

**DAFTAR PUSTAKA**

- Alfian, B. 2012. Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Mobil Toyota Kijang Inova Pada PT. Hadji Kalla Cabang Polman Makasar. *Skripsi* Universitas Hasanuddin
- Alma, Buchari. 2012. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta
- Assauri, Sofjan. 2004. *Manajemen Pemasaran Modern: Dasar, Konsep dan Strategi*. Edisi ke . PT Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Basu Swastha, DH., dan Irawan. 1990. *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi II, Cetakan Kelima Liberty, Yogyakarta
- Daryanto dan Ismanto Setyabudi. 2014. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Gava Media : Yogyakarta
- Dendawijaya, Lukman. 2001. *Manajemen Perbankan*. Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Djaslim, Saladin. 2003. *Intisari Pemasaran dan Unsur-Unsur Pemasaran*. Linda Karya : Bandung
- Engel, James et al. 1994. *Perilaku Konsumen Jilid 2*. Binarupa Aksara. Jakarta
- Ferdinand, Augusty. 2006. Metode Penelitian Manajemen: “Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan disertai Ilmu Manajemen”. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang : Badan Penerbit UNDIP
- Ghozali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi Keempat. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi Ketujuh. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro

- Gronroos Christian, *Service Management and Marketing : A Moment of Truth* (Singapore : Maxwell Macmillian International, 1990). hal.203
- Gujarati, Damodar N. 2007. *Dasar-Dasar Ekonometrika*. Erlangga : Jakarta
- Karim. 2013. Pengaruh Keikutsertaan Siswa Dalam Bimbingan Belajar Dan Ekstrakurikuler Terhadap Prestasi Belajar Matematika. *JPM IAIN Antasari. Vol (1): 1, (1-8)*.
- Keller, Kevin Lane. (2003). *Strategic Brand Management Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. New Jersey : Prentice Hall
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Mileinium. Jakarta : PT. Indeks Kelompok Gramedia
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*, Jilid I dan II. Edisi Kesebelas, PT. Indeks, Gramedia. Jakarta
- Kotler, Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium diterjemahkan Benyamin Molan, PT. Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2008. *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Penerbit Erlangga. Jakarta
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2011. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1 dan 2, Alih Bahasa : Bob Sabran, Erlangga, Jakarta
- Lovelock, Christopher and Wright. (2007). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Indeks.
- Lupiyoadi, Rambat.2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat
- Margono. 2010. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta : Rineka Cipta
- Mustofa, Ali. 2014. "Pengaruh Minat Belajar dan Bimbingan Belajar Terhadap Prestasi Belajar Matematika Siswa SDN Balongsari I Megolah Jombang". Jombang

- Parasuraman, A. Valerie A. Zeithmal, dkk. 1998. "*A Conceptual Model of Service Quality and its Implication for Future Research*". Dalam *Journal of Marketing*. Vol 49 (Fall 1985), 41-50.
- Lukman Sampara. 2000. *Manajemen Kualitas Pelayanan*, Jakarta : STIA LAN Press
- Saiffudin, Azwar. (2014). *Metode Penelitian*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Sangadji, E.M., dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen : Pendekatan Praktis Disertai : Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta : Penerbit Andi
- Schiffman & Kanuk. 2011. *Perilaku Konsumen*, Indeks. Company. Jakarta
- Setiadi, Nugroho J. 2003. *Perilaku Konsumen*. Kecana. Jakarta
- Singgih, Santoso. 2000. *Latihan SPSS Statistika Parmetik*. Gramedia. Jakarta
- Singgih, Santoso dan Tjiptono. 2001. *Riset Pemasaran Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*. Elex Media Komputindo, Jakarta
- Sugiyono. 2006. *Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. 2007. *Statistika Penelitian*. Bandung : CV ALFABETA
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : ALFABETA
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Suharjo Bambang. 2013. *Statistika Terapan*. Graha Ilmu : Yogyakarta
- Supranto & Limakrisna N. (2011). *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media

