnindo.
2. Promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. New Inti Furnindo dibuktikan dengan hasil nilai perhitungan $t_{hitung} 3,502 > 1,974 t_{tabel}$. Artinya apabila ada peningkatan dari Promosi maka akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan PT. New Inti Furnindo.
3. Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan PT. New Inti Furnindo dibuktikan dengan hasil nilai

perhitungan $t_{hitung} 7,080 > 1,974 t_{tabel}$. Artinya apabila ada peningkatan Kualitas Layanan maka akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan PT. New Inti Furnindo.

B. Saran

Saran dari penulis untuk penelitian selanjutnya yang akan membahas tentang tema dan variabel-variabel yang sama tentang pemasaran yaitu :

Praktis

1. Perusahaan diharapkan dapat memberikan lebih banyak lagi inovasi-inovasi baru dalam mengeluarkan produk yang lebih beragam dan bervariasi agar konsumen tau *brand image* perusahaan PT. New Inti Furnindo sangatlah menarik perhatian pada saat memberikan atau mengeluarkan produk barunya.
2. Perusahaan diharapkan bisa memberikan harga yang bervariasi lagi untuk semua kalangan agar dapat membeli produk yang dapat dipikirkan kembali oleh konsumen dan juga setimpal dengan kualitas layanan yang diberikan benar-benar setimpal dengan apa yang mereka dapatkan.
3. Perusahaan diharapkan dapat memberikan kualitas layanan yang sangat lebih mendekati diri kepada konsumen, dan juga memberikan layanan dari hati ke hati kepada pelanggan.

Teoritis

1. Diharapkan adanya kerjasama dengan perusahaan agar dapat memudahkan peneliti selanjutnya untuk mengumpulkan data berupa kuesioner.
2. Diharapkan penelitian selanjutnya tidak hanya menggunakan metode angket atau berupa kuesioner tetapi juga melakukan dengan metode wawancara atau observasi untuk mendapatkan hasil yang lebih baik lagi.
3. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel-variabel bebas atau memberikan variabel-variabel baru dan mengganti dalam penelitian selanjutnya agar faktor penelitian lebih beragam lagi.
4. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengganti tempat atau ruang lingkup dalam penelitian agar memudahkan penelitian untuk mencari data lebih banyak lagi, misalnya melakukan penelitian langsung atau menggunakan media sosial lainnya.
5. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat meneliti faktor-faktor internal dalam perusahaan agar lebih spesifik dalam melakukan penelitian untuk perusahaan dan mendapatkan hasil lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Augusty, Ferdinand. (2006) “*Metode Penelitian Manajemen: Pedoman untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen, edisi ke-5*”. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Haryono, PM. Budi. (2018) “*HOW TO BE A PROFESSIONAL CUSTOMER SERVICE*” Yogyakarta :Andi.
- Ghozali, Imam, (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program PASW Statistics 18* edisi ke-5. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Keegan, Warren J, and Green Mark C. (2015) *Global Marketing* 8th edition. England: Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip and Armstrong, Gary. (2016) *Principles of Marketing* 16th edition. England: Pearson Education Limited
- Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane. (2016) *Marketing Management* 15th edition. England: Pearson Education Limited
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2013) *Manajemen Pemasaran*, edisi ke-13 Jilid ke-2, Jakarta: Erlangga
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2014. *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Abiwara, 2020. Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen *Gea Fashion* Banjar). Tasikmalaya
- Denny Aditya Rachman dan Dra. Sri Suryoko, M.Si., 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. Diponegoro

LAMPIRAN

KUESIONER PENGARUH BRAND IMAGE, PROMOSI, KUALITAS LAYANAN, TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT. NEW INTI FURNINDO

Bapak/Ibu/Sdr/I yang terhormat,

Dalam rangka penelitian skripsi yang berjudul "Pengaruh Brand Image, Promosi, Kualitas Layanan, terhadap Kepuasan Pelanggan PT. New Inti Furnindo.", saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/I meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner atau pernyataan yang dilampirkan. Jawaban yang Anda berikan akan sangat membantu penelitian ini, dan kuesioner ini hanya dapat digunakan apabila sudah terisi.

