


Lampiran 1

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama Mahasiswa : Heny Wijaya
2. NIM : 161500132
3. Program Studi : Manajemen
4. Tanggal Pengajuan Skripsi : 22/10/19
5. Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Brand Image Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Pada Pelanggan AC Daikin di UK. Petra)
6. Dosen Pembimbing : Dr. Dra. Siti Istikhoroh, M.Si
7. Konsultasi :

NO.	TANGGAL	MATERI BIMBINGAN	KET	TANDA TANGAN
1	22/10/19	Judul & Matrik	Revisi	
2	30/10/19	Judul & Matrik	Revisi	
3	14/11/19	Judul & Matrik	Revisi	
4	21/11/19	Judul & Matrik	Revisi	
5	10/12/19	Judul	ACC	

6	10/12/19	Matrik	Revisi	h
7	23/03/21	Kuesioner	Revisi	h
8	31/03/21	Kuesioner	ACC	h
9	24/05/21	Artikel & BAB I-V	ACC	h

Lampiran 2

BERITA ACARA BIMBINGAN REVISI SKRIPSI

No	Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf Penguji
1			
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			

Nama : Hary Nijana
 NIM/Program Studi : 161500192 / Manajemen
 Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Brand Image
Mediasi Kepuasan pelanggan sebagai Variabel Mediasi
(Studi Kasus pada pelanggan A di PT. Peko)
 Tanggal Ujian Skripsi : 26 Mei 2023
 Penguji : 1. _____
 2. _____

Surabaya, _____
 Penguji I, _____
 Penguji II, _____
Dr. Edy Solichiyawan, M.Si.



UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI dan BISNIS

Kampus : Jl. DukuhMenanggal XII/4 , Telp- Fax 031-8281183 Surabaya 60234
Website : <http://www.unipasby.ac.id>

BERITA ACARA
BIMBINGAN REVISI SKRIPSI

Nama : Heny Wijaya
 NIM/Program Studi : _____
 Judul Skripsi : _____

 Tanggal Ujian Skripsi : _____
 Penguji : 1. _____
 2. _____

No	Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf Penguji
1		- Penelitian <u>kedaluwarsa</u>	<u>[Signature]</u>
2		Sesuai kata cara penelitian sesuai dengan buku pedoman	
3			
4		- Bahasa asing cetak miring	<u>[Signature]</u>
5		- Talaq cetak	<u>[Signature]</u>
6			
7		4.2. Tambahkan analisis dg penelitian <u>kedaluwarsa</u>	<u>[Signature]</u>
8			

Penguji I,

Surabaya,
Penguji II,

[Signature]
Ferry H

Lampiran 3

SURAT PERMOHONAN IJIN PENELITIAN

Kepada Yth
Bapak/Ibu/Sdr
Pimpinan PT. Doulos Tritunggal Lanchano, Sidoarjo

Dengan hormat,

Bersama dengan surat ini, saya mahasiswi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya meminta izin mengadakan penelitian untuk memenuhi skripsi dengan judul "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Brand Image melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Pada Pelanggan AC Daikin di UK. Petra".

Sehubungan dengan hal diatas, saya memohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdr untuk meluangkan waktu sejenak guna mengisi daftar pertanyaan yang saya lampirkan. Saya mohon Bapak/Ibu/Sdr berkenan menjawab semua pertanyaan sesuai dengan keadaan, dan tanpa pikiran yang dipengaruhi. Jawaban yang saya ajukan sama sekali tidak mempegaruhi kondisi kerja anda di PT. Doulos Tritunggal Lanchano, Sidoarjo". Karena hal ini hanya untuk kepentingan penyusunan skripsi sebagai syarat untuk menyelesaikan studi.

Atas kesediaan dan kerelaanya, sebelum dan sesudahnya saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya



(Heny Wijaya)

Lampiran 4

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini penanggung jawab PT. Doulos Tritunggal Lanchano menerangkan bahwa

Nama : Heny Wijaya
NIM : 161500132
Jurusan : Manajemen
Fakultas : Ekonomi & Bisnis
Universitas : Universitas PGRI Adibuana

Telah selesai melakukan penelitian pada PT. Doulos Tritunggal Lanchano selama dua bulan, terhitung selama dua bulan, mulai bulan Maret sampai dengan Mei 2021 untuk memperoleh data dalam penyusunan skripsi yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP BRAND IMAGE MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI (STUDI EMPIRIS PADA PELANGGAN AC DAIKIN DI UK. PETRA)”**

Demikian surat keterangan ini dibuat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 17 Mei 2023

Pimpinan
PT. Doulos Tritunggal Lanchano

Lampiran 5

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Brand Image melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Pada Pelanggan AC Daikin di UK. Petra)


Identitas Mahasiswa

- a. Nama : Heny Wijaya
b. NIM : 161500132
c. Program Studi : Manajemen
d. Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing dan layak untuk diuji.

