

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan Umum

1. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan variabel harga berpengaruh sebesar 27,6% terhadap loyalitas konsumen. Kemudian sisanya sebesar 72,4% dipengaruhi oleh beberapa faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Dan pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen dengan nilai t hitung $7,643 > t$ tabel $1,654$ dan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak.
2. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan variabel citra merek berpengaruh sebesar 48,3% terhadap loyalitas konsumen. Kemudian sisanya sebesar 51,7% dipengaruhi oleh beberapa faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Dan pengaruh citra merek terhadap loyalitas konsumen dengan nilai t hitung $11,946 > t$ tabel $1,654$ dan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak. Dan
3. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan variabel kualitas produk berpengaruh sebesar 56,2% terhadap loyalitas konsumen. Kemudian sisanya sebesar 43,8% dipengaruhi oleh beberapa faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Dan pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen dengan nilai t hitung $14,001 > t$ tabel $1,654$ dan tingkat signifikan dengan $0,002 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak.

4. Hasil penelitian variabel harga, citra merek dan kualitas produk menunjukkan bahwa ketiganya secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen sebesar 61,6%. Hal ini dibuktikan dengan $F_{hitung} 10,549 > F_{tabel} 2,66$ dan tingkat signifikan 0,00 dan 0,05 sehingga H_a diterima dan H_o ditolak.

B. Saran

1. Bagi PT Tirta Fresindo Jaya - Mayora Group

- a) Peningkatan Strategi Harga: Perusahaan tidak harus menurunkan harga, tetapi dapat membuat program *loyalty*, berupa poin dengan kartu anggota yang dapat ditukarkan untuk mengurangi nilai produk dipembelian selanjutnya, sehingga juga dapat mempengaruhi loyalitas konsumennya.
- b) Peningkatan Citra Merek: Perusahaan dapat memperkuat hubungan emosional dengan konsumen melalui kampanye yang menonjolkan cerita merek, seperti darimana asal penamaan *brand* Susu Steril Tujuh Kurma pada iklannya.
- c) Peningkatan Kualitas Produk: Melakukan inovasi, seperti pengembangan rasa yang lebih beragam dan dapat mengurangi kadar gula dalam Susu Steril Tujuh Kurma, untuk memenuhi preferensi konsumen.

2. Bagi Konsumen

Konsumen diharapkan dapat lebih jeli dan kritis dalam mengevaluasi harga dan memilih produk berdasarkan kualitas dan citra merek yang terpercaya.

3. Bagi Penelitian Selanjutnya

Akan lebih baik jika memberikan referensi pada variabel bebas selain variabel harga, citra merek dan kualitas produk yang dipengaruhi oleh variabel loyalitas konsumen yaitu variabel terikat dan dapat digunakan variabel bebas lainnya yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Rauf. (2022). *Loyalitas Pelanggan: Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan*.
- Annisa Salehah. (2020). *Manajemen Kearsipan Dalam Ketatausahaan Di Min 3 Pringsewu*
- Basu Swastha Dharmmestai. (2020). *Loyalitas Pelanggan: Sebuah Kajian Konseptual Sebagai Panduan Bagi Peneliti*.
- Fadha Nabila Sukezi. (2024). *Pengaruh Digital Marketing Dan Tkingkat Pemahaman Terhadap Minat Nasabah Menggunakan BSI Mobile Di Kota Banda Aceh*.
- Marcelino, & Nana Sutisna. (2024). *Pengaruh Word Of Mouth (WOM), Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian di Kopi Tuh Kosambi Tangerang*. 4(2).
- Meliana Rafa, O., Siska, E., Studi Manajemen, P., & Ekonomi dan Bisnis, F. (2023). *Analisis Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Avoskin Natal Indra*. 1(2).
- Muhammad Acep Gina Anggara, Sumartik, & Dewi Andriani. (2024). *Pemberdayaan Sebagai Karyawan Upaya Peningkatan Kualitas Perusahaan (Studi Analisis Teori Manajemen SDM W. Edwards Deming Dalam Transformasi Modernisasi PT. KAI ERA IGNASIUS JONAN)*.
- Muhammad Fikri, Rofiqoh Ferawati, & Mohammad Orinaldi. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Syariah Produk Elzatta. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 2(3), 41–54. <https://doi.org/10.58192/ebismen.v2i3.1253>
- Nur Fadhillah Nasrul. (2021). *Pengaruh Influencer Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Brand Irliana*.
- Pandiangan, K., Masiyono, M., & Dwi Atmogo, Y. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Brand Equity: Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality, & Brand Loyalty. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 471–484. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4.459>
- Muhammad Irvan Noor. (2021). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Artfresh*
- Seran, R. B., Sundari, E., & Fadhila, M. (2023). Strategi Pemasaran yang Unik: Mengoptimalkan Kreativitas dalam Menarik Perhatian Konsumen. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 206–211. <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai/article/download/4054/2644>
- Journal for East European Management Studies. (2014). Peter F. Drucker on management. In *Journal for East European Management Studies* (Vol. 2, Issue 1). Rainer Hampp Verlag. <https://hdl.handle.net/10419/90303>
- Sinthia Veronica. (2024). *Pengaruh Citra Merek, Kualuitas Kepercayaan Dan Kualitas Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Aplikasi Transportasi GO-JEK*

Wandha Nur Iryanti, Swesti Mahardini, & Lydia Kurniawan. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Kue Elcakery Jakarta*. <https://doi.org/10.37817/IKRAITH-EKONOMIKA>

Andi. (2020). *Strategi Pemasaran: Prinsip dan Penerapan*

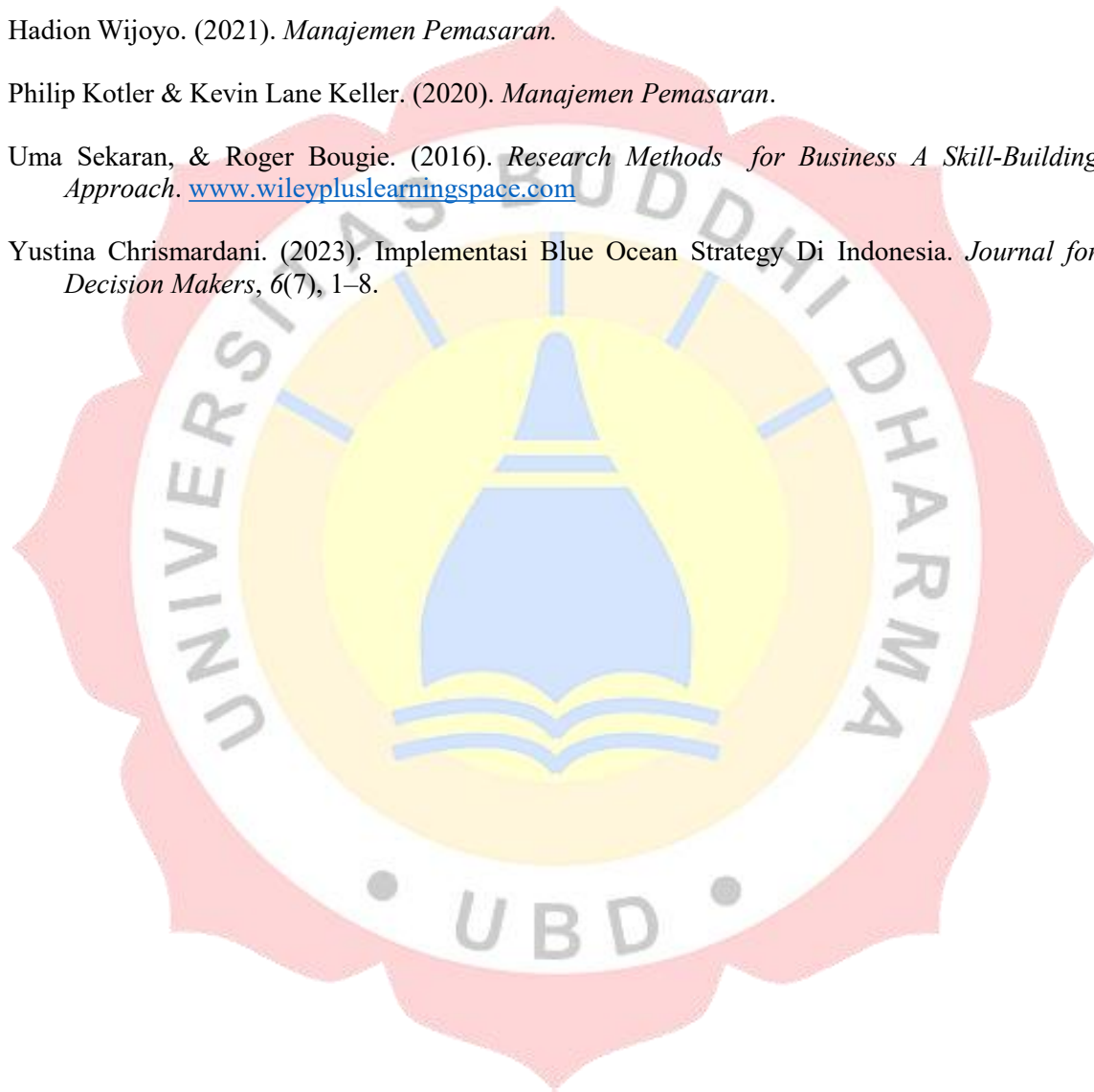
Zefanya Alicia Tabitha. (2021). *Analisis Pengaruh Compensation terhadap Employee Retention*. 19–47.

Hadion Wijoyo. (2021). *Manajemen Pemasaran*.

Philip Kotler & Kevin Lane Keller. (2020). *Manajemen Pemasaran*.

Uma Sekaran, & Roger Bougie. (2016). *Research Methods for Business A Skill-Building Approach*. www.wileypluslearningspace.com

Yustina Chrismardani. (2023). Implementasi Blue Ocean Strategy Di Indonesia. *Journal for Decision Makers*, 6(7), 1–8.



PT. TIRTA FRESINDO JAYA

Head Office : **MAYORA Building**, Jl. Daan Mogot KM. 18 Kalideres, Jakarta Barat 11840
Telp. : (021) 5655306 - 09 Fax. : (021) 5655336

SURAT KETERANGAN

Menerangkan bahwa mahasiswi dengan data dibawah ini :

Nama : Venny Chandra Pratami
NIM : 20210500142
Program Studi : Manajemen Pemasaran
Fakultas : Bisnis
Jenjang Studi : Strata 1
Universitas : Universitas Buddhi Dharma

Mahasiswi tersebut telah melakukan penelitian di PT Tirta Fresindo Jaya (Mayora Group). Dengan objek penelitian yaitu, para konsumen PT Tirta Fresindo Jaya (Mayora Group) dalam rangka pelaksanaan penyusunan skripsi dengan judul "Analisa Target Pasar, Strategi Marketing, dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen Susu Steril Tujuh Kurma (PT Tirta Fresindo Jaya - Mayora Group) di Tangerang.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, diucapkan terima kasih.