Perlu peneliti informasikan bahwa seluruh data dan informasi yang diperoleh dari jawaban atas kuesioner ini semata-mata hanya akan digunakan untuk kepentingan penelitian akademis. Semua jawaban kuesioner ini juga akan sangat dijaga kerahasiaannya. Atas bantuan perhatian dan waktu yang Bapak/Ibu berikan saya mengucapkan terima kasih.

Lama Bekerja *

- < 10 Tahun
- 10 - 15 Tahun
- 16 - 25 Tahun
- > 25 Tahun

Jabatan *

- Owner
- Sales
- Teknisi
- Lainnya

Usia *

- < 23 Tahun
 - 24 - 30 Tahun
 - 31 - 34 Tahun
 - > 35 Tahun
-

Jenjang Pendidikan *

- SMA
- S1
- S2
- S3

BRAND IMAGE (X1) *

	1	2	3	4	5
Saya pernah mendengar tentang PT. New Inti Furnindo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Saat saya melihat produk yang bagus saya langsung teringat dengan PT. New Inti Furnindo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Banyak toko bahkan perorangan yang membeli produk furniture di PT. New Inti Furnindo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Harga yang murah dapat menjadi pilihan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

PROMOSI (X2) *

	1	2	3	4	5
Menurut saya promosi yang dilakukan PT. New Inti Furnindo sudah sangat menarik	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cashback yang diberikan PT. New Inti Furnindo kepada konsumen sangat memuaskan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Setiap pembelian beberapa unit mendapat diskon untuk konsumen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

KUALITAS LAYANAN (X3) *

	1	2	3	4	5
Pelayanan dari sales yang memuaskan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pendekatan dari hati ke hati dalam melakukan penjualan menjadi nilai lebih	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Selain harga yang murah kualitas produk serta layanan tidak diturunkan sama sekali	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

KEPUASAN PELANGGAN (Y) *

1

2

3

4

5

Setelah membeli saya merasa puas dengan produk dari PT. New Inti Furnindo

Saya puas dengan pelayanan yang diberikan PT. New Inti Furnindo

Diskon yang diberikan dapat membuat kepuasan sendiri kepada pelanggan

Setelah mencoba produk dari PT. New Inti Furnindo saya merasa puas

Lama Bekerja	Jabatan	Usia	Jenjang Pendidikan
< 5 Tahun	Sales	24 - 30 Tahun	S1
5 - 10 Tahun	Sales	24 - 30 Tahun	S1
< 5 Tahun	Sales	24 - 30 Tahun	S1
10 - 15 Tahun	Manager	24 - 30 Tahun	S1
< 5 Tahun	Sales	24 - 30 Tahun	S1
< 5 Tahun	Sales	24 - 30 Tahun	S1
< 5 Tahun	Sales	24 - 30 Tahun	S1
< 5 Tahun	Sales	> 35 Tahun	S1
< 5 Tahun	Sales	24 - 30 Tahun	S1
10 - 15 Tahun	Staff	33 - 30 Tahun	S1
10 - 15 Tahun	Staff	34 - 3 Tahun	S1
10 - 15 Tahun	Manager	35 - 30 Tahun	S1
10 - 15 Tahun	Staff	36 - 30 Tahun	S1
10 - 15 Tahun	Staff	37 - 30 Tahun	S1
10 - 15 Tahun	Staff	24 - 30 Tahun	S1
< 5 Tahun	Teknisi	24 - 30 Tahun	S3
< 5 Tahun	Teknisi	24 - 30 Tahun	S1
> 35 Tahun	Owner	24 - 30 Tahun	S1
< 5 Tahun	Manager	24 - 30 Tahun	S1
< 5 Tahun	Manager	24 - 30 Tahun	S1
< 5 Tahun	Staff	24 - 30 Tahun	S1