Tanggal: 13 Mei 2023

Dosen Pembimbing


Dr. Dra. Siti Istikhoroh, M.Si
NIP : 196710191992032001

Lampiran 6

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA
 Kampus : Jl. Dukuh Menanggal XII/4, Telp- Fax. 031-8281183 Surabaya 60234
 Website : <http://www.unipasby.ac.id>

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini :
 Nama : I Made Bagus Dwiarta, S.E., M.M.
 Jabatan : Ketua Program Studi Manajemen

Menyatakan bahwa

Nama : Heny Wijaya
 NIM : 161500132
 Prodi : Manajemen

Telah melakukan uji plagiasi dengan judul arti "**Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Brand Image Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Pada Pelanggan AC Daikin di UK. Petra)**" dengan hasil Similarity Index 18% sehingga layak untuk mengikuti sidang skripsi.

Demikian surat pernyataan ini kami buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 16 Mei 2023
 Ketua Program Studi Manajemen

 I Made Bagus Dwiarta, S.E., M.M.

Lampiran 7

KUESIONER PENELITIAN

Nama Responden =

Usia =

Jenis Kelamin =

Berikut merupakan petunjuk pengisian kuesioner:

1. Jawablah setiap pertanyaan yang ada secara jujur dan apa adanya.
2. Bacalah terlebih dahulu setiap pertanyaan yang diajukan sebelum mengisi kuesioner.
3. Pilihlah salah satu jawaban yang tersedia dengan memberikan tanda centang pada kolom pilihan yang tersedia.
4. Penjelasan pilihan jawaban sebagai berikut:

SS : Sangat Setuju

ST : Setuju

RR : Ragu-Ragu

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

VARIABEL KUALITAS PRODUK						
No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		SS	ST	RR	TS	STS
1.	AC Daikin sesuai dengan ekspektasi					
2.	Kinerja Mesin Ac Daikin sangat baik					
3.	AC Daikin bebas suara atau hening					
4.	AC Daikin memberikan kenyamanan bagi tubuh					

5.	AC Daikin dilengkapi dengan saringan pemurni udara					
6.	AC Daikin memiliki desain yang menarik					
7.	AC Daikin bisa bertahan lama					
8.	AC Daikin memberikan solusi agar suhu ruangan tetap stabil					
9.	AC Daikin dapat diandalkan untuk mendinginkan ruangan					
10.	AC Daikin jarang mengalami kerusakan					
11.	AC Daikin dirancang dengan anti korosi					
12.	Warna desain AC Daikin sangat menarik					

VARIABEL <i>BRAND IMAGE</i>						
No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		SS	ST	RR	TS	STS
1.	AC Daikin merupakan merk teknologi yang baik					
2.	AC Daikin adalah merk yang sukses					
3.	Daikin merupakan produsen AC nomor 1 di Indonesia					
4.	AC Daikin mencerminkan status sosial yang tinggi					
5.	AC Daikin merupakan satu-satunya merek yang berfokus pada pembuatan AC					
6.	AC Daikin mudah diingat					

VARIABEL KEPUASAN PELANGGAN						
No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		SS	ST	RR	TS	STS
1.	Saya akan membeli kembali AC merek Daikin					
2.	Saya akan berkunjung kembali ke toko dan atau Dealer penjualan AC Daikin untuk merencanakan pembelian ulang					
3.	Saya akan merekomendasikan AC merek Daikin kepada kerabat					
4.	Saya akan memberikan informasi AC Daikin ketika ada yang bertanya mengenai AC					
5.	Pelayanan yang diberikan sangat baik kepada konsumen					
6.	Karyawan selalu memberikan informasi yang dibutuhkan konsumen					
7.	Saya akan berkunjung ke toko dan atau Dealer yang sama ketika membeli AC Daikin					
8.	Karyawan toko dan atau Dealer dimana saya membeli AC Daikin memberikan pelayanan yang memuaskan					