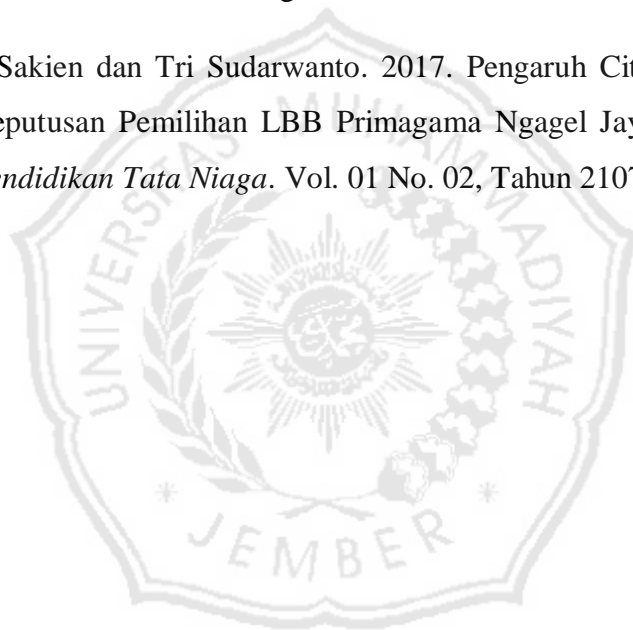
Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa*. Andi : Yogyakarta

Zeithaml, Valarie A. Mry Jo Bitner. (2000). *Services Marketing : Integrating Customer Focus Across The Firm, Second Edition Hill.*. New York : Mc Graw

Jurnal :

Rachman Arif Hakim. 2017. Pengaruh Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Bimbel Tridaya Bandung. *E-Proceeding of Applied Science*. Vol. 3 No. 2, Agustus 2017.

Zahruddien Sakien dan Tri Sudarwanto. 2017. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pemilihan LBB Primagama Ngagel Jaya Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*. Vol. 01 No. 02, Tahun 2107



**LAMPIRAN 1 : KUESIONER****KUESIONER PENELITIAN**

**JUDUL : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA MEREK DAN  
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMILIHAN LEMBAGA  
BIMBINGAN BELAJAR PRIMAGAMA CABANG BENCULUK  
BANYUWANGI**

Kepada  
Sdr/i Siswa Primagama Cabang Benculuk Banyuwangi  
Di Tempat

Sehubungan dengan penelitian yang saya teliti berjudul “ Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek dan Promosi Terhadap Keputusan Pemilihan Lembaga Bimbingan Belajar Primagama Cabang Benculuk Banyuwangi “. Saya mohon ijin kesediaan dan kerelaan saudara untuk menjawab dengan penuh kejujuran atas pertanyaan-pertanyaan yang berhubungan dengan judul penelitian saya seperti diatas. Hal-hal yang berkaitan dengan anda saya jamin kerahasiaannya.

Atas ketersediaan dan kerjasamanya saya ucapkan terimakasih.

Hormat Saya,

DEWI PUSPITASARI

NIM. 14.10.411.153

**PETUNJUK PENGISIAN**

Berilah tanda check list (√) pada jawaban yang dipilih.