Tangerang, 02 Januari 2025

PT. Tirta Fresindo Jaya


Nicki Febrina
Brand Manager

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Identitas Pribadi

Nama : Venny Chandra Pratami
 Tempat, tanggal lahir : Tangerang, 07 Desember 1998
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Agama : Kristen
 Kewarganegaraan : Indonesia
 Alamat : Vila Tomang Baru blok F 10/9, Kel.
 Gelam Jaya, Kec. Pasar Kemis, Kab.
 Tangerang - 15560
 No.HP : 088902000035
 Email : vennychandraa@gmail.com
 IPK : 3,56



Riwayat Pendidikan

SD : SD Kasih Bangsa (2005 - 2011)
 SMP : SMP Bonavita (2011 - 2014)
 SMK : SMK Bonavita (2014 - 2017)

Pengalaman Kerja

Ray White Indonesia (2017 - 2018)
 - Sales Executive
 PT Subur Makmur Sentosa (2018 - 2019)
 - Admin. Accounting
 PT Tirta Fresindo Jaya - MAYORA GROUP (2020 - Sekarang)
 - Marketing Staff

Tangerang, 02 Januari 2025

Venny Chandra Pratami

LAMPIRAN

KUISIONER

Responden yang terhormat,

Dalam rangka menyelesaikan skripsi di Universitas Buddhi Dharma Tangerang yang berjudul **PENGARUH HARGA, CITRA MEREK, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN SUSU STERIL TUJUH KURMA (PT TIRTA FRESINDO JAYA -MAYORA GROUP) DI TANGERANG**, Saya Venny Chandra Pratami mengharapkan kesediaan saudara/i untuk mengisi kuesioner di bawah ini. Setiap jawaban yang saudara/i berikan akan sangat bermanfaat untuk menyelesaikan skripsi ini.

Terima kasih atas kesediaan saudara/i dalam mengisi kuesioner ini.

Petunjuk Pengisian

1. Berikan tanda check list (☐) pada jawaban yang sesuai dengan pilihan anda.
2. Dalam menjawab pertanyaan kuesioner ini, sebaiknya anda memberikan jawaban yang sejujur-jujurnya.
3. Ada lima alternatif jawaban, yaitu:
 - a. SS berarti sangat setuju = 5
 - b. S berarti setuju = 4
 - c. N berarti Netral = 3
 - d. TS berarti tidak setuju = 2
 - e. STS berarti sangat tidak setuju = 1

Apakah Anda pernah mengkonsumsi Susu Steril Tujuh Kurma?

Jika iya, silahkan melanjutkan untuk menjawab pertanyaan - pertanyaan berikut.

Data Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
 () Laki-laki () Perempuan

3. Usia :
☐ 17 tahun ☐ 17 tahun – 25 tahun
☐ 26 tahun – 34 tahun ☐ ≥ 35 tahun
4. Tingkat Pendidikan :
☐ SD - SMA ☐ D3 – S1 ☐ S2

A. Harga (X1)

No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Saya merasa harga Susu Steril Tujuh Kurma terjangkau untuk dibeli secara rutin.					
2	Saya merasa harga susu steril Tujuh Kurma sesuai dengan kualitas produk yang diberikan.					
3	Harga Susu Steril Tujuh Kurma sebanding dengan manfaat yang saya dapatkan.					
4	Harga Susu Steril Tujuh Kurma lebih kompetitif dibandingkan dengan produk sejenis di pasaran.					
5	Saya merasa harga Susu Steril Tujuh Kurma sesuai dengan kemampuan ekonomi saya.					
6	Saya merasa harga Susu Steril Tujuh Kurma mencerminkan kualitas dan citra merek yang baik.					
7	Saya lebih memilih Susu Steril Tujuh Kurma karena harganya lebih kompetitif dibandingkan merek lain.					
8	Saya merasa harga Susu Steril Tujuh Kurma sesuai dengan target pasar yang dituju.					
9	Saya tertarik membeli Susu Steril Tujuh Kurma jika ada promo atau diskon tertentu.					
10	Saya merasa informasi tentang harga Susu Steril Tujuh Kurma mudah ditemukan dan tidak ada biaya tersembunyi.					

Keterangan :

SS = Sangat Setuju N = Netral

S = Setuju TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

B. Citra Merek (X2)

No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Saya dengan mudah mengenali Susu Steril Tujuh Kurma dibandingkan dengan merek lain.					
2	Saya merasa merek Susu Steril Tujuh Kurma memiliki karakter yang unik dan menarik dibandingkan produk sejenis.					
3	Ketika mendengar merek Susu Steril Tujuh Kurma, saya langsung mengaitkannya dengan produk susu steril sejenis.					
4	Saya memiliki pandangan positif terhadap Susu Steril Tujuh Kurma dan merekomendasikannya kepada orang lain.					
5	Saya percaya bahwa Susu Steril Tujuh Kurma memberikan manfaat yang baik bagi kesehatan saya.					
6	Saya merasa Susu Steril Tujuh Kurma memiliki kualitas yang lebih baik dibandingkan produk pesaing.					
7	Susu Steril Tujuh Kurma memenuhi preferensi konsumen yang mengutamakan produk bersertifikat halal.					
8	Susu Steril Tujuh Kurma memperkuat citra merek sebagai produk sehat, berkualitas, dan halal, sesuai dengan nilai perusahaan.					
9	Saya sering melihat iklan atau promosi Susu Steril Tujuh Kurma, yang meningkatkan kepercayaan saya terhadap merek ini.					
10	Saya merasa Susu Steril Tujuh Kurma terus menghadirkan inovasi baru yang membuat produknya semakin menarik.					

Keterangan :

SS = Sangat Setuju N = Netral
 S = Setuju TS = Tidak Setuju
 STS = Sangat Tidak Setuju

C. KUALITAS PRODUK (X3)

No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Susu Steril Tujuh Kurma menyediakan rasa yang konsisten di setiap kemasan, memastikan kepuasan konsumen.					
2	Susu Steril Tujuh Kurma memiliki kandungan susu dan kurma yang kaya akan vitamin dan mineral.					
3	Susu Steril Tujuh Kurma memiliki daya tahan yang optimal dengan kemasan steril untuk menjaga kesegaran.					
4	Kemasan Susu Steril Tujuh Kurma rapat dan kedap udara menjaga kesegaran produk lebih lama.					
5	Susu Steril Tujuh Kurma memenuhi ekspektasi konsumen akan produk yang sehat, praktis, dan bernutrisi.					
6	Susu steril Tujuh Kurma hadir dengan desain kemasan yang modern dan menarik, mencerminkan kualitas premium produk.					
7	Susu Steril Tujuh Kurma menggunakan bahan alami seperti susu dan kurma memperkuat persepsi kualitas produk di mata konsumen.					
8	Susu Steril Tujuh Kurma sesuai dengan informasi yang tercantum pada label, termasuk kandungan gizi, bahan baku, dan sertifikasi halal.					
9	Kepuasan pelanggan juga dipengaruhi oleh kemudahan dalam memperoleh Susu Steril Tujuh Kurma melalui berbagai saluran distribusi.					
10	Manfaat dari kandungan kurma pada Susu Steril Tujuh Kurma membantu mendukung kesehatan pencernaan dan memberikan efek positif pada sistem metabolisme.					

Keterangan :

SS = Sangat Setuju

N = Netral

S = Setuju

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

D. LOYALITAS KONSUMEN (Y)

No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Pengulangan pembelian terjadi karena Susu Steril Tujuh Kurma memenuhi harapan konsumen dalam hal rasa, kualitas, dan manfaat kesehatan.					
2	Konsumen yang puas dengan kualitas Susu Steril Tujuh Kurma cenderung merekomendasikannya kepada keluarga dan teman-teman mereka.					
3	Tingkat kepuasan yang tinggi mendorong pelanggan untuk tetap memilih Susu Steril Tujuh Kurma secara berulang.					
4	Konsumen merasa bahwa Susu Steril Tujuh Kurma memiliki keunggulan yang tidak dimiliki oleh pesaing, seperti kandungan gizi dari kurma dan rasa yang lebih variatif.					
5	Konsumen aktif berinteraksi dengan konten yang dibagikan oleh Susu Steril Tujuh Kurma di media sosial, seperti menyukai, mengomentari, mengikuti <i>give away</i> atau membagikan postingan produk.					
6	Konsumen yang memiliki keterlibatan emosional cenderung lebih setia dan berkomitmen untuk terus menggunakan produk, bahkan jika ada alternatif lain.					
7	Konsumen yang setia terlibat aktif dalam program loyalitas yang ditawarkan Susu Steril Tujuh Kurma, seperti mendapatkan poin atau diskon untuk pembelian berikutnya.					
8	Konsumen cenderung memilih Susu Steril Tujuh Kurma secara otomatis karena memiliki rasa, tidak tawar.					
9	Niat pembelian ulang didorong oleh keyakinan konsumen terhadap kualitas dan manfaat Susu Steril Tujuh Kurma.					
10	Konsumen yang loyal memberikan rekomendasi Susu Steril Tujuh Kurma kepada orang lain, memperluas basis pelanggan dan meningkatkan potensi nilai seumur hidup merek.					