< 5 Tahun	Staff	24 - 30 Tahun	S1
< 5 Tahun	Staff	24 - 30 Tahun	S1
< 5 Tahun	Direktur	24 - 30 Tahun	S2
> 35 Tahun	Staff	24 - 30 Tahun	S2
> 35 Tahun	Manager	24 - 30 Tahun	S2
> 35 Tahun	Manager	24 - 30 Tahun	S2
5 - 10 Tahun	Manager	> 35 Tahun	S2
< 5 Tahun	Staff	< 23 Tahun	S1
10 - 15 Tahun	Manager	24 - 30 Tahun	S1
< 5 Tahun	Staff	< 23 Tahun	S1
< 5 Tahun	Staff	< 23 Tahun	S1
5 - 10 Tahun	Staff	< 23 Tahun	S1
5 - 10 Tahun	Manager	> 35 Tahun	S1
5 - 10 Tahun	Staff	24 - 30 Tahun	S1
5 - 10 Tahun	Staff	> 35 Tahun	S1
5 - 10 Tahun	Staff	24 - 30 Tahun	S1
5 - 10 Tahun	Staff	< 23 Tahun	S1
< 5 Tahun	Staff	< 23 Tahun	S1
< 5 Tahun	Staff	< 23 Tahun	S1
< 5 Tahun	Staff	< 23 Tahun	S1
> 35 Tahun	Staff	< 23 Tahun	S1
> 35 Tahun	Staff	< 23 Tahun	S1
> 35 Tahun	Staff	< 23 Tahun	S1

5 - 10 Tahun	Staff	< 23 Tahun	S1
< 5 Tahun	Staff	< 23 Tahun	S1
10 - 15 Tahun	Staff	< 23 Tahun	S1
< 5 Tahun	Staff	< 23 Tahun	S1
< 5 Tahun	Staff	< 23 Tahun	S1
5 - 10 Tahun	Staff	< 23 Tahun	S1
5 - 10 Tahun	Staff	< 23 Tahun	S1
< 5 Tahun	Staff	< 23 Tahun	S1
< 5 Tahun	Staff	< 23 Tahun	S1
> 35 Tahun	Staff	< 23 Tahun	S1
> 35 Tahun	Staff	< 23 Tahun	S1
> 35 Tahun	Staff	< 23 Tahun	S1
5 - 10 Tahun	Staff	< 23 Tahun	S1
< 5 Tahun	Staff	< 23 Tahun	S1
10 - 15 Tahun	Staff	< 23 Tahun	S1
< 5 Tahun	Staff	< 23 Tahun	S1
10 - 15 Tahun	Staff	< 23 Tahun	S2
10 - 15 Tahun	Staff	< 23 Tahun	S2
10 - 15 Tahun	Manager	> 35 Tahun	S2
10 - 15 Tahun	Staff	< 23 Tahun	S2
> 35 Tahun	Staff	24 - 30 Tahun	S2
> 35 Tahun	Staff	24 - 30 Tahun	S2
5 - 10 Tahun	Manager	> 35 Tahun	S2
< 5 Tahun	Staff	24 - 30 Tahun	S2