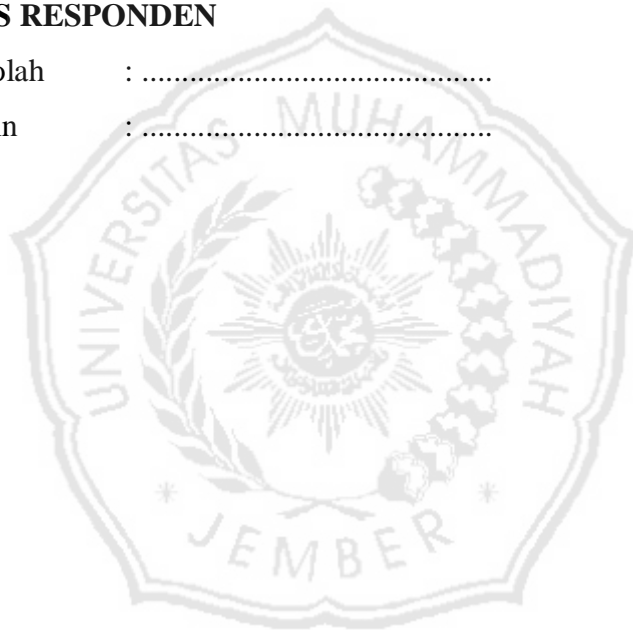
**KETERANGAN JAWABAN**

<b>SS</b>	<b>: Sangat Setuju</b>	<b>(Skor 5)</b>
<b>S</b>	<b>: Setuju</b>	<b>(Skor 4)</b>
<b>N</b>	<b>: Netral</b>	<b>(Skor 3)</b>
<b>TS</b>	<b>: Tidak Setuju</b>	<b>(Skor 2)</b>
<b>STS</b>	<b>: Sangat Tidak Setuju</b>	<b>(Skor 1)</b>

**IDENTITAS RESPONDEN**

Jenjang Sekolah : .....

Jenis Kelamin : .....



**BAGIAN 1 : PENILAIAN RESPONDEN ATAS KUALITAS PELAYANAN**

**Kategori : Sangat Setuju (5), Setuju (4), Netral (3), Tidak Setuju (2), Sangat Tidak Setuju (1).**

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1.	LBB Primagama cabang Benculuk Banyuwangi menyediakan fasilitas pelayanan yang lengkap dan menyediakan sarana komunikasi yang memadai.					
2.	Karyawan/tentor memberikan pelayanan dan program yang sesuai dengan kebutuhan saya.					
3.	Karyawan/tentor melayani dengan cepat dan tepat.					
4.	Karyawan/tentor melakukan pelayanan tanpa kesalahan dan memuaskan.					
5.	LBB Primagama cabang Benculuk Banyuwangi menyediakan karyawan/tentor yang dapat dipercaya kinerjanya.					

**BAGIAN 2 : PENILAIAN RESPONDEN ATAS CITRA MEREK**

**Kategori : Sangat Setuju (5), Setuju (4), Netral (3), Tidak Setuju (2), Sangat Tidak Setuju (1).**

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS

1.	Merek Primagama yang sudah dikenal banyak orang.					
2.	Primagama melayani pelanggan dari semua segmen.					
3.	Primagama memiliki teknologi yang selalu mengikuti perkembangan zaman.					
4.	Merek Primagama memiliki kesan profesional dan memiliki keahlian dibidang bimbingan belajar.					
5.	Primagama memiliki reputasi yang tinggi.					

### BAGIAN 3 : PENILAIAN RESPONDEN ATAS PROMOSI

Kategori : Sangat Setuju (5), Setuju (4), Netral (3), Tidak Setuju (2), Sangat Tidak Setuju (1).

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1.	LBB Primagama membuat <i>website</i> lembaga					
2.	LBB Primagama melakukan promosi tentang program yang ditawarkan ke sekolah-sekolah terdekat					
3.	LBB Primagama melibatkan SDM dalam kegiatan promosi					
4.	LBB Primagama membuka layanan personal ( <i>open house</i> ) kepada para konsumennya					
5.	LBB Primagama sering					



	menayangkan iklan dimedia promosi.					
--	------------------------------------	--	--	--	--	--

#### **BAGIAN 4 : PENILAIAN RESPONDEN ATAS KEPUTUSAN PEMILIHAN**

**Kategori : Sangat Setuju (5), Setuju (4), Netral (3), Tidak Setuju (2), Sangat Tidak Setuju (1).**

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Saya memilih LBB Primagama cabang Benculuk Banyuwangi berdasarkan adanya informasi yang terkait dengan kebutuhan.					
2.	Saya memilih LBB Primagama cabang Benculuk Banyuwangi berdasarkan adanya rekomendasi dari teman/saudara.					
3.	Saya memilih menggunakan jasa di LBB Primagama berdasarkan adanya kemantapan saya menggunakan jasa bimbel di Primagama cabang Benculuk Banyuwangi.					
4.	Saya melakukan evaluasi sebelum memilih menggunakan jasa bimbel di Primagama cabang Benculuk Banyuwangi.					