Keterangan :

SS = Sangat Setuju N = Netral

S = Setuju TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

DATA DESKRIPSI RESPONDEN

No.	Jenis Kelamin	Usia	Tingkat Pendidikan	Apakah Anda pernah mengonsumsi Susu Steril Tujuh Kurma?
1	Perempuan	17 Tahun – 25 Tahun	D3 - S1	Ya
2	Perempuan	17 Tahun – 25 Tahun	D3 - S1	Ya
3	Perempuan	17 Tahun – 25 Tahun	D3 - S1	Ya
4	Perempuan	17 Tahun – 25 Tahun	D3 - S1	Ya
5	Perempuan	17 Tahun – 25 Tahun	D3 - S1	Ya
6	Laki-laki	17 Tahun – 25 Tahun	D3 - S1	Ya
7	Perempuan	17 Tahun – 25 Tahun	D3 - S1	Ya
8	Perempuan	17 Tahun – 25 Tahun	D3 - S1	Ya
9	Perempuan	17 Tahun – 25 Tahun	SMA/SMK	Ya
10	Perempuan	17 Tahun – 25 Tahun	SMA/SMK	Ya
11	Perempuan	17 Tahun – 25 Tahun	SMA/SMK	Ya
12	Perempuan	17 Tahun – 25 Tahun	SMA/SMK	Ya
13	Perempuan	17 Tahun – 25 Tahun	D3 - S1	Ya
14	Perempuan	17 Tahun – 25 Tahun	SMA/SMK	Ya
15	Perempuan	17 Tahun – 25 Tahun	SMA/SMK	Ya
16	Perempuan	17 Tahun – 25 Tahun	SMA/SMK	Ya
17	Perempuan	17 Tahun – 25 Tahun	SMA/SMK	Ya
18	Perempuan	17 Tahun – 25 Tahun	D3 - S1	Ya
19	Perempuan	17 Tahun – 25 Tahun	D3 - S1	Ya
20	Perempuan	17 Tahun – 25 Tahun	SMA/SMK	Ya
21	Perempuan	17 Tahun – 25 Tahun	SMA/SMK	Ya
22	Perempuan	17 Tahun – 25 Tahun	SMA/SMK	Ya
23	Perempuan	17 Tahun – 25 Tahun	SMA/SMK	Ya
24	Perempuan	17 Tahun – 25 Tahun	SMA/SMK	Ya
25	Perempuan	17 Tahun – 25 Tahun	SMA/SMK	Ya
26	Laki-laki	17 Tahun – 25 Tahun	SMA/SMK	Ya
27	Perempuan	17 Tahun – 25 Tahun	SMA/SMK	Ya
28	Perempuan	17 Tahun – 25 Tahun	D3 - S1	Ya
29	Laki-laki	17 Tahun – 25 Tahun	D3 - S1	Ya
30	Perempuan	17 Tahun – 25 Tahun	SMA/SMK	Ya
31	Perempuan	17 Tahun – 25 Tahun	SMA/SMK	Ya
32	Perempuan	17 Tahun – 25 Tahun	D3 - S1	Ya
33	Perempuan	17 Tahun – 25 Tahun	D3 - S1	Ya
34	Perempuan	17 Tahun – 25 Tahun	D3 - S1	Ya
35	Laki-laki	17 Tahun – 25 Tahun	D3 - S1	Ya
36	Perempuan	17 Tahun – 25 Tahun	D3 - S1	Ya
37	Laki-laki	17 Tahun – 25 Tahun	SMA/SMK	Ya
38	Perempuan	17 Tahun – 25 Tahun	SMA/SMK	Ya
39	Perempuan	17 Tahun – 25 Tahun	D3 - S1	Ya

40	Perempuan	17 Tahun – 25 Tahun	SMA/SMK	Ya
41	Perempuan	17 Tahun – 25 Tahun	D3 - S1	Ya
42	Perempuan	17 Tahun – 25 Tahun	SMA/SMK	Ya
43	Perempuan	17 Tahun – 25 Tahun	SMA/SMK	Ya
44	Perempuan	17 Tahun – 25 Tahun	D3 - S1	Ya
45	Perempuan	17 Tahun – 25 Tahun	D3 - S1	Ya
46	Laki-laki	17 Tahun – 25 Tahun	D3 - S1	Ya
47	Laki-laki	17 Tahun – 25 Tahun	D3 - S1	Ya
48	Perempuan	17 Tahun – 25 Tahun	D3 - S1	Ya
49	Perempuan	17 Tahun – 25 Tahun	SMA/SMK	Ya
50	Perempuan	17 Tahun – 25 Tahun	SMA/SMK	Ya
51	Perempuan	17 Tahun – 25 Tahun	D3 - S1	Ya
52	Perempuan	17 Tahun – 25 Tahun	D3 - S1	Ya
53	Perempuan	17 Tahun – 25 Tahun	SMA/SMK	Ya
54	Perempuan	17 Tahun – 25 Tahun	D3 - S1	Ya
55	Perempuan	17 Tahun – 25 Tahun	SMA/SMK	Ya
56	Perempuan	17 Tahun – 25 Tahun	D3 - S1	Ya
57	Perempuan	17 Tahun – 25 Tahun	D3 - S1	Ya
58	Perempuan	17 Tahun – 25 Tahun	D3 - S1	Ya
59	Laki-laki	17 Tahun – 25 Tahun	D3 - S1	Ya
60	Perempuan	17 Tahun – 25 Tahun	SMA/SMK	Ya
61	Perempuan	17 Tahun – 25 Tahun	S2	Ya
62	Perempuan	17 Tahun – 25 Tahun	D3 - S1	Ya
63	Perempuan	17 Tahun – 25 Tahun	D3 - S1	Ya
64	Perempuan	17 Tahun – 25 Tahun	D3 - S1	Ya
65	Laki-laki	17 Tahun – 25 Tahun	D3 - S1	Ya
66	Perempuan	26 Tahun – 34 Tahun	D3 - S1	Ya
67	Laki-laki	26 Tahun – 34 Tahun	SMA/SMK	Ya
68	Perempuan	26 Tahun – 34 Tahun	S2	Ya
69	Laki-laki	26 Tahun – 34 Tahun	D3 - S1	Ya
70	Laki-laki	26 Tahun – 34 Tahun	D3 - S1	Ya
71	Perempuan	26 Tahun – 34 Tahun	SMA/SMK	Ya
72	Perempuan	26 Tahun – 34 Tahun	D3 - S1	Ya
73	Laki-laki	26 Tahun – 34 Tahun	D3 - S1	Ya
74	Perempuan	26 Tahun – 34 Tahun	SMA/SMK	Ya
75	Perempuan	26 Tahun – 34 Tahun	SMA/SMK	Ya
76	Perempuan	26 Tahun – 34 Tahun	SMA/SMK	Ya
77	Perempuan	26 Tahun – 34 Tahun	SMA/SMK	Ya
78	Perempuan	26 Tahun – 34 Tahun	SMA/SMK	Ya
79	Laki-laki	26 Tahun – 34 Tahun	SMA/SMK	Ya
80	Laki-laki	26 Tahun – 34 Tahun	SMA/SMK	Ya
81	Laki-laki	26 Tahun – 34 Tahun	D3 - S1	Ya

82	Perempuan	26 Tahun – 34 Tahun	SMA/SMK	Ya
83	Laki-laki	26 Tahun – 34 Tahun	S2	Ya
84	Perempuan	26 Tahun – 34 Tahun	SMA/SMK	Ya
85	Laki-laki	26 Tahun – 34 Tahun	D3 - S1	Ya
86	Perempuan	26 Tahun – 34 Tahun	SMA/SMK	Ya
87	Laki-laki	26 Tahun – 34 Tahun	D3 - S1	Ya
88	Laki-laki	26 Tahun – 34 Tahun	D3 - S1	Ya
89	Laki-laki	26 Tahun – 34 Tahun	D3 - S1	Ya
90	Perempuan	26 Tahun – 34 Tahun	D3 - S1	Ya
91	Perempuan	26 Tahun – 34 Tahun	SMA/SMK	Ya
92	Perempuan	26 Tahun – 34 Tahun	D3 - S1	Ya
93	Laki-laki	26 Tahun – 34 Tahun	SMA/SMK	Ya
94	Laki-laki	26 Tahun – 34 Tahun	D3 - S1	Ya
95	Perempuan	26 Tahun – 34 Tahun	D3 - S1	Ya
96	Laki-laki	26 Tahun – 34 Tahun	S2	Ya
97	Perempuan	26 Tahun – 34 Tahun	D3 - S1	Ya
98	Perempuan	26 Tahun – 34 Tahun	SMA/SMK	Ya
99	Perempuan	26 Tahun – 34 Tahun	SMA/SMK	Ya
100	Perempuan	26 Tahun – 34 Tahun	D3 - S1	Ya
101	Perempuan	26 Tahun – 34 Tahun	D3 - S1	Ya
102	Perempuan	26 Tahun – 34 Tahun	SMA/SMK	Ya
103	Laki-laki	26 Tahun – 34 Tahun	D3 - S1	Ya
104	Perempuan	26 Tahun – 34 Tahun	SMA/SMK	Ya
105	Perempuan	26 Tahun – 34 Tahun	SMA/SMK	Ya
106	Perempuan	26 Tahun – 34 Tahun	D3 - S1	Ya
107	Perempuan	26 Tahun – 34 Tahun	SMA/SMK	Ya
108	Perempuan	26 Tahun – 34 Tahun	S2	Ya
109	Perempuan	26 Tahun – 34 Tahun	D3 - S1	Ya
110	Perempuan	26 Tahun – 34 Tahun	D3 - S1	Ya
111	Perempuan	26 Tahun – 34 Tahun	SMA/SMK	Ya
112	Perempuan	26 Tahun – 34 Tahun	SMA/SMK	Ya
113	Laki-laki	26 Tahun – 34 Tahun	SMA/SMK	Ya
114	Perempuan	26 Tahun – 34 Tahun	SMA/SMK	Ya
115	Perempuan	26 Tahun – 34 Tahun	D3 - S1	Ya
116	Laki-laki	26 Tahun – 34 Tahun	D3 - S1	Ya
117	Perempuan	26 Tahun – 34 Tahun	D3 - S1	Ya
118	Laki-laki	26 Tahun – 34 Tahun	D3 - S1	Ya
119	Perempuan	26 Tahun – 34 Tahun	SMA/SMK	Ya
120	Perempuan	26 Tahun – 34 Tahun	SMA/SMK	Ya
121	Perempuan	26 Tahun – 34 Tahun	D3 - S1	Ya
122	Perempuan	26 Tahun – 34 Tahun	D3 - S1	Ya
123	Laki-laki	26 Tahun – 34 Tahun	D3 - S1	Ya

124	Perempuan	26 Tahun – 34 Tahun	D3 - S1	Ya
125	Perempuan	26 Tahun – 34 Tahun	D3 - S1	Ya
126	Perempuan	26 Tahun – 34 Tahun	D3 - S1	Ya
127	Perempuan	26 Tahun – 34 Tahun	D3 - S1	Ya
128	Perempuan	> 35 Tahun	D3 - S1	Ya
129	Perempuan	> 35 Tahun	D3 - S1	Ya
130	Perempuan	> 35 Tahun	D3 - S1	Ya
131	Perempuan	> 35 Tahun	D3 - S1	Ya
132	Perempuan	> 35 Tahun	D3 - S1	Ya
133	Perempuan	> 35 Tahun	D3 - S1	Ya
134	Laki-laki	> 35 Tahun	D3 - S1	Ya
135	Perempuan	> 35 Tahun	SMA/SMK	Ya
136	Laki-laki	> 35 Tahun	SMA/SMK	Ya
137	Laki-laki	> 35 Tahun	D3 - S1	Ya
138	Laki-laki	> 35 Tahun	D3 - S1	Ya
139	Laki-laki	> 35 Tahun	D3 - S1	Ya
140	Laki-laki	> 35 Tahun	D3 - S1	Ya
141	Laki-laki	> 35 Tahun	D3 - S1	Ya
142	Perempuan	> 35 Tahun	D3 - S1	Ya
143	Perempuan	> 35 Tahun	S2	Ya
144	Laki-laki	> 35 Tahun	D3 - S1	Ya
145	Perempuan	> 35 Tahun	SMA/SMK	Ya
146	Perempuan	> 35 Tahun	SMA/SMK	Ya
147	Laki-laki	> 35 Tahun	D3 - S1	Ya
148	Laki-laki	> 35 Tahun	D3 - S1	Ya
149	Perempuan	> 35 Tahun	SMA/SMK	Ya
150	Perempuan	> 35 Tahun	D3 - S1	Ya
151	Laki-laki	> 35 Tahun	D3 - S1	Ya
152	Perempuan	> 35 Tahun	SMA/SMK	Ya
153	Laki-laki	> 35 Tahun	D3 - S1	Ya
154	Perempuan	> 35 Tahun	D3 - S1	Ya
155	Laki-laki	> 35 Tahun	D3 - S1	Ya