> 35 Tahun	Staff	24 - 30 Tahun	S1
> 35 Tahun	Staff	24 - 30 Tahun	S1
5 - 10 Tahun	Direktur	> 35 Tahun	S2
< 5 Tahun	Staff	24 - 30 Tahun	S2
> 35 Tahun	Staff	24 - 30 Tahun	S2
> 35 Tahun	Manager	> 35 Tahun	S2
5 - 10 Tahun	Manager	> 35 Tahun	S2
< 5 Tahun	Staff	24 - 30 Tahun	S2
> 35 Tahun	Staff	24 - 30 Tahun	S2
> 35 Tahun	Staff	24 - 30 Tahun	S2
5 - 10 Tahun	Direktur	> 35 Tahun	S2
< 5 Tahun	Staff	24 - 30 Tahun	S1
> 35 Tahun	Staff	24 - 30 Tahun	S1
5 - 10 Tahun	Staff	24 - 30 Tahun	S1
< 5 Tahun	Manager	> 35 Tahun	S1
10 - 15 Tahun	Manager	24 - 30 Tahun	S1
< 5 Tahun	Staff	24 - 30 Tahun	S1
< 5 Tahun	Staff	24 - 30 Tahun	S1
5 - 10 Tahun	Staff	24 - 30 Tahun	S1
5 - 10 Tahun	Staff	> 35 Tahun	S1
5 - 10 Tahun	Manager	> 35 Tahun	S1
5 - 10 Tahun	Manager	> 35 Tahun	S1
< 5 Tahun	Staff	24 - 30 Tahun	S1
< 5 Tahun	Staff	24 - 30 Tahun	S1
> 35 Tahun	Staff	24 - 30 Tahun	SMA
> 35 Tahun	Staff	24 - 30 Tahun	SMA
5 - 10 Tahun	Staff	24 - 30 Tahun	SMA
< 5 Tahun	Staff	24 - 30 Tahun	S1
10 - 15 Tahun	Staff	24 - 30 Tahun	SMA

Brand Image (X1)			
BI1	BI2	BI3	BI4
4	4	5	4
4	4	3	3
1	5	3	3
3	4	3	2
4	4	4	3
4	4	2	3
3	5	2	4
3	4	3	3
5	5	5	5
5	5	3	4
5	4	5	4
2	4	3	3
5	5	5	5
5	5	5	5
5	5	4	5
5	5	5	5
5	4	5	4
4	4	5	4
3	5	5	4
4	5	4	4
4	4	5	4
4	5	3	5

2	5	3	3
3	3	1	2
4	3	4	4
4	4	4	3
3	4	2	4
2	4	4	3
4	5	2	4
2	5	5	5
3	3	3	3
3	5	4	5
1	5	4	4
3	4	3	3
2	4	2	2
3	4	3	3
1	5	3	4
3	5	2	2
4	4	3	3
5	5	5	5
4	4	3	3
5	5	5	5
2	2	4	3
5	5	5	4
5	5	4	4
5	4	5	4

5	5	4	4
5	4	4	4
3	3	3	4
5	5	5	5
5	5	5	5
4	5	1	2
5	5	4	4
4	4	4	4
5	5	5	5
4	5	2	3
4	5	3	3
4	5	3	3
5	5	3	3
2	3	3	4
5	5	4	5
4	4	3	3
5	4	4	3
5	3	3	3
2	5	4	5
5	5	5	4
4	4	4	3
5	5	4	5
4	5	2	3
1	1	2	3

4	5	2	3
5	5	4	3
5	4	5	4
4	4	5	4
5	5	5	5
5	4	5	5
4	5	3	5
3	4	4	3
2	5	2	3
4	4	5	4
5	4	5	5
4	4	4	4
4	4	5	4
5	5	4	4
4	4	5	4
4	4	4	5
4	5	4	4
5	4	4	5
4	5	4	4
4	5	4	4
4	4	4	5
2	4	2	2
3	4	4	4
4	5	4	4

3	4	3	4
4	4	5	4
3	4	3	3
1	5	2	3
3	3	4	4
3	4	3	3
5	5	5	5
5	5	5	5
2	4	2	3
4	4	5	5
1	5	1	5
5	5	3	4
2	1	3	3
2	5	4	5
4	3	3	4
4	5	2	5
5	5	2	3
3	4	3	3
5	5	5	5
2	4	3	4
1	3	2	3
5	5	3	5
2	5	3	4
4	4	5	4