**LAMPIRAN 2 :REKAPITULASI JAWABAN RESPONDEN**

No.	X1						X2						X3						Y				
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	<b>X1</b>	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	<b>X2</b>	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	<b>X3</b>	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	<b>Y</b>
1.	2	4	4	4	4	<b>18</b>	5	4	2	4	5	<b>20</b>	4	4	4	4	4	<b>20</b>	4	4	4	2	<b>14</b>
2.	4	4	4	3	4	<b>19</b>	4	3	3	5	3	<b>18</b>	3	5	4	4	3	<b>19</b>	4	2	5	3	<b>14</b>
3.	4	5	4	4	4	<b>21</b>	5	4	4	4	4	<b>21</b>	3	5	4	4	3	<b>19</b>	5	4	4	4	<b>17</b>
4.	4	5	4	4	4	<b>21</b>	4	4	5	4	4	<b>21</b>	4	4	4	5	4	<b>21</b>	4	4	4	4	<b>16</b>
5.	4	4	3	3	4	<b>18</b>	4	3	3	4	4	<b>18</b>	3	4	4	3	3	<b>17</b>	4	4	4	4	<b>16</b>
6.	5	5	5	3	4	<b>22</b>	5	3	3	4	4	<b>19</b>	5	4	5	3	3	<b>20</b>	5	5	4	5	<b>19</b>
7.	4	5	5	5	5	<b>24</b>	5	5	5	5	5	<b>25</b>	5	5	3	5	5	<b>23</b>	5	5	5	5	<b>20</b>
8.	4	4	4	4	4	<b>20</b>	5	4	4	4	5	<b>22</b>	4	5	3	4	4	<b>20</b>	4	2	4	3	<b>13</b>
9.	4	4	4	4	4	<b>20</b>	5	4	4	4	5	<b>22</b>	4	5	3	4	4	<b>20</b>	4	2	4	3	<b>13</b>
10.	5	5	5	5	5	<b>25</b>	5	5	4	5	4	<b>23</b>	5	4	3	4	3	<b>19</b>	4	3	5	4	<b>16</b>
11.	4	5	4	4	4	<b>21</b>	5	5	4	4	4	<b>22</b>	4	4	4	3	3	<b>18</b>	5	4	4	4	<b>17</b>
12.	5	5	4	3	4	<b>21</b>	5	5	5	4	4	<b>23</b>	5	4	5	4	3	<b>21</b>	5	4	5	3	<b>17</b>
13.	4	5	4	4	5	<b>22</b>	5	5	4	4	5	<b>23</b>	4	4	4	4	4	<b>20</b>	4	5	5	4	<b>18</b>