DATA HASIL KUESIONER

HARGA (X1)

No.	HARGA (X1)										Σ
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	
1	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	37
2	4	5	4	5	4	3	4	4	3	5	41
3	3	4	4	4	4	5	5	3	4	4	40
4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	42
5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	46
6	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	47
7	4	3	4	4	4	5	4	5	4	4	41
8	5	4	5	4	3	4	3	4	5	5	42
9	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	44
10	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	37
11	3	4	3	4	4	5	3	4	4	3	37
12	4	5	5	5	3	3	4	3	4	4	40
13	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49
14	4	3	5	3	4	5	3	4	5	4	40
15	4	2	3	5	5	4	5	5	4	2	39
16	2	3	2	3	2	3	3	2	2	4	26
17	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	48
18	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	47
19	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	46
20	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	46
21	4	4	3	5	4	4	3	3	5	4	39
22	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	45
23	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	46
24	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
25	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	35
26	4	4	5	5	4	3	4	5	4	4	42
27	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	48
28	5	4	4	5	4	5	5	3	5	5	45
29	5	5	2	5	5	5	5	2	1	5	40
30	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	48
31	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	48
32	4	1	4	4	4	5	4	4	3	4	37
33	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
34	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	45
35	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	42
36	4	4	5	5	4	3	5	4	5	4	43
37	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	43

38	4	5	4	5	4	5	3	4	5	4	43
39	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	47
40	5	5	5	5	3	5	5	4	5	5	47
41	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	32
42	5	5	3	5	5	5	5	4	5	5	47
43	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	35
44	3	4	5	5	5	4	4	2	4	4	40
45	3	4	3	3	4	5	3	4	3	3	35
46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
47	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	43
48	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
49	3	4	5	5	4	4	3	3	3	4	38
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
51	4	4	4	5	5	3	4	3	4	4	40
52	5	4	4	5	4	4	3	5	4	3	41
53	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	42
54	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	48
55	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	36
56	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	47
57	4	4	4	4	3	4	5	4	5	3	40
58	3	4	4	5	5	4	3	4	4	5	41
59	4	4	4	3	4	5	5	3	4	4	40
60	5	5	5	4	5	5	3	5	5	4	46
61	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	48
62	3	4	4	4	3	5	4	5	5	4	41
63	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	44
64	4	3	4	5	4	3	2	4	3	4	36
65	1	2	3	4	5	4	3	2	1	2	27
66	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	45
67	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	38
68	4	3	4	3	5	4	3	4	4	5	39
69	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	48
70	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	45
71	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	47
72	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	48
73	4	4	5	3	4	4	3	4	5	5	41
74	5	4	4	4	4	5	5	4	3	3	41
75	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
76	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	44
77	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	48
78	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	38
79	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	37

80	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	48
81	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
82	2	5	5	5	5	5	3	5	5	4	44
83	4	4	5	5	4	5	5	4	5	3	44
84	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	48
85	5	4	3	4	4	3	3	4	4	5	39
86	4	4	4	4	4	4	3	5	5	4	41
87	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	46
88	3	4	4	5	4	3	4	4	3	4	38
89	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	42
90	3	4	5	5	5	4	4	4	5	5	44
91	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	38
92	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	47
93	5	4	5	4	3	5	5	5	4	5	45
94	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	45
95	4	4	5	3	5	5	5	4	5	4	44
96	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	39
97	5	4	5	5	5	5	4	5	5	2	45
98	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	46
99	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	42
100	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	47
101	5	5	4	4	4	4	3	3	4	5	41
102	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	47
103	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
104	3	3	4	5	4	5	4	5	4	5	42
105	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
106	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	48
107	4	3	4	3	4	4	5	5	5	4	41
108	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	47
109	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	44
110	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	47
111	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	45
112	5	3	4	5	4	5	5	5	5	5	46
113	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
114	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	48
115	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39
116	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	47
117	4	5	4	5	4	5	5	4	4	3	43
118	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	38
119	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	48
120	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	37
121	4	5	3	4	4	4	4	5	4	4	41

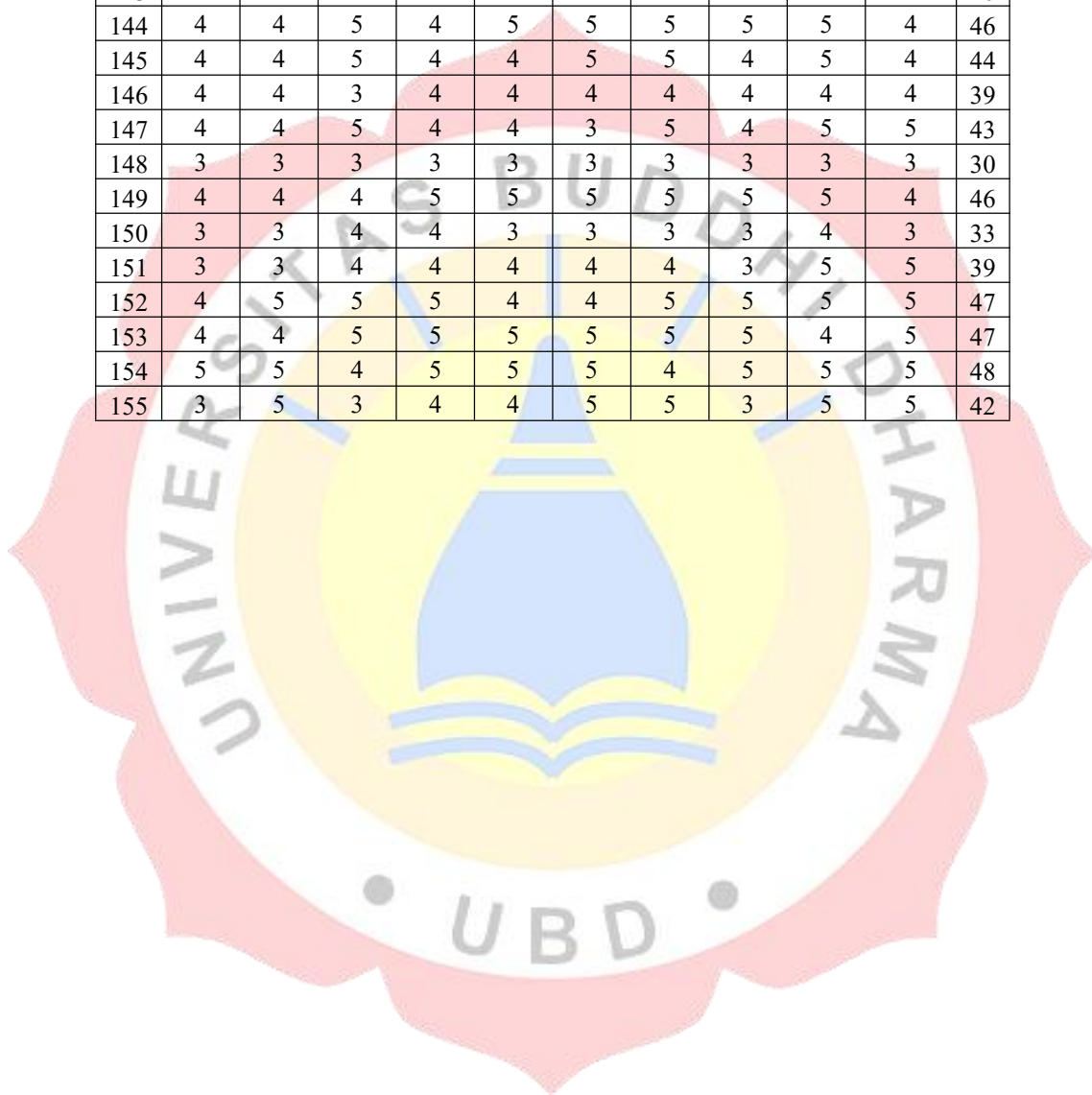
122	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	47
123	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	37
124	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	38
125	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	47
126	3	2	3	4	3	4	4	3	4	3	33
127	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	47
128	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	47
129	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	46
130	4	4	5	4	4	4	4	3	4	5	41
131	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	43
132	5	5	5	5	5	4	5	4	4	3	45
133	3	3	4	4	4	5	4	4	4	5	40
134	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	40
135	5	4	4	5	5	4	5	3	4	5	44
136	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	46
137	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	44
138	4	5	4	4	4	4	4	3	5	4	41
139	5	5	5	5	3	5	4	4	5	3	44
140	5	5	5	3	4	4	4	5	4	4	43
141	4	4	4	4	4	5	3	3	4	4	39
142	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	41
143	3	5	5	3	4	5	5	5	5	5	45
144	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	47
145	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	44
146	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	42
147	3	5	4	5	4	4	5	4	4	4	42
148	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	29
149	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	44
150	3	5	4	4	4	4	4	3	3	3	37
151	3	3	4	5	4	4	4	5	5	5	42
152	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	46
153	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	48
154	5	5	5	5	4	5	5	5	5	3	47
155	4	4	5	5	4	5	5	3	5	5	45

CITRA MEREK (X2)

[illegible]

89	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	43
90	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	46
91	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	34
92	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
93	5	5	4	5	4	5	3	5	5	5	46
94	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	44
95	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	47
96	4	5	3	4	5	4	4	4	5	5	43
97	4	4	4	4	3	4	3	4	5	5	40
98	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	46
99	4	4	5	4	3	3	4	4	4	4	39
100	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	46
101	4	4	4	5	3	4	3	4	4	4	39
102	3	4	5	5	5	5	5	4	5	5	46
103	4	4	4	3	4	4	5	4	4	5	41
104	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	31
105	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
106	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	48
107	3	4	5	5	4	5	5	3	5	5	44
108	4	4	5	5	3	4	5	5	5	5	45
109	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
110	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	47
111	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	45
112	5	5	4	5	5	5	3	5	5	4	46
113	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
114	5	5	5	3	5	5	4	5	5	4	46
115	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	42
116	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	48
117	3	3	5	3	4	4	5	3	5	5	40
118	3	4	4	4	3	4	5	5	5	5	42
119	3	4	4	5	5	3	5	5	5	5	44
120	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	35
121	3	3	4	4	4	5	5	5	5	5	43
122	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	48
123	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	36
124	3	4	4	4	4	4	3	4	5	4	39
125	5	5	4	5	5	5	3	5	5	4	46
126	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	33
127	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	46
128	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	48
129	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	46
130	4	4	2	4	4	4	5	4	4	5	40
131	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	46
132	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	36
133	2	4	5	3	3	4	5	4	5	5	40
134	4	4	4	4	3	3	4	4	5	4	39
135	4	3	3	4	5	4	5	3	3	4	38