4	4	3	3
4	4	5	4
4	5	4	5
4	5	4	3
5	4	5	4
4	5	4	4
3	4	4	4
5	4	5	5
2	4	3	4
4	4	5	5
5	4	4	5
4	5	4	5
4	5	3	5
5	5	1	5
3	5	3	3
3	5	3	4
5	5	1	5
5	4	4	4
5	5	5	5
5	5	5	4
4	5	5	5
3	5	4	5
3	5	3	5
4	4	5	4

4	4	4	5
5	4	5	4
4	4	3	4
5	4	5	4

Promosi (X2)		
PO1	PO2	PO3
5	5	5
4	3	3
3	3	2
4	3	3
5	4	5
4	4	4
5	5	5
4	3	3
4	4	4
5	3	4
5	4	4
4	3	3
5	5	5
5	5	5
5	5	5
5	5	5
5	5	4
5	4	3
5	4	3
5	5	4
5	5	5
4	5	4

5	4	5
4	3	3
4	4	4
4	4	4
3	4	4
3	3	3
5	4	4
5	5	5
4	3	3
5	4	4
3	4	4
3	3	3
3	3	3
3	3	3
3	3	3
4	4	4
3	3	3
5	5	5
4	4	4
5	5	5
2	4	3
5	5	4
5	5	5
5	4	5

5	5	4
5	5	5
3	3	3
5	5	5
5	5	5
4	3	4
5	5	5
4	4	5
5	5	5
4	3	3
4	4	4
4	3	3
5	5	5
4	5	3
5	5	5
4	3	2
4	4	4
4	3	3
5	3	5
5	5	5
5	5	5
4	4	4
4	5	4
2	4	4

3	2	4
4	3	4
5	4	4
5	4	4
5	5	5
5	4	5
5	5	5
4	4	4
3	4	3
5	5	5
5	4	5
5	4	4
5	4	5
4	3	4
5	4	5
5	4	4
4	4	5
5	4	5
4	5	4
4	4	5
5	4	5
5	3	3
4	4	3
4	4	5

3	2	4
4	3	4
5	4	4
5	4	4
5	5	5
5	4	5
5	5	5
4	4	4
3	4	3
5	5	5
5	4	5
5	4	4
5	4	5
4	3	4
5	4	5
5	4	4
4	4	5
5	4	5
4	5	4
4	4	5
5	4	5
5	3	3
4	4	3
4	4	5

4	3	3
4	5	4
4	3	4
3	4	4
4	4	3
4	3	4
5	5	5
5	4	4
2	3	3
4	4	3
4	4	4
4	3	4
3	2	3
4	4	3
4	4	4
4	4	3
5	5	5
4	4	4
5	5	5
3	2	3
2	3	2
5	5	4
4	3	4
4	5	4

5	4	5
4	5	4
4	5	4
4	3	3
4	4	5
4	5	4
5	3	4
5	4	5
4	5	3
5	4	5
5	4	5
4	5	4
5	4	5
5	3	5
5	4	4
4	4	4
3	4	5
5	5	5
5	4	5
5	4	5
5	4	5
5	4	4
5	4	5
5	4	5

4	5	4
5	4	5
4	4	5
5	4	5
4	5	5
5	4	5
4	5	5
5	4	5
4	5	4
5	4	5
4	5	5
5	4	5
4	4	4
5	4	5
5	4	4
5	4	5
5	4	5
5	4	5
5	4	5
4	5	4
5	4	4
4	5	3
4	5	4
5	4	5
4	5	4
4	5	4
5	5	4
5	5	4

Kualitas Layanan (X3)		
PH1	PH2	PH3
5	5	4
3	4	4
3	3	3
3	3	3
5	5	4
2	2	4
4	4	3
2	3	2
3	5	4
3	3	2
5	4	5
2	4	3
5	4	5
5	5	5
5	5	5
5	5	4
5	4	5
5	4	4
3	4	4
4	4	5