14.	5	5	5	3	5	<b>23</b>	5	5	5	5	5	<b>25</b>	5	5	5	5	5	<b>25</b>	5	5	5	5	<b>20</b>
15.	2	4	3	3	4	<b>16</b>	5	4	2	5	5	<b>21</b>	4	4	4	4	4	<b>20</b>	4	5	5	4	<b>18</b>
16.	4	4	3	3	2	<b>16</b>	4	3	4	4	4	<b>19</b>	4	4	4	5	4	<b>21</b>	5	5	4	4	<b>18</b>
17.	4	4	3	4	4	<b>19</b>	4	3	2	4	4	<b>17</b>	4	5	4	4	4	<b>21</b>	4	4	5	2	<b>15</b>
18.	4	4	3	3	4	<b>18</b>	5	3	2	4	5	<b>19</b>	4	4	4	4	3	<b>19</b>	5	5	5	4	<b>19</b>
19.	4	4	3	3	4	<b>18</b>	4	4	3	4	4	<b>19</b>	5	4	4	4	4	<b>21</b>	4	5	5	4	<b>18</b>
20.	4	4	3	3	4	<b>18</b>	4	4	3	5	4	<b>20</b>	4	4	4	4	3	<b>19</b>	5	5	5	4	<b>19</b>
21.	5	5	3	4	4	<b>21</b>	5	3	3	4	4	<b>19</b>	4	4	3	4	4	<b>19</b>	5	4	4	3	<b>16</b>
22.	4	4	4	3	4	<b>19</b>	5	4	2	4	5	<b>20</b>	4	4	4	4	4	<b>20</b>	5	4	5	5	<b>19</b>
23.	3	4	4	3	4	<b>18</b>	4	4	3	4	4	<b>19</b>	4	4	3	4	3	<b>18</b>	3	5	4	2	<b>14</b>
24.	4	4	5	4	4	<b>21</b>	5	4	3	4	4	<b>20</b>	5	5	4	3	4	<b>21</b>	4	3	5	3	<b>15</b>
25.	4	5	5	4	4	<b>22</b>	5	5	4	4	4	<b>22</b>	4	4	5	4	4	<b>21</b>	4	4	4	4	<b>16</b>
26.	4	5	5	4	5	<b>23</b>	4	5	4	5	4	<b>22</b>	4	4	5	3	3	<b>19</b>	4	4	5	5	<b>18</b>
27.	5	5	5	3	3	<b>21</b>	5	4	4	4	4	<b>21</b>	5	5	3	5	4	<b>22</b>	5	5	5	5	<b>20</b>
28.	5	5	4	3	5	<b>23</b>	5	3	5	5	5	<b>23</b>	5	5	5	5	5	<b>25</b>	4	5	3	3	<b>15</b>
29.	5	5	5	5	5	<b>25</b>	5	5	5	5	5	<b>25</b>	4	4	3	4	4	<b>19</b>	5	5	5	5	<b>20</b>

30.	4	5	4	4	5	<b>22</b>	5	4	4	5	5	<b>23</b>	4	5	3	3	3	<b>18</b>	5	4	4	3	<b>16</b>
31.	5	5	5	3	5	<b>23</b>	5	5	5	5	5	<b>25</b>	5	5	5	5	5	<b>25</b>	5	5	5	5	<b>20</b>
32.	5	5	5	5	5	<b>25</b>	4	4	5	4	4	<b>21</b>	5	4	4	3	4	<b>20</b>	4	3	5	4	<b>16</b>
33.	5	5	5	4	4	<b>23</b>	5	4	5	5	5	<b>24</b>	5	3	5	4	3	<b>20</b>	4	5	5	5	<b>19</b>
34.	5	5	5	4	5	<b>24</b>	5	5	5	5	5	<b>25</b>	5	3	5	5	3	<b>21</b>	5	5	5	5	<b>20</b>
35.	4	2	4	3	5	<b>18</b>	4	2	1	5	4	<b>16</b>	2	1	3	4	4	<b>14</b>	3	3	3	3	<b>12</b>
36.	4	5	4	3	4	<b>20</b>	5	5	5	5	4	<b>24</b>	4	4	3	3	3	<b>17</b>	5	4	5	3	<b>17</b>
37.	5	5	5	5	5	<b>25</b>	5	5	5	5	5	<b>25</b>	4	4	4	3	5	<b>20</b>	5	5	5	5	<b>20</b>
38.	5	4	4	5	5	<b>23</b>	4	3	3	5	4	<b>19</b>	5	4	4	5	4	<b>22</b>	3	5	4	5	<b>17</b>
39.	4	3	4	3	4	<b>18</b>	4	3	3	4	3	<b>17</b>	3	3	3	3	3	<b>15</b>	3	3	4	3	<b>13</b>
40.	5	4	4	5	5	<b>23</b>	4	4	5	4	5	<b>22</b>	4	4	5	5	3	<b>21</b>	5	5	5	5	<b>20</b>
41.	5	4	5	5	4	<b>23</b>	4	4	4	5	5	<b>22</b>	3	4	4	5	4	<b>20</b>	4	4	5	4	<b>17</b>
42.	4	4	3	4	5	<b>20</b>	5	3	4	5	5	<b>22</b>	4	4	4	4	3	<b>19</b>	3	4	3	4	<b>14</b>
43.	5	4	5	5	4	<b>23</b>	5	4	4	5	5	<b>23</b>	4	4	4	5	5	<b>22</b>	4	5	4	4	<b>17</b>
44.	5	5	5	4	5	<b>24</b>	4	5	5	5	5	<b>24</b>	5	5	4	4	5	<b>23</b>	5	3	5	4	<b>17</b>
45.	5	5	5	4	5	<b>24</b>	4	4	5	5	4	<b>22</b>	3	5	4	4	3	<b>19</b>	4	5	5	4	<b>18</b>