136	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
137	5	4	3	3	4	4	5	5	4	5	42
138	5	1	5	5	5	5	3	5	5	4	43
139	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	40
140	3	4	5	4	3	4	5	4	5	4	41
141	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	38
142	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
143	3	4	5	5	2	2	4	5	5	5	40
144	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	46
145	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	44
146	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
147	4	4	5	4	4	3	5	4	5	5	43
148	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
149	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	46
150	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	33
151	3	3	4	4	4	4	4	3	5	5	39
152	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	47
153	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	47
154	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	48
155	3	5	3	4	4	5	5	3	5	5	42



DATA HASIL KUESIONER
KUALITAS PELAYANAN (X3)

No.	KUALITAS PRODUK										Σ
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	X3.10	
1	4	4	3	4	4	3	4	4	3	5	38
2	4	5	5	5	3	3	4	4	3	4	40
3	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	43
4	4	4	3	5	4	4	5	4	4	3	40
5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	47
6	1	5	5	2	5	5	3	5	5	4	40
7	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	45
8	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	45
9	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	44
10	4	4	4	2	5	4	3	4	4	5	39
11	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	32
12	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	35
13	5	5	5	4	5	3	5	5	4	5	46
14	3	4	5	4	3	5	4	3	4	5	40
15	4	3	4	5	4	3	2	3	5	2	35
16	3	4	4	5	4	4	4	4	4	3	39
17	5	5	4	5	5	5	2	3	5	5	44
18	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	48
19	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	47
20	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	47
21	3	5	4	4	3	4	5	4	4	5	41
22	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
23	5	3	5	5	4	5	4	5	5	5	46
24	4	5	5	2	5	5	5	4	3	5	43
25	3	3	4	3	4	3	3	3	4	2	32
26	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	43
27	3	5	5	5	4	5	3	5	5	4	44
28	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	46
29	5	4	3	4	5	5	4	5	5	5	45
30	5	5	5	3	5	5	5	5	5	4	47
31	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
32	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
33	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
34	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	42
35	4	4	4	3	4	4	5	4	3	4	39
36	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	42
37	5	5	5	4	5	5	3	5	4	5	46

[illegible]

80	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	48
81	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	46
82	5	5	5	3	4	5	5	5	3	5	45
83	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	48
84	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
85	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	47
86	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
87	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	44
88	3	5	4	4	5	4	4	4	5	4	42
89	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	44
90	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	46
91	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	37
92	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	46
93	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	48
94	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	43
95	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
96	3	4	5	4	4	4	3	5	5	4	41
97	3	4	5	3	4	5	3	4	5	5	41
98	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	48
99	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	40
100	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	46
101	3	4	4	4	3	4	4	3	5	5	39
102	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
103	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	40
104	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	37
105	5	5	5	5	5	3	5	5	5	4	47
106	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
107	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	47
108	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	48
109	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	41
110	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	42
111	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	45
112	5	2	5	5	5	5	4	5	5	5	46
113	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
114	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	36
115	4	5	5	4	5	4	4	5	4	3	43
116	5	5	5	5	5	3	5	5	5	4	47
117	4	3	4	4	3	5	4	3	5	2	37
118	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
119	5	5	5	5	4	3	4	5	5	5	46
120	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	38
121	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	45

122	5	5	5	2	5	5	5	3	5	5	45
123	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	36
124	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41
125	5	5	5	5	5	2	3	5	5	4	44
126	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	37
127	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	48
128	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	47
129	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
130	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	40
131	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	47
132	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	33
133	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	40
134	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	35
135	5	4	5	3	4	5	4	4	5	3	42
136	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
137	5	4	4	4	3	5	5	3	4	5	42
138	5	5	5	5	2	5	5	4	5	5	46
139	5	5	5	5	5	3	5	5	5	4	47
140	4	5	4	3	4	5	4	3	4	5	41
141	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	38
142	4	4	4	4	3	4	4	5	5	4	41
143	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
144	5	4	4	5	4	5	3	5	5	4	44
145	4	5	4	4	4	4	5	4	3	4	41
146	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	42
147	4	5	4	4	4	3	4	4	5	4	41
148	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
149	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	46
150	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
151	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	35
152	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	48
153	5	5	4	5	3	5	5	5	4	5	46
154	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	48
155	5	5	3	5	4	3	5	4	5	5	44

DATA HASIL KUESIONER
LOYALITAS KONSUMEN (Y)

No.	LOYALITAS KONSUMEN										Σ
	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	Y1.8	Y1.9	Y1.10	
1	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	42
2	5	3	3	5	5	3	3	3	5	3	38
3	5	5	4	4	3	4	5	3	4	4	41
4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	40
5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	46
6	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	45
7	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	44
8	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	47
9	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
10	1	4	4	4	3	4	4	4	4	5	37
11	3	3	3	4	4	2	3	2	3	3	30
12	5	5	4	5	5	5	4	4	4	3	44
13	5	5	5	3	5	2	5	5	5	4	44
14	4	5	3	3	4	5	3	4	4	3	38
15	4	5	5	2	2	4	4	3	5	4	38
16	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	35
17	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	45
18	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	47
19	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	46
20	4	4	4	5	4	5	4	3	5	5	43
21	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	36
22	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	48
23	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	48
24	5	5	5	5	5	5	4	5	5	3	47
25	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	34
26	4	5	4	2	4	5	3	4	4	5	40
27	5	2	5	5	3	5	5	5	5	4	44
28	5	5	5	4	4	4	3	5	5	5	45
29	5	3	5	5	5	4	5	5	4	5	46
30	5	5	5	1	5	5	3	5	5	4	43
31	4	5	5	4	4	5	4	3	5	4	43
32	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	38
33	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
34	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
35	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
36	4	4	4	2	4	5	4	4	3	4	38
37	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41

38	4	4	5	3	3	3	5	4	5	4	40
39	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
40	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	48
41	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
42	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
43	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	34
44	3	4	5	4	5	5	4	5	5	4	44
45	5	4	4	3	4	4	5	5	4	4	42
46	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	46
47	3	3	5	4	4	5	4	3	4	4	39
48	5	5	5	5	5	5	3	5	5	4	47
49	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	36
50	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	34
51	4	4	4	5	3	3	4	5	4	4	40
52	4	4	3	3	4	3	4	5	4	3	37
53	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	46
54	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	48
55	3	4	4	3	1	4	4	5	5	4	37
56	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	48
57	5	2	5	4	3	5	4	5	4	4	41
58	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	42
59	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	36
60	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	48
61	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
62	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	35
63	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	47
64	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	33
65	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	46
66	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	43
67	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	40
68	4	5	3	4	3	3	4	5	4	5	40
69	5	5	5	2	5	5	5	5	5	4	46
70	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
71	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	46
72	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	46
73	4	5	5	4	3	4	3	4	4	4	40
74	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	46
75	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
76	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
77	5	5	5	5	5	4	3	5	5	4	46
78	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	38
79	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39

80	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	47
81	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	48
82	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
83	3	4	4	4	5	5	5	4	4	4	42
84	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	47
85	4	4	5	4	3	3	4	5	3	5	40
86	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	40
87	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	45
88	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	43
89	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	42
90	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	44
91	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
92	5	5	5	5	5	3	5	5	5	4	47
93	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	44
94	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	42
95	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	46
96	4	4	5	4	3	4	4	4	5	4	41
97	3	5	4	5	3	5	4	5	3	4	41
98	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	47
99	4	4	3	5	3	3	3	3	4	4	36
100	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	45
101	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	47
102	4	4	4	4	3	3	5	5	5	4	41
103	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
104	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	38
105	5	5	5	5	4	5	2	5	5	5	46
106	5	5	5	5	3	5	5	5	5	4	47
107	5	5	3	4	3	5	4	5	5	5	44
108	4	4	4	5	3	5	5	5	5	5	45
109	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	40
110	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	46
111	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	37
112	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	44
113	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
114	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
115	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
116	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	48
117	3	4	3	2	2	2	3	2	4	3	28
118	5	5	4	5	2	5	5	5	5	5	46
119	4	5	5	3	3	4	5	4	5	5	43
120	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	37
121	4	4	4	5	3	4	4	4	5	4	41

122	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	45
123	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	35
124	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	35
125	5	5	5	5	5	5	3	2	4	4	43
126	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	38
127	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	47
128	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	47
129	5	4	4	4	3	4	4	4	4	5	41
130	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
131	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	45
132	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	36
133	3	3	4	5	5	3	3	4	5	3	38
134	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	35
135	3	4	5	4	5	4	3	4	4	3	39
136	5	5	5	5	5	5	3	5	5	4	47
137	5	5	4	5	3	5	4	5	5	5	46
138	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
139	5	4	5	3	5	5	5	5	3	5	45
140	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	45
141	5	5	4	3	3	4	4	4	4	4	40
142	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	38
143	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	34
144	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	43
145	3	4	4	4	5	3	4	5	4	4	40
146	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
147	4	4	4	4	4	2	3	4	4	5	38
148	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
149	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	45
150	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	34
151	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	37
152	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	47
153	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	47
154	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	47
155	5	5	4	3	3	4	5	5	4	5	43

DATA HASIL OLAHAN SPSS 25

DATA RESPONDEN

Statistics

	JENIS KELAMIN	USIA	PENDIDIKAN
N	Valid 155	155	155
	Missing 0	0	0
Mean	1.73	1.76	1.65
Median	2.00	2.00	2.00

USIA

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 17 Tahun – 25 Tahun	65	41.9	41.9	41.9
26 Tahun – 34 Tahun	62	40.0	40.0	81.9
> 35 Tahun	28	18.1	18.1	100.0
Total	155	100.0	100.0	

PENDIDIKAN

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SMA/SMK	60	38.7	38.7	38.7
D3 - S1	89	57.4	57.4	96.1
S2	6	3.9	3.9	100.0
Total	155	100.0	100.0	

DATA HASIL OLAHAN SPSS 25

VARIABEL HARGA (X1)

X1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	1	.6	.6	.6
	TIDAK SETUJU	4	2.6	2.6	3.2
	NETRAL	28	18.1	18.1	21.3
	SETUJU	65	41.9	41.9	63.2
	SANGAT SETUJU	57	36.8	36.8	100.0
	Total	155	100.0	100.0	

X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	1	.6	.6	.6
	TIDAK SETUJU	4	2.6	2.6	3.2
	NETRAL	21	13.5	13.5	16.8
	SETUJU	78	50.3	50.3	67.1
	SANGAT SETUJU	51	32.9	32.9	100.0
	Total	155	100.0	100.0	