Lampiran 8

Hasil Olah Data SPSS

X1_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.9	1.9	1.9
	Ragu-Ragu	3	5.8	5.8	7.7
	Setuju	36	69.2	69.2	76.9
	Sangat Setuju	12	23.1	23.1	100.0
	Total	52	100.0	100.0	

X1_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-Ragu	5	9.6	9.6	9.6
	Setuju	34	65.4	65.4	75.0
	Sangat Setuju	13	25.0	25.0	100.0
	Total	52	100.0	100.0	

X1_3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.9	1.9	1.9
	Ragu-Ragu	10	19.2	19.2	21.2
	Setuju	27	51.9	51.9	73.1
	Sangat Setuju	14	26.9	26.9	100.0
	Total	52	100.0	100.0	

X1_4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.9	1.9	1.9
	Tidak Setuju	1	1.9	1.9	3.8
	Ragu-Ragu	4	7.7	7.7	11.5
	Setuju	37	71.2	71.2	82.7
	Sangat Setuju	9	17.3	17.3	100.0
	Total	52	100.0	100.0	

X1_5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.9	1.9	1.9
	Ragu-Ragu	13	25.0	25.0	26.9
	Setuju	27	51.9	51.9	78.8
	Sangat Setuju	11	21.2	21.2	100.0
	Total	52	100.0	100.0	

X1_6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.9	1.9	1.9
	Ragu-Ragu	6	11.5	11.5	13.5
	Setuju	34	65.4	65.4	78.8
	Sangat Setuju	11	21.2	21.2	100.0
	Total	52	100.0	100.0	

X1_7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.9	1.9	1.9
	Ragu-Ragu	9	17.3	17.3	19.2
	Setuju	27	51.9	51.9	71.2
	Sangat Setuju	15	28.8	28.8	100.0
	Total	52	100.0	100.0	

X1_8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.9	1.9	1.9
	Ragu-Ragu	5	9.6	9.6	11.5
	Setuju	34	65.4	65.4	76.9
	Sangat Setuju	12	23.1	23.1	100.0
	Total	52	100.0	100.0	

X1_9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.9	1.9	1.9
	Ragu-Ragu	3	5.8	5.8	7.7
	Setuju	26	50.0	50.0	57.7
	Sangat Setuju	22	42.3	42.3	100.0
	Total	52	100.0	100.0	

X1_10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	5	9.6	9.6	9.6
	Ragu-Ragu	17	32.7	32.7	42.3
	Setuju	24	46.2	46.2	88.5
	Sangat Setuju	6	11.5	11.5	100.0
	Total	52	100.0	100.0	

X1_11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-Ragu	18	34.6	34.6	34.6
	Setuju	27	51.9	51.9	86.5
	Sangat Setuju	7	13.5	13.5	100.0
	Total	52	100.0	100.0	

X1_12

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	3.8	3.8	3.8
	Ragu-Ragu	9	17.3	17.3	21.2
	Setuju	32	61.5	61.5	82.7
	Sangat Setuju	9	17.3	17.3	100.0
	Total	52	100.0	100.0	

Z1_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-Ragu	1	1.9	1.9	1.9
	Setuju	36	69.2	69.2	71.2
	Sangat Setuju	15	28.8	28.8	100.0
	Total	52	100.0	100.0	

Z1_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-Ragu	4	7.7	7.7	7.7
	Setuju	32	61.5	61.5	69.2
	Sangat Setuju	16	30.8	30.8	100.0
	Total	52	100.0	100.0	

Z1_3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	3	5.8	5.8	5.8
	Tidak Setuju	7	13.5	13.5	19.2
	Ragu-Ragu	3	5.8	5.8	25.0
	Setuju	31	59.6	59.6	84.6
	Sangat Setuju	8	15.4	15.4	100.0
	Total	52	100.0	100.0	

Z1_4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	3.8	3.8	3.8
	Tidak Setuju	9	17.3	17.3	21.2
	Ragu-Ragu	7	13.5	13.5	34.6
	Setuju	22	42.3	42.3	76.9
	Sangat Setuju	12	23.1	23.1	100.0
	Total	52	100.0	100.0	

Z1_5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	3	5.8	5.8	5.8
	Tidak Setuju	5	9.6	9.6	15.4
	Ragu-Ragu	4	7.7	7.7	23.1
	Setuju	27	51.9	51.9	75.0
	Sangat Setuju	13	25.0	25.0	100.0
	Total	52	100.0	100.0	