46.	4	4	4	3	4	<b>19</b>	5	4	3	3	3	<b>18</b>	3	5	5	3	3	<b>19</b>	4	3	5	4	<b>16</b>
47.	4	5	5	5	5	<b>24</b>	4	4	4	5	5	<b>22</b>	3	5	4	4	3	<b>22</b>	5	4	5	3	<b>17</b>
48.	4	5	5	4	4	<b>22</b>	5	5	4	4	5	<b>23</b>	4	5	4	3	3	<b>19</b>	4	4	5	5	<b>18</b>
49.	4	4	4	4	4	<b>20</b>	5	5	4	5	5	<b>24</b>	4	4	4	4	3	<b>19</b>	4	3	4	4	<b>15</b>
50.	4	4	3	3	3	<b>17</b>	5	4	4	5	5	<b>23</b>	4	4	4	2	3	<b>17</b>	5	2	5	5	<b>17</b>
51.	4	5	5	5	5	<b>24</b>	5	5	4	5	5	<b>24</b>	5	5	5	5	4	<b>24</b>	5	5	5	5	<b>20</b>
52.	4	3	5	4	5	<b>21</b>	5	3	4	5	5	<b>22</b>	4	4	3	3	2	<b>16</b>	5	3	4	5	<b>17</b>
53.	4	4	4	4	5	<b>21</b>	5	5	4	5	5	<b>24</b>	5	5	4	3	3	<b>20</b>	5	5	5	4	<b>19</b>
54.	2	4	5	3	3	<b>17</b>	5	4	5	4	4	<b>22</b>	3	3	3	3	2	<b>14</b>	5	4	4	2	<b>15</b>
55.	3	4	4	3	4	<b>18</b>	5	4	1	5	4	<b>19</b>	2	2	2	3	2	<b>11</b>	4	4	3	2	<b>13</b>

### LAMPIRAN 3 : HASIL FREKUENSI

#### 1. Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>)

**Kualitas Pelayanan 1**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	2,00	3	5,5	5,5
	3,00	2	3,6	9,1
Valid	4,00	31	56,4	65,5
	5,00	19	34,5	100,0
Total	55	100,0	100,0	

**Kualitas Pelayanan 2**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	2,00	1	1,8	1,8
	3,00	2	3,6	5,5
Valid	4,00	25	45,5	50,9
	5,00	27	49,1	100,0
Total	55	100,0	100,0	

**Kualitas Pelayanan 3**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	3,00	10	18,2	18,2
Valid	4,00	22	40,0	58,2
	5,00	23	41,8	100,0
Total	55	100,0	100,0	

**Kualitas Pelayanan 4**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	3,00	22	40,0	40,0
Valid	4,00	22	40,0	80,0
	5,00	11	20,0	100,0
Total	55	100,0	100,0	

**Kualitas Pelayanan 5**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	3,00	3	5,5	5,5
Valid	4,00	31	56,4	61,8
	5,00	21	38,2	100,0
Total	55	100,0	100,0	