X1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	2	1.3	1.3	1.3
	NETRAL	21	13.5	13.5	14.8
	SETUJU	70	45.2	45.2	60.0
	SANGAT SETUJU	62	40.0	40.0	100.0
	Total	155	100.0	100.0	

X1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NETRAL	19	12.3	12.3	12.3
	SETUJU	53	34.2	34.2	46.5
	SANGAT SETUJU	83	53.5	53.5	100.0
	Total	155	100.0	100.0	

X1.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	1	.6	.6	.6
	NETRAL	15	9.7	9.7	10.3
	SETUJU	79	51.0	51.0	61.3
	SANGAT SETUJU	60	38.7	38.7	100.0
	Total	155	100.0	100.0	

X1.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NETRAL	20	12.9	12.9	12.9
	SETUJU	73	47.1	47.1	60.0
	SANGAT SETUJU	62	40.0	40.0	100.0
	Total	155	100.0	100.0	

X1.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	1	.6	.6	.6
	NETRAL	28	18.1	18.1	18.7
	SETUJU	55	35.5	35.5	54.2
	SANGAT SETUJU	71	45.8	45.8	100.0
	Total	155	100.0	100.0	

X1.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	4	2.6	2.6	2.6
	NETRAL	25	16.1	16.1	18.7
	SETUJU	66	42.6	42.6	61.3
	SANGAT SETUJU	60	38.7	38.7	100.0
	Total	155	100.0	100.0	

X1.9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	2	1.3	1.3	1.3
	TIDAK SETUJU	1	.6	.6	1.9
	NETRAL	14	9.0	9.0	11.0
	SETUJU	62	40.0	40.0	51.0
	SANGAT SETUJU	76	49.0	49.0	100.0
	Total	155	100.0	100.0	

X1.10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	3	1.9	1.9	1.9
	NETRAL	19	12.3	12.3	14.2
	SETUJU	62	40.0	40.0	54.2
	SANGAT SETUJU	71	45.8	45.8	100.0
	Total	155	100.0	100.0	

HASIL OLAHAN SPSS 25
VARIABEL CITRA MEREK (X2)

X2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	1	.6	.6	.6
	TIDAK SETUJU	3	1.9	1.9	2.6
	NETRAL	28	18.1	18.1	20.6
	SETUJU	78	50.3	50.3	71.0
	SANGAT SETUJU	45	29.0	29.0	100.0
	Total	155	100.0	100.0	

X2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	1	.6	.6	.6
	NETRAL	23	14.8	14.8	15.5
	SETUJU	65	41.9	41.9	57.4
	SANGAT SETUJU	66	42.6	42.6	100.0
	Total	155	100.0	100.0	

X2.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	2	1.3	1.3	1.3
	NETRAL	21	13.5	13.5	14.8
	SETUJU	70	45.2	45.2	60.0
	SANGAT SETUJU	62	40.0	40.0	100.0
	Total	155	100.0	100.0	

X2.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	1	.6	.6	.6
	NETRAL	32	20.6	20.6	21.3
	SETUJU	73	47.1	47.1	68.4
	SANGAT SETUJU	49	31.6	31.6	100.0
	Total	155	100.0	100.0	

X2.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	2	1.3	1.3	1.3
	NETRAL	31	20.0	20.0	21.3
	SETUJU	66	42.6	42.6	63.9
	SANGAT SETUJU	56	36.1	36.1	100.0
	Total	155	100.0	100.0	

X2.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	1	.6	.6	.6
	NETRAL	23	14.8	14.8	15.5
	SETUJU	56	36.1	36.1	51.6
	SANGAT SETUJU	75	48.4	48.4	100.0
	Total	155	100.0	100.0	

X2.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	2	1.3	1.3	1.3
	NETRAL	21	13.5	13.5	14.8
	SETUJU	61	39.4	39.4	54.2
	SANGAT SETUJU	71	45.8	45.8	100.0
	Total	155	100.0	100.0	

X2.9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NETRAL	17	11.0	11.0	11.0
	SETUJU	46	29.7	29.7	40.6
	SANGAT SETUJU	92	59.4	59.4	100.0
	Total	155	100.0	100.0	

X2.10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	1	.6	.6	.6
	NETRAL	14	9.0	9.0	9.7
	SETUJU	56	36.1	36.1	45.8
	SANGAT SETUJU	84	54.2	54.2	100.0
	Total	155	100.0	100.0	

HASIL OLAH DATA SPSS 25
VARIABEL KUALITAS PRODUK (X3)

X3.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	1	.6	.6	.6
	TIDAK SETUJU	1	.6	.6	1.3
	NETRAL	22	14.2	14.2	15.5
	SETUJU	69	44.5	44.5	60.0
	SANGAT SETUJU	62	40.0	40.0	100.0
	Total	155	100.0	100.0	

X3.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	2	1.3	1.3	1.3
	NETRAL	21	13.5	13.5	14.8
	SETUJU	64	41.3	41.3	56.1
	SANGAT SETUJU	68	43.9	43.9	100.0
	Total	155	100.0	100.0	

X3.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NETRAL	16	10.3	10.3	10.3
	SETUJU	74	47.7	47.7	58.1
	SANGAT SETUJU	65	41.9	41.9	100.0
	Total	155	100.0	100.0	

X3.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	4	2.6	2.6	2.6
	NETRAL	22	14.2	14.2	16.8
	SETUJU	65	41.9	41.9	58.7
	SANGAT SETUJU	64	41.3	41.3	100.0
	Total	155	100.0	100.0	

X3.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	3	1.9	1.9	1.9
	NETRAL	24	15.5	15.5	17.4
	SETUJU	65	41.9	41.9	59.4
	SANGAT SETUJU	63	40.6	40.6	100.0
	Total	155	100.0	100.0	

X3.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	1	.6	.6	.6
	NETRAL	30	19.4	19.4	20.0
	SETUJU	60	38.7	38.7	58.7
	SANGAT SETUJU	64	41.3	41.3	100.0
	Total	155	100.0	100.0	

X3.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	3	1.9	1.9	1.9
	NETRAL	26	16.8	16.8	18.7
	SETUJU	63	40.6	40.6	59.4
	SANGAT SETUJU	63	40.6	40.6	100.0
	Total	155	100.0	100.0	

X3.8

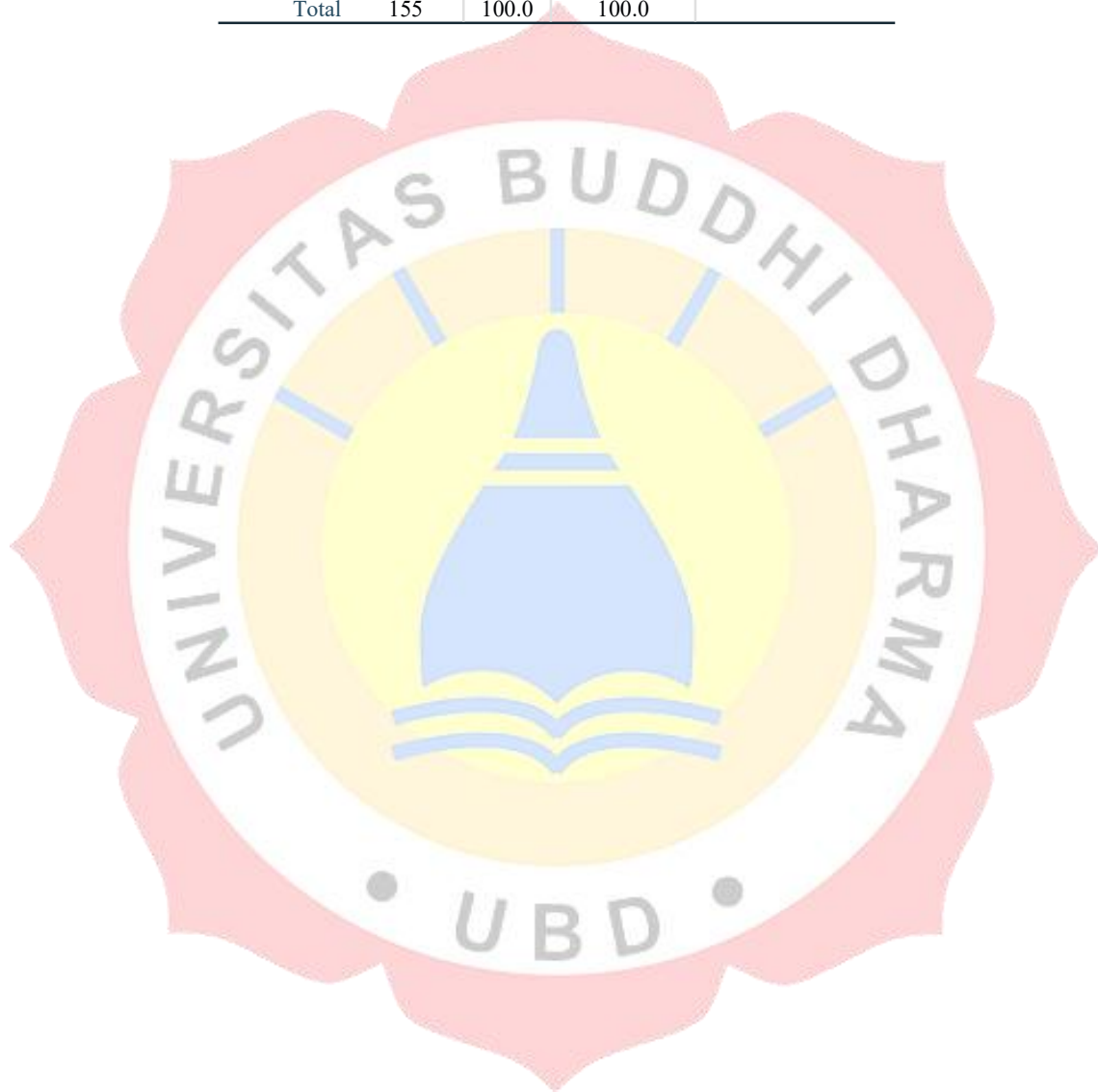
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NETRAL	21	13.5	13.5	13.5
	SETUJU	58	37.4	37.4	51.0
	SANGAT SETUJU	76	49.0	49.0	100.0
	Total	155	100.0	100.0	

X3.9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NETRAL	19	12.3	12.3	12.3
	SETUJU	61	39.4	39.4	51.6
	SANGAT SETUJU	75	48.4	48.4	100.0
	Total	155	100.0	100.0	

X3.10

	Frequency		Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	4	2.6	2.6	2.6
	3	26	16.8	16.8	19.4
	4	54	34.8	34.8	54.2
	5	71	45.8	45.8	100.0
Total	155	100.0	100.0		