Z1_6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	3.8	3.8	3.8
	Tidak Setuju	3	5.8	5.8	9.6
	Ragu-Ragu	2	3.8	3.8	13.5
	Setuju	27	51.9	51.9	65.4
	Sangat Setuju	18	34.6	34.6	100.0
	Total	52	100.0	100.0	

Y1_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	3.8	3.8	3.8
	Tidak Setuju	2	3.8	3.8	7.7
	Ragu-Ragu	5	9.6	9.6	17.3
	Setuju	33	63.5	63.5	80.8
	Sangat Setuju	10	19.2	19.2	100.0
	Total	52	100.0	100.0	

Y1_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.9	1.9	1.9
	Tidak Setuju	5	9.6	9.6	11.5
	Ragu-Ragu	5	9.6	9.6	21.2
	Setuju	35	67.3	67.3	88.5
	Sangat Setuju	6	11.5	11.5	100.0
	Total	52	100.0	100.0	

Y1_3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.9	1.9	1.9
	Tidak Setuju	2	3.8	3.8	5.8
	Ragu-Ragu	4	7.7	7.7	13.5
	Setuju	35	67.3	67.3	80.8
	Sangat Setuju	10	19.2	19.2	100.0
	Total	52	100.0	100.0	

Y1_4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	5.8	5.8	5.8
	Ragu-Ragu	3	5.8	5.8	11.5
	Setuju	37	71.2	71.2	82.7
	Sangat Setuju	9	17.3	17.3	100.0
	Total	52	100.0	100.0	

Y1_5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.9	1.9	1.9
	Ragu-Ragu	2	3.8	3.8	5.8
	Setuju	39	75.0	75.0	80.8
	Sangat Setuju	10	19.2	19.2	100.0
	Total	52	100.0	100.0	

Y1_6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	5.8	5.8	5.8
	Ragu-Ragu	2	3.8	3.8	9.6
	Setuju	34	65.4	65.4	75.0
	Sangat Setuju	13	25.0	25.0	100.0
	Total	52	100.0	100.0	

Y1_7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	5.8	5.8	5.8
	Ragu-Ragu	5	9.6	9.6	15.4
	Setuju	35	67.3	67.3	82.7
	Sangat Setuju	9	17.3	17.3	100.0
	Total	52	100.0	100.0	

Y1_8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	3.8	3.8	3.8
	Ragu-Ragu	4	7.7	7.7	11.5
	Setuju	35	67.3	67.3	78.8
	Sangat Setuju	11	21.2	21.2	100.0
	Total	52	100.0	100.0	

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1_1	52	1	5	4.12	.676
X1_2	52	3	5	4.15	.573
X1_3	52	1	5	4.02	.804
X1_4	52	1	5	4.00	.714
X1_5	52	1	5	3.90	.799
X1_6	52	1	5	4.04	.713
X1_7	52	1	5	4.06	.802
X1_8	52	1	5	4.08	.710
X1_9	52	1	5	4.31	.755
X1_10	52	1	5	3.50	1.038
X1_11	52	3	5	3.79	.667
X1_12	52	1	5	3.88	.832
Valid N (listwise)	52				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Z1_1	52	3	5	4.27	.490
Z1_2	52	3	5	4.23	.581
Z1_3	52	1	5	3.65	1.083
Z1_4	52	1	5	3.63	1.138
Z1_5	52	1	5	3.81	1.103
Z1_6	52	1	5	4.08	.987
Valid N (listwise)	52				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y1_1	52	1	5	3.90	.891
Y1_2	52	1	5	3.77	.854
Y1_3	52	1	5	3.98	.779
Y1_4	52	2	5	4.00	.686
Y1_5	52	2	5	4.12	.548
Y1_6	52	2	5	4.10	.721
Y1_7	52	2	5	3.96	.713
Y1_8	52	2	5	4.06	.669
Valid N (listwise)	52				

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	28	53.8	53.8	53.8
	Perempuan	24	46.2	46.2	100.0
	Total	52	100.0	100.0	

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	22 - 27 Tahun	21	40.4	40.4	40.4
	28 - 33 Tahun	5	9.6	9.6	50.0
	34 - 39 Tahun	6	11.5	11.5	61.5
	> 40 Tahun	20	38.5	38.5	100.0
	Total	52	100.0	100.0	