**2. Citra Merek (X<sub>2</sub>)****Citra Merek 1**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	4,00	18	32,7	32,7
Valid	5,00	37	67,3	100,0
Total	55	100,0	100,0	

**Citra Merek 2**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	2,00	1	1,8	1,8
	3,00	12	21,8	23,6
Valid	4,00	24	43,6	67,3
	5,00	18	32,7	100,0
Total	55	100,0	100,0	

**Citra Merek 3**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	1,00	2	3,6	3,6
	2,00	6	10,9	14,5
Valid	3,00	11	20,0	34,5
	4,00	21	38,2	72,7
	5,00	15	27,3	100,0
Total	55	100,0	100,0	

**Citra Merek 4**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3,00	1	1,8	1,8	1,8
4,00	27	49,1	49,1	50,9
5,00	27	49,1	49,1	100,0
Total	55	100,0	100,0	

**Citra Merek 5**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3,00	3	5,5	5,5	5,5
4,00	23	41,8	41,8	47,3
5,00	29	52,7	52,7	100,0
Total	55	100,0	100,0	

**3. Promosi (X<sub>3</sub>)****Promosi 1**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2,00	2	3,6	3,6	3,6
3,00	9	16,4	16,4	20,0
4,00	28	50,9	50,9	70,9
5,00	16	29,1	29,1	100,0
Total	55	100,0	100,0	

**Promosi 2**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1,00	1	1,8	1,8	1,8
2,00	1	1,8	1,8	3,6
3,00	4	7,3	7,3	10,9
4,00	30	54,5	54,5	65,5
5,00	19	34,5	34,5	100,0
Total	55	100,0	100,0	



**Promosi 3**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2,00	1	1,8	1,8	1,8
3,00	14	25,5	25,5	27,3
Valid 4,00	28	50,9	50,9	78,2
5,00	12	21,8	21,8	100,0
Total	55	100,0	100,0	

**Promosi 4**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2,00	1	1,8	1,8	1,8
3,00	16	29,1	29,1	30,9
Valid 4,00	25	45,5	45,5	76,4
5,00	13	23,6	23,6	100,0
Total	55	100,0	100,0	

**Promosi 5**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2,00	3	5,5	5,5	5,5
3,00	25	45,5	45,5	50,9
Valid 4,00	20	36,4	36,4	87,3
5,00	7	12,7	12,7	100,0
Total	55	100,0	100,0	

#### 4. Keputusan Pemilihan (Y)

**Keputusan Pemilihan 1**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
3,00	5	9,1	9,1	9,1
Valid 4,00	24	43,6	43,6	52,7
5,00	26	47,3	47,3	100,0
Total	55	100,0	100,0	

**Keputusan Pemilihan 2**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2,00	4	7,3	7,3	7,3
3,00	9	16,4	16,4	23,6
Valid 4,00	19	34,5	34,5	58,2
5,00	23	41,8	41,8	100,0
Total	55	100,0	100,0	

**Keputusan Pemilihan 3**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
3,00	4	7,3	7,3	7,3
Valid 4,00	19	34,5	34,5	41,8
5,00	32	58,2	58,2	100,0
Total	55	100,0	100,0	

**Keputusan Pemilihan 4**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2,00	5	9,1	9,1	9,1
3,00	13	23,6	23,6	32,7
Valid 4,00	20	36,4	36,4	69,1
5,00	17	30,9	30,9	100,0
Total	55	100,0	100,0	