5	4	5
3	5	4
2	4	3
3	4	3
4	4	4
3	3	3
4	4	4
2	5	3
2	4	2
3	5	4
4	3	2
4	4	3
3	4	3
3	3	3
2	3	3
3	3	3
3	4	5
2	3	2
3	4	4
5	5	5
3	4	4
5	5	5
4	3	3
5	5	5

5	5	4
5	5	4
5	5	5
5	5	5
2	3	2
5	5	5
5	4	4
3	4	4
5	4	5
5	5	4
5	5	5
3	3	3
3	4	4
3	3	3
3	4	4
2	3	3
3	5	4
3	3	4
3	3	3
3	4	2
2	4	1
5	4	4
5	4	4
2	5	2

1	4	2
3	2	3
2	4	3
4	4	4
5	4	4
5	5	5
5	5	5
5	5	5
5	5	5
3	4	4
2	3	2
5	4	5
5	4	5
4	4	4
4	4	5
4	4	5
4	4	4
4	4	5
4	4	4
4	4	4
4	4	5
4	5	4
4	4	5
5	4	5
2	3	3

4	4	5
4	4	4
4	4	4
4	4	5
4	4	3
2	3	2
2	3	3
2	3	2
5	5	5
3	4	4
2	3	3
4	4	4
3	3	3
2	4	4
4	3	4
1	5	2
3	4	4
2	3	2
3	3	3
3	3	3
5	4	3
2	4	3
2	3	3
2	3	3

4	5	4
4	4	5
4	4	5
4	5	2
4	5	4
4	4	3
5	5	4
5	4	3
4	4	5
4	4	3
4	4	5
4	5	4
1	4	3
4	3	3
3	3	3
5	5	5
4	3	4
4	5	4
4	4	5
5	4	4
5	4	5
5	4	5
4	5	4
5	5	4

5	4	5
5	4	5
4	5	4
4	5	4
5	4	5
5	4	5
4	5	5
5	4	4
5	4	5
5	4	5
5	4	5
4	4	4
4	5	4
4	5	4
4	5	4
4	4	5
5	4	4
5	4	4
5	4	5
5	4	4
5	4	5
5	4	5
5	4	5
5	4	5

5	4	5
5	4	4
5	4	4
4	5	5

Kepuasan Pelanggan (Y)			
KP1	KP2	KP3	KP4
4	5	5	4
4	4	4	3
3	3	3	3
2	4	3	3
4	5	4	4
3	3	4	4
3	5	4	4
3	2	3	3
5	5	5	5
3	4	4	4
5	4	4	5
2	4	4	4
5	5	5	5
4	4	5	5
5	4	5	5
4	5	4	5
4	5	4	5
4	4	5	4
3	4	3	5
4	4	5	4

4	4	5	4
5	5	4	5
3	4	4	4
3	4	4	4
4	4	4	4
3	4	4	4
4	4	4	4
3	4	3	4
2	4	4	4
5	5	5	5
3	2	3	2
4	5	5	5
3	4	4	4
3	3	3	3
2	3	4	4
3	3	3	3
5	5	5	4
3	3	3	3
3	4	3	3
5	5	5	5
4	4	4	5
5	5	5	5
4	3	2	4
4	4	4	4

5	4	4	4
5	4	4	5
5	4	4	5
5	5	5	5
2	3	3	3
4	4	4	4
4	4	5	4
5	4	4	5
5	4	4	4
5	5	5	5
5	5	5	5
3	3	4	4
4	4	4	4
3	3	3	3
3	4	4	5
1	3	4	3
5	5	5	5
4	3	4	3
4	3	4	4
3	3	3	3
5	3	4	5
4	4	3	4
5	4	4	5
5	5	5	5

2	4	4	4
4	3	3	4
3	5	4	3
4	4	4	3
4	5	4	4
5	5	4	5
4	4	5	4
4	4	5	4
5	5	5	3
4	4	4	4
3	3	3	2
5	5	4	5
5	4	4	5
4	4	5	4
5	4	5	4
4	5	4	4
4	5	4	4
4	5	4	4
5	4	4	5
4	5	4	4
4	4	5	4
3	4	5	4
4	4	5	5
3	3	3	3