Output Uji Validitas

		Correlations												Kualitas Produk
		X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	X1_6	X1_7	X1_8	X1_9	X1_10	X1_11	X1_12	
X1_1	Pearson Correlation	1	.725**	.904**	.499*	.583**	.591**	.686**	.833**	.788**	.583**	.500*	.564**	.802**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.025	.007	.006	.001	.000	.000	.007	.025	.010	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X1_2	Pearson Correlation	.725**	1	.950**	.739**	.846**	.820**	.727**	.846**	.817**	.846**	.725**	.520*	.909**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.019	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X1_3	Pearson Correlation	.904**	.950**	1	.685**	.791**	.778**	.763**	.904**	.865**	.791**	.678**	.579**	.928**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.007	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X1_4	Pearson Correlation	.499*	.739**	.685**	1	.748**	.768**	.607**	.748**	.702**	.748**	.748**	.501*	.804**
	Sig. (2-tailed)	.025	.000	.001		.000	.000	.005	.000	.001	.000	.000	.024	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X1_5	Pearson Correlation	.583**	.846**	.791**	.748**	1	.886**	.720**	.875**	.827**	.875**	.875**	.605**	.907**
	Sig. (2-tailed)	.007	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.005	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X1_6	Pearson Correlation	.591**	.820**	.778**	.768**	.886**	1	.542*	.886**	.850**	.886**	.886**	.649**	.897**
	Sig. (2-tailed)	.006	.000	.000	.000	.000		.014	.000	.000	.000	.000	.003	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X1_7	Pearson Correlation	.686**	.727**	.763**	.607**	.720**	.542*	1	.823**	.769**	.720**	.720**	.567**	.828**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.005	.000	.014		.000	.000	.000	.000	.009	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X1_8	Pearson Correlation	.833**	.846**	.904**	.748**	.875**	.886**	.823**	1	.945**	.875**	.875**	.725**	.984**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X1_9	Pearson Correlation	.788**	.817**	.865**	.702**	.827**	.850**	.769**	.945**	1	.827**	.827**	.669**	.941**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.001
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X1_10	Pearson Correlation	.583**	.846**	.791**	.748**	.875**	.886**	.720**	.875**	.827**	1	.875**	.605**	.907**
	Sig. (2-tailed)	.007	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.005	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X1_11	Pearson Correlation	.500*	.725**	.678**	.748**	.875**	.886**	.720**	.875**	.827**	.875**	1	.725**	.885**
	Sig. (2-tailed)	.025	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X1_12	Pearson Correlation	.564**	.520*	.579**	.501*	.605**	.649**	.567**	.725**	.669**	.605**	.725**	1	.730**
	Sig. (2-tailed)	.010	.019	.007	.024	.005	.002	.009	.000	.001	.005	.000	.000	
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Kualitas Produk	Pearson Correlation	.802**	.909**	.928**	.804**	.907**	.897**	.828**	.984**	.941**	.907**	.885**	.730**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20

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

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

Correlations

		Z_1	Z_2	Z_3	Z_4	Z_5	Z_6	Z_7	Z_8	Kepuasan Pelanggan
Z_1	Pearson Correlation	1	.959**	.959**	.886**	.886**	.664**	.697**	.697**	.924**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.001	.001	.001	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Z_2	Pearson Correlation	.959**	1	1.000**	.914**	.914**	.666**	.628**	.628**	.914**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.001	.003	.003	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Z_3	Pearson Correlation	.959**	1.000**	1	.914**	.914**	.666**	.628**	.628**	.914**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.001	.003	.003	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Z_4	Pearson Correlation	.886**	.914**	.914**	1	1.000**	.683**	.653**	.653**	.912**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.001	.002	.002	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Z_5	Pearson Correlation	.886**	.914**	.914**	1.000**	1	.683**	.653**	.653**	.912**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.001	.002	.002	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Z_6	Pearson Correlation	.664**	.666**	.666**	.683**	.683**	1	.970**	.970**	.889**
	Sig. (2-tailed)	.001	.001	.001	.001	.001		.000	.000	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Z_7	Pearson Correlation	.697**	.628**	.628**	.653**	.653**	.970**	1	1.000**	.881**
	Sig. (2-tailed)	.001	.003	.003	.002	.002	.000		.000	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Z_8	Pearson Correlation	.697**	.628**	.628**	.653**	.653**	.970**	1.000**	1	.881**
	Sig. (2-tailed)	.001	.003	.003	.002	.002	.000	.000		.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Kepuasan Pelanggan	Pearson Correlation	.924**	.914**	.914**	.912**	.912**	.889**	.881**	.881**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20