DATA HASIL OLAHAN SPSS 25
VARIABEL LOYALITAS KONSUMEN (Y)

Y1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	1	.6	.6	.6
	NETRAL	26	16.8	16.8	17.4
	SETUJU	61	39.4	39.4	56.8
	SANGAT SETUJU	67	43.2	43.2	100.0
	Total	155	100.0	100.0	

Y1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	2	1.3	1.3	1.3
	NETRAL	20	12.9	12.9	14.2
	SETUJU	74	47.7	47.7	61.9
	SANGAT SETUJU	59	38.1	38.1	100.0
	Total	155	100.0	100.0	

Y1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NETRAL	26	16.8	16.8	16.8
	SETUJU	67	43.2	43.2	60.0
	SANGAT SETUJU	62	40.0	40.0	100.0
	Total	155	100.0	100.0	

Y1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	1	.6	.6	.6
	TIDAK SETUJU	5	3.2	3.2	3.9
	NETRAL	28	18.1	18.1	21.9
	SETUJU	70	45.2	45.2	67.1
	SANGAT SETUJU	51	32.9	32.9	100.0
	Total	155	100.0	100.0	

Y1.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	1	.6	.6	.6
	TIDAK SETUJU	3	1.9	1.9	2.6
	NETRAL	43	27.7	27.7	30.3
	SETUJU	58	37.4	37.4	67.7
	SANGAT SETUJU	50	32.3	32.3	100.0
	Total	155	100.0	100.0	

Y1.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	4	2.6	2.6	2.6
	NETRAL	32	20.6	20.6	23.2
	SETUJU	63	40.6	40.6	63.9
	SANGAT SETUJU	56	36.1	36.1	100.0
	Total	155	100.0	100.0	

Y1.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	1	.6	.6	.6
	NETRAL	32	20.6	20.6	21.3
	SETUJU	80	51.6	51.6	72.9
	SANGAT SETUJU	42	27.1	27.1	100.0
	Total	155	100.0	100.0	

Y1.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	3	1.9	1.9	1.9
	NETRAL	23	14.8	14.8	16.8
	SETUJU	67	43.2	43.2	60.0
	SANGAT SETUJU	62	40.0	40.0	100.0
	Total	155	100.0	100.0	

Y1.9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NETRAL	17	11.0	11.0	11.0
	SETUJU	74	47.7	47.7	58.7
	SANGAT SETUJU	64	41.3	41.3	100.0
	Total	155	100.0	100.0	

Y1.10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NETRAL	25	16.1	16.1	16.1
	SETUJU	81	52.3	52.3	68.4
	SANGAT SETUJU	49	31.6	31.6	100.0
	Total	155	100.0	100.0	

UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS 1**HARGA (X1)****Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	155	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	155	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.839	.839	10

HARGA			
Pernyataan	r Hitung / Pearson Correlation	r Tabel (Tarf Sig 5%)	Keterangan
H 1	0,784	0.1420	Valid
H 2	0,74		
H 3	0,803		
H 4	0,742		
H 5	0,761		
H 6	0,705		
H 7	0,777		
H 8	0,769		
H 9	0,799		
H 10	0,787		

UBD

[illegible]

CITRA MEREK (X2)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	155	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	155	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.873	.875	10

CITRA MEREK			
Pernyataan	r Hitung / Pearson Correlation	r Tabel (Taraf Sig 5%)	Keterangan
CM 1	0,545	0,1577	Valid
CM 2	0,528		
CM 3	0,571		
CM 4	0,437		
CM 5	0,492		
CM 6	0,356		
CM 7	0,51		
CM 8	0,555		
CM 9	0,628		
CM 10	0,566		

CORRELATION

[illegible]

KUALITAS PRODUK (X3)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	155	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	155	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.831	.833	10

KUALITAS PRODUK			
Pernyataan	r Hitung / Pearson Correlation	r Tabel (Taraf Sig 5%)	Keterangan
KP 1	0,369	0,1577	Valid
KP 2	0,397		
KP 3	0,463		
KP 4	0,345		
KP 5	0,428		
KP 6	0,414		
KP 7	0,463		
KP 8	0,473		
KP 9	0,503		
KP 10	0,549		

LOYALITAS KONSUMEN (Y)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	155	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	155	100.0

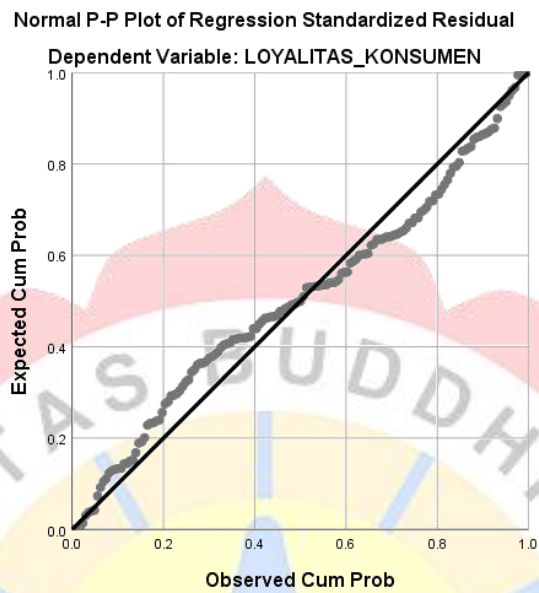
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.852	.856	10

LOYALITAS KONSUMEN			
Pernyataan	r Hitung / Pearson Correlation	r Tabel (Taraf Sig 5%)	Keterangan
LK 1	0,437	0,1577	Valid
LK 2	0,391		
LK 3	0,426		
LK 4	0,383		
LK 5	0,513		
LK 6	0,309		
LK 7	0,436		
LK 8	0,362		
LK 9	0,408		
LK 10	0,451		

UJI NORMALITAS

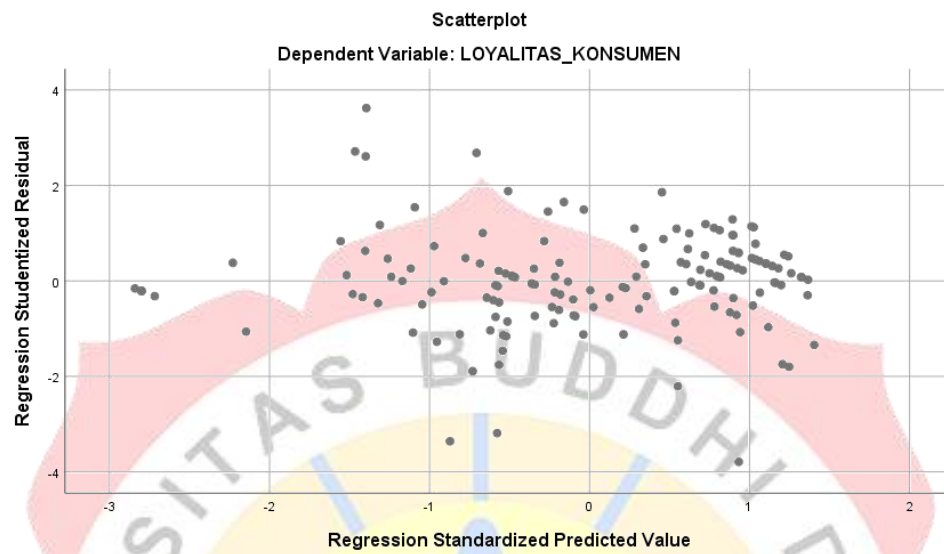


UJI MULTIKOLINERITAS

Model	Coefficients ^a						Collinearity Statistics
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	
	B	Std. Error	Beta				
1 (Constant)	5.331	2.513		2.122	.036		
HARGA	.075	.064	.082	1.172	.243	.550	1.819
CITRA MEREK	.213	.094	.217	2.260	.025	.293	3.411
KUALITAS PRODUK	.562	.092	.530	6.141	.000	.363	2.754

a. Dependent Variable: TOTAL_LOYALITAS_KONSUMEN

UJI HETEROKEDASTISITAS



UJI REGRESI LINEAR BERGANDA

Model	Coefficients ^a		Standardized Coefficients	t	Sig.
	Unstandardized Coefficients				
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.331	2.513		2.122	.036
TARGET_PASAR	.075	.064	.082	1.172	.243
STRATEGI_MARKETING	.213	.094	.217	2.260	.025
KUALITAS_PRODUK	.562	.092	.530	6.141	.000

a. Dependent Variable: LOYALITAS_KONSUMEN

KOEFISIEN DETERMINASI

Koefisien Determinasi Harga (X1)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.526 ^a	.276	.272	4.276

a. Predictors: (Constant), HARGA

Koefisien Determinasi Citra Merek (X2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.695 ^a	.483	.479	3.615

a. Predictors: (Constant), CITRA_MEREK

Koefisien Determinasi Kualitas Produk (X3)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.749 ^a	.562	.559	3.328

a. Predictors: (Constant), KUALITAS_PRODUK

Koefisien Determinasi Simultan

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.790 ^a	.624	.616	3.068

a. Predictors: (Constant), KUALITAS_PRODUK, HARGA, CITRA_MERKEK

b. Dependent Variable: LOYALITAS_KONSUMEN

UJI HIPOTESIS**UJI T PARSIAL****Uji t X1****Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	21.085	2.691		7.835	.000
HARGA	.477	.062	.526	7.643	.000

a. Dependent Variable: LOYALITAS_KONSUMEN

Uji t X2**Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	12.644	2.432		5.200	.000
CITRA MERKEK	.683	.057	.695	11.946	.000

a. Dependent Variable: LOYALITAS_KONSUMEN

Uji t X3

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	7.629	2.433		3.136	.002
KUALITAS_PRODUK	.794	.057	.749	14.001	.000

a. Dependent Variable: LOYALITAS_KONSUMEN

UJI F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2285.345	3	761.782	72.832	.000 ^b
	Residual	1579.364	151	10.459		
	Total	3864.710	154			

a. Dependent Variable: LOYALITAS_KONSUMEN

b. Predictors: (Constant), TARGET_PASAR, STRATEGI_MARKETING, KUALITAS_PRODUK

TABEL R (KOEFSISIEN KORELASI SEDERHANA)