4	4	4	5
4	5	4	4
4	3	5	3
4	5	4	4
4	5	4	3
2	3	3	3
3	3	4	3
3	3	3	3
5	5	5	5
4	4	4	4
3	3	3	3
4	4	5	4
4	4	3	4
3	4	4	3
3	3	3	3
3	4	4	4
4	4	3	4
4	3	4	5
3	5	5	2
3	3	3	3
5	5	5	5
3	4	4	4
3	3	3	3
4	4	4	4

4	3	3	3
4	5	4	5
4	5	4	4
4	5	4	4
5	4	4	4
4	5	4	5
3	4	5	2
4	5	4	4
5	4	4	4
4	5	4	4
4	4	4	3
4	4	5	4
3	4	5	4
4	3	4	4
5	4	3	5
3	5	4	5
4	4	3	4
3	4	4	3
5	5	5	5
4	5	4	5
4	5	4	5
5	4	5	5
5	5	5	5
5	5	4	5

5	5	5	5
4	4	4	5
4	5	4	5
5	5	4	5
4	5	4	5
5	5	4	5
4	5	4	5
5	5	4	5
4	5	4	5
4	5	4	5
4	5	4	5
5	4	5	5
5	4	5	4
5	4	5	5
5	5	4	5
5	5	4	5
5	4	4	4
5	5	4	5
5	5	4	5
5	4	5	4
5	5	4	5
4	5	4	5
4	5	4	5
4	5	4	3

5	4	5	4
4	5	4	5
5	4	5	4
5	5	5	5
5	5	4	5
5	4	5	4

Lampiran Hitungan SPSS

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	3.840	.734		5.232	.000		
brand_image	.234	.067	.259	3.502	.001	.348	2.873
promosi	.264	.087	.205	3.021	.003	.413	2.423
kualitas_layana	.469	.066	.454	7.080	.000	.462	2.163
n							

a. Dependent Variable: kepuasan_pelanggan

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.501	.468		3.209	.002
brand_image	.053	.043	.161	1.237	.218
promosi	-.046	.056	-.100	-.833	.406
kualitas_layana	-.060	.042	-.161	-1.430	.155
n					

a. Dependent Variable: abs_res

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		170
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,38817904
	Most Extreme Differences	
	Absolute	,064
	Positive	,064
	Negative	-,052

Test Statistic	,064
Asymp. Sig. (2-tailed)	,088 ^c

- a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	704.542	3	234.847	119.706	.000 ^a
	Residual	325.670	166	1.962		
	Total	1030.212	169			

- a. Predictors: (Constant), kualitas_layanan, promosi, brand_image
b. Dependent Variable: kepuasan_pelanggan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.840	.734		5.232	.000
	brand_image	.234	.067	.259	3.502	.001
	promosi	.264	.087	.205	3.021	.003
	kualitas_layana	.469	.066	.454	7.080	.000
	n					

- a. Dependent Variable: kepuasan_pelanggan

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Identitas Pribadi

Nama : Alex Filisius
Tempat, Tanggal Lahir : Tangerang, 16 November 1997
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Agama : Buddha
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Cimone Mas Permai 1 Jl Batam No 16, Tangerang
Nomor Telepon : 087883005086
Email : alexfilisius997@gmail.com

Riwayat Pendidikan

2004-2010 : SD Citra Kasih
2010-2013 : SMP Citra Kasih
2013-2016 : SMA Dharma Putra
Sept 2018-Sekarang : Universitas Buddhi Dharma

Riwayat Pekerjaan

Mei 2016-Juli 2020 : CV. Belinda Bakery
Februari 2021-Sekarang : PT. New Inti Furnindo

Tangerang, 15 Juli 2022

Alex Filisius