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

Correlations

		Y_1	Y_2	Y_3	Y_4	Y_5	Y_6	Brand Image
Y_1	Pearson Correlation	1	.957**	.598**	.602**	.498*	.472*	.771**
	Sig. (2-tailed)		.000	.005	.005	.025	.036	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20
Y_2	Pearson Correlation	.957**	1	.612**	.601**	.486*	.454*	.765**
	Sig. (2-tailed)	.000		.004	.005	.030	.045	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20
Y_3	Pearson Correlation	.598**	.612**	1	.683**	.707**	.613**	.819**
	Sig. (2-tailed)	.005	.004		.001	.000	.004	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20
Y_4	Pearson Correlation	.602**	.601**	.683**	1	.884**	.837**	.921**
	Sig. (2-tailed)	.005	.005	.001		.000	.000	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20
Y_5	Pearson Correlation	.498*	.486*	.707**	.884**	1	.912**	.912**
	Sig. (2-tailed)	.025	.030	.000	.000		.000	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20
Y_6	Pearson Correlation	.472*	.454*	.613**	.837**	.912**	1	.879**
	Sig. (2-tailed)	.036	.045	.004	.000	.000		.000
	N	20	20	20	20	20	20	20
Brand Image	Pearson Correlation	.771**	.765**	.819**	.921**	.912**	.879**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	20	20	20	20	20	20	20

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

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

Output Uji RELIABILITAS

VARIABEL X

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.970	12

VARIABEL Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.917	6

VARIABEL Z

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.965	8

Output Uji NORMALITAS

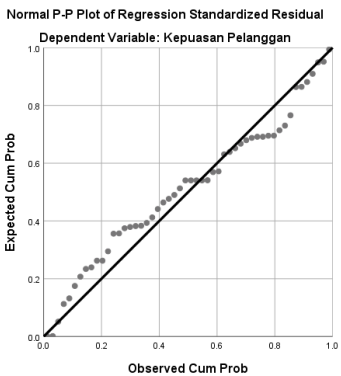
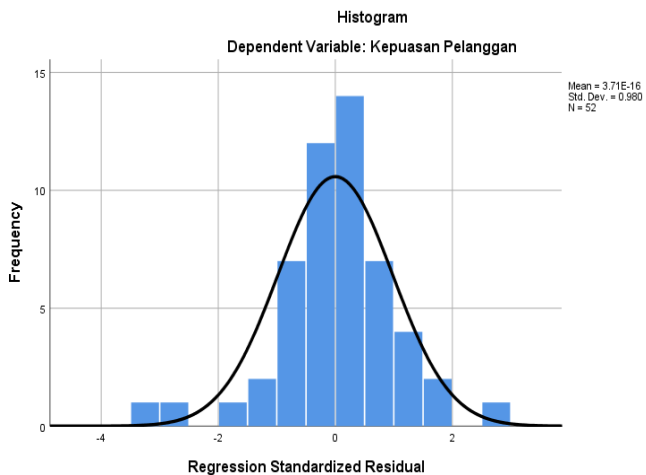
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		52
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.99577454
Most Extreme Differences	Absolute	.116
	Positive	.099
	Negative	-.116
Test Statistic		.116
Asymp. Sig. (2-tailed)		.079 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.



REGRESSION MODEL_1

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.696 ^a	.484	.474	2.747

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	354.258	1	354.258	46.961	.000 ^b
	Residual	377.184	50	7.544		
	Total	731.442	51			

a. Dependent Variable: Brand Image

b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.994	3.331		.298	.767
	Kualitas Produk	.474	.069	.696	6.853	.000

a. Dependent Variable: Brand Image

MODERATED REGRESSION ANALYSIS (MRA)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.990 ^a	.979	.978	.564

a. Predictors: (Constant), Kualitas_produk_X_Brand_Image, Kepuasan Pelanggan, Kualitas Produk

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	716.195	3	238.732	751.575	.000 ^b
	Residual	15.247	48	.318		
	Total	731.442	51			

a. Dependent Variable: Brand Image

b. Predictors: (Constant), Kualitas_produk_X_Brand_Image, Kepuasan Pelanggan, Kualitas Produk

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	24.010	1.102		21.782	.000
Kualitas Produk	-.518	.033	-.760	-15.865	.000
Kepuasan Pelanggan	-.007	.027	-.007	-.246	.807
Kualitas_produk_X_Kepuasan Pelanggan	.021	.001	1.622	31.209	.000

a. Dependent Variable: Brand Image