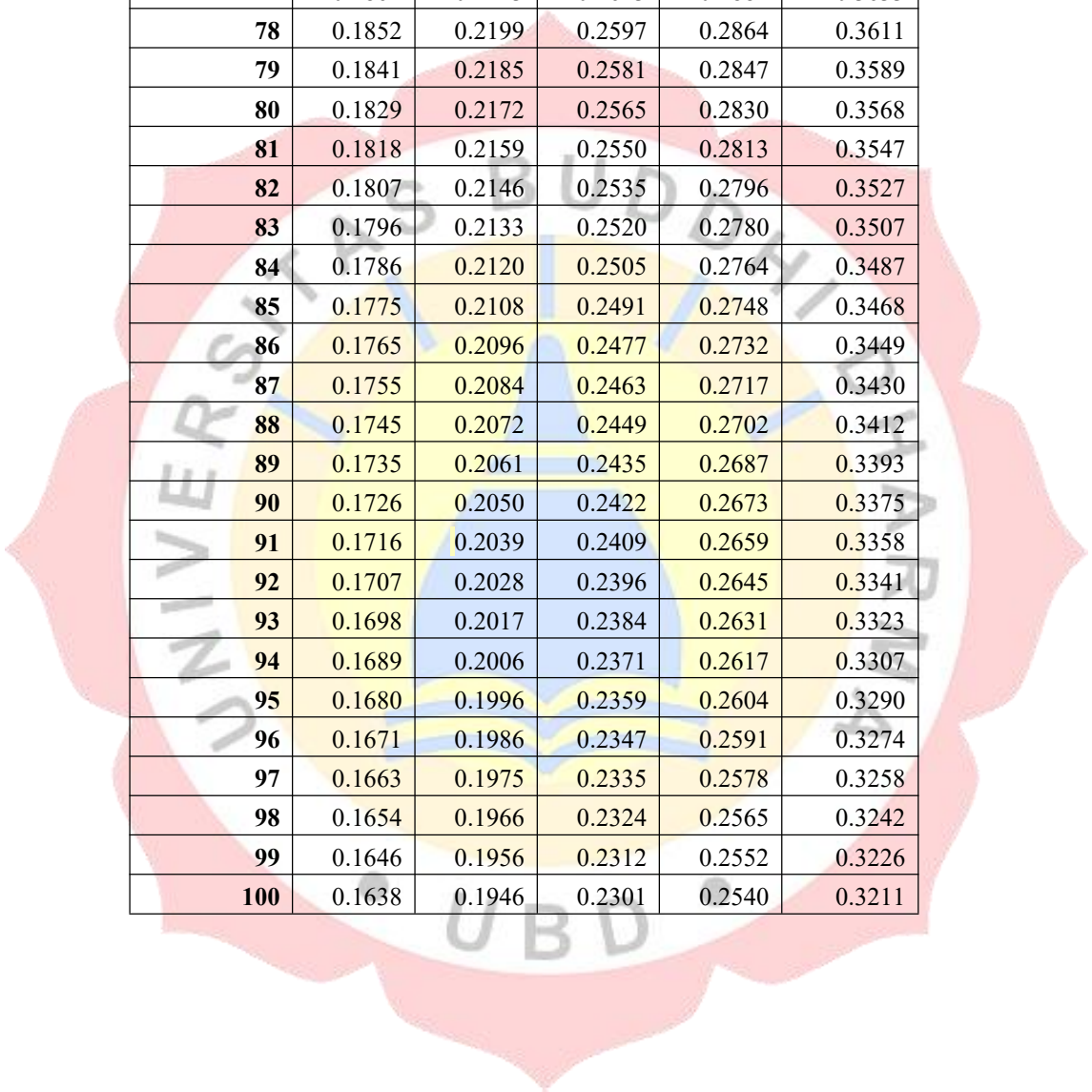
Tabel r untuk df = 1 - 50

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254

35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432

Tabel r untuk df = 51 - 100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798



71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

Tabel r untuk df = 101 - 155

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
101	0.1630	0.1937	0.2290	0.2528	0.3196
102	0.1622	0.1927	0.2279	0.2515	0.3181
103	0.1614	0.1918	0.2268	0.2504	0.3166
104	0.1606	0.1909	0.2257	0.2492	0.3152
105	0.1599	0.1900	0.2247	0.2480	0.3137
106	0.1591	0.1891	0.2236	0.2469	0.3123
107	0.1584	0.1882	0.2226	0.2458	0.3109
108	0.1576	0.1874	0.2216	0.2446	0.3095
109	0.1569	0.1865	0.2206	0.2436	0.3082
110	0.1562	0.1857	0.2196	0.2425	0.3068
111	0.1555	0.1848	0.2186	0.2414	0.3055
112	0.1548	0.1840	0.2177	0.2403	0.3042
113	0.1541	0.1832	0.2167	0.2393	0.3029
114	0.1535	0.1824	0.2158	0.2383	0.3016
115	0.1528	0.1816	0.2149	0.2373	0.3004
116	0.1522	0.1809	0.2139	0.2363	0.2991
117	0.1515	0.1801	0.2131	0.2353	0.2979
118	0.1509	0.1793	0.2122	0.2343	0.2967
119	0.1502	0.1786	0.2113	0.2333	0.2955
120	0.1496	0.1779	0.2104	0.2324	0.2943
121	0.1490	0.1771	0.2096	0.2315	0.2931
122	0.1484	0.1764	0.2087	0.2305	0.2920
123	0.1478	0.1757	0.2079	0.2296	0.2908
124	0.1472	0.1750	0.2071	0.2287	0.2897
125	0.1466	0.1743	0.2062	0.2278	0.2886
126	0.1460	0.1736	0.2054	0.2269	0.2875
127	0.1455	0.1729	0.2046	0.2260	0.2864
128	0.1449	0.1723	0.2039	0.2252	0.2853
129	0.1443	0.1716	0.2031	0.2243	0.2843
130	0.1438	0.1710	0.2023	0.2235	0.2832
131	0.1432	0.1703	0.2015	0.2226	0.2822
132	0.1427	0.1697	0.2008	0.2218	0.2811
133	0.1422	0.1690	0.2001	0.2210	0.2801
134	0.1416	0.1684	0.1993	0.2202	0.2791
135	0.1411	0.1678	0.1986	0.2194	0.2781
136	0.1406	0.1672	0.1979	0.2186	0.2771

137	0.1401	0.1666	0.1972	0.2178	0.2761
138	0.1396	0.1660	0.1965	0.2170	0.2752
139	0.1391	0.1654	0.1958	0.2163	0.2742
140	0.1386	0.1648	0.1951	0.2155	0.2733
141	0.1381	0.1642	0.1944	0.2148	0.2723
142	0.1376	0.1637	0.1937	0.2140	0.2714
143	0.1371	0.1631	0.1930	0.2133	0.2705
144	0.1367	0.1625	0.1924	0.2126	0.2696
145	0.1362	0.1620	0.1917	0.2118	0.2687
146	0.1357	0.1614	0.1911	0.2111	0.2678
147	0.1353	0.1609	0.1904	0.2104	0.2669
148	0.1348	0.1603	0.1898	0.2097	0.2660
149	0.1344	0.1598	0.1892	0.2090	0.2652
150	0.1339	0.1593	0.1886	0.2083	0.2643
151	0.1335	0.1587	0.1879	0.2077	0.2635
152	0.1330	0.1582	0.1873	0.2070	0.2626
153	0.1326	0.1577	0.1867	0.2063	0.2618
154	0.1322	0.1572	0.1861	0.2057	0.2610
155	0.1318	0.1567	0.1855	0.2050	0.2602

Titik Persentase Distributif t (df = 121 – 260)

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
121	0.67652	1.28859	1.65754	1.97976	2.35756	2.61707	3.15895
122	0.67651	1.28853	1.65744	1.97960	2.35730	2.61673	3.15838
123	0.67649	1.28847	1.65734	1.97944	2.35705	2.61639	3.15781
124	0.67647	1.28842	1.65723	1.97928	2.35680	2.61606	3.15726
125	0.67646	1.28836	1.65714	1.97912	2.35655	2.61573	3.15671
126	0.67644	1.28831	1.65704	1.97897	2.35631	2.61541	3.15617
127	0.67643	1.28825	1.65694	1.97882	2.35607	2.61510	3.15565
128	0.67641	1.28820	1.65685	1.97867	2.35583	2.61478	3.15512
129	0.67640	1.28815	1.65675	1.97852	2.35560	2.61448	3.15461
130	0.67638	1.28810	1.65666	1.97838	2.35537	2.61418	3.15411
131	0.67637	1.28805	1.65657	1.97824	2.35515	2.61388	3.15361
132	0.67635	1.28800	1.65648	1.97810	2.35493	2.61359	3.15312
133	0.67634	1.28795	1.65639	1.97796	2.35471	2.61330	3.15264
134	0.67633	1.28790	1.65630	1.97783	2.35450	2.61302	3.15217
135	0.67631	1.28785	1.65622	1.97769	2.35429	2.61274	3.15170
136	0.67630	1.28781	1.65613	1.97756	2.35408	2.61246	3.15124
137	0.67628	1.28776	1.65605	1.97743	2.35387	2.61219	3.15079
138	0.67627	1.28772	1.65597	1.97730	2.35367	2.61193	3.15034
139	0.67626	1.28767	1.65589	1.97718	2.35347	2.61166	3.14990
140	0.67625	1.28763	1.65581	1.97705	2.35328	2.61140	3.14947

141	0.67623	1.28758	1.65573	1.97693	2.35309	2.61115	3.14904
142	0.67622	1.28754	1.65566	1.97681	2.35289	2.61090	3.14862
143	0.67621	1.28750	1.65558	1.97669	2.35271	2.61065	3.14820
144	0.67620	1.28746	1.65550	1.97658	2.35252	2.61040	3.14779
145	0.67619	1.28742	1.65543	1.97646	2.35234	2.61016	3.14739
146	0.67617	1.28738	1.65536	1.97635	2.35216	2.60992	3.14699
147	0.67616	1.28734	1.65529	1.97623	2.35198	2.60969	3.14660
148	0.67615	1.28730	1.65521	1.97612	2.35181	2.60946	3.14621
149	0.67614	1.28726	1.65514	1.97601	2.35163	2.60923	3.14583
150	0.67613	1.28722	1.65508	1.97591	2.35146	2.60900	3.14545
151	0.67612	1.28718	1.65501	1.97580	2.35130	2.60878	3.14508
152	0.67611	1.28715	1.65494	1.97569	2.35113	2.60856	3.14471
153	0.67610	1.28711	1.65487	1.97559	2.35097	2.60834	3.14435
154	0.67609	1.28707	1.65481	1.97549	2.35081	2.60813	3.14400
155	0.67608	1.28704	1.65474	1.97539	2.35065	2.60792	3.14364
156	0.67607	1.28700	1.65468	1.97529	2.35049	2.60771	3.14330
157	0.67606	1.28697	1.65462	1.97519	2.35033	2.60751	3.14295
158	0.67605	1.28693	1.65455	1.97509	2.35018	2.60730	3.14261
159	0.67604	1.28690	1.65449	1.97500	2.35003	2.60710	3.14228
160	0.67603	1.28687	1.65443	1.97490	2.34988	2.60691	3.14195

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita 0.05

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
136	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74
137	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
138	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
139	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
140	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
141	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
142	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
143	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
144	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
145	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
146	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.85	1.82	1.79	1.76	1.74
147	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
148	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
149	3.90	3.06	2.67	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
150	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
151	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
152	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
153	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.78	1.76	1.73