**LAMPIRAN 4 : UJI INSTRUMEN DATA (Uji Validitas dan Uji Reliabilitas)**

**Correlations**

		Kualitas Pelayanan 1	Kualitas Pelayanan 2	Kualitas Pelayanan 3	Kualitas Pelayanan 4	Kualitas Pelayanan 5	Kualitas Pelayanan
Kualitas Pelayanan 1	Pearson Correlation	1	,388**	,343*	,331*	,398**	,718**
	Sig. (2-tailed)		,003	,010	,014	,003	,000
	N	55	55	55	55	55	55
Kualitas Pelayanan 2	Pearson Correlation	,388**	1	,399**	,283*	,169	,642**
	Sig. (2-tailed)	,003		,003	,036	,218	,000
	N	55	55	55	55	55	55
Kualitas Pelayanan 3	Pearson Correlation	,343*	,399**	1	,448**	,290*	,729**
	Sig. (2-tailed)	,010	,003		,001	,032	,000
	N	55	55	55	55	55	55
Kualitas Pelayanan 4	Pearson Correlation	,331*	,283*	,448**	1	,449**	,734**
	Sig. (2-tailed)	,014	,036	,001		,001	,000
	N	55	55	55	55	55	55
Kualitas Pelayanan 5	Pearson Correlation	,398**	,169	,290*	,449**	1	,636**
	Sig. (2-tailed)	,003	,218	,032	,001		,000
	N	55	55	55	55	55	55
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	,718**	,642**	,729**	,734**	,636**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	55	55	55	55	55	55

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

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

## Correlations

		Citra Merek 1	Citra Merek 2	Citra Merek 3	Citra Merek 4	Citra Merek 5	Citra Merek
Citra Merek 1	Pearson Correlation	1	,362**	,087	,037	,357**	,461**
	Sig. (2-tailed)		,007	,530	,789	,008	,000
	N	55	55	55	55	55	55
Citra Merek 2	Pearson Correlation	,362**	1	,537**	,179	,276*	,766**
	Sig. (2-tailed)	,007		,000	,192	,042	,000
	N	55	55	55	55	55	55
Citra Merek 3	Pearson Correlation	,087	,537**	1	,271*	,298*	,797**
	Sig. (2-tailed)	,530	,000		,045	,027	,000
	N	55	55	55	55	55	55
Citra Merek 4	Pearson Correlation	,037	,179	,271*	1	,381**	,518**
	Sig. (2-tailed)	,789	,192	,045		,004	,000
	N	55	55	55	55	55	55
Citra Merek 5	Pearson Correlation	,357**	,276*	,298*	,381**	1	,644**
	Sig. (2-tailed)	,008	,042	,027	,004		,000
	N	55	55	55	55	55	55
Citra merek	Pearson Correlation	,461**	,766**	,797**	,518**	,644**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	55	55	55	55	55	55

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

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

### Correlations

		Promosi 1	Promosi 2	Promosi 3	Promosi 4	Promosi 5	promosi
Promosi 1	Pearson Correlation	1	,402**	,391**	,253	,401**	,730**
	Sig. (2-tailed)		,002	,003	,062	,002	,000
	N	55	55	55	55	55	55
Promosi 2	Pearson Correlation	,402**	1	,242	,147	,306*	,631**
	Sig. (2-tailed)	,002		,074	,284	,023	,000
	N	55	55	55	55	55	55
Promosi 3	Pearson Correlation	,391**	,242	1	,246	,198	,609**
	Sig. (2-tailed)	,003	,074		,071	,147	,000
	N	55	55	55	55	55	55
Promosi 4	Pearson Correlation	,253	,147	,246	1	,539**	,652**
	Sig. (2-tailed)	,062	,284	,071		,000	,000
	N	55	55	55	55	55	55
Promosi 5	Pearson Correlation	,401**	,306*	,198	,539**	1	,733**
	Sig. (2-tailed)	,002	,023	,147	,000		,000
	N	55	55	55	55	55	55
Promosi	Pearson Correlation	,730**	,631**	,609**	,652**	,733**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	55	55	55	55	55	55

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

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

## Correlations

		Keputusan Pemilihan 1	Keputusan Pemilihan 2	Keputusan Pemilihan 3	Keputusan Pemilihan 4	Keputusan Pemilihan
Keputusan Pemilihan 1	Pearson Correlation	1	,234	,416**	,335*	,659**
	Sig. (2-tailed)		,086	,002	,012	,000
	N	55	55	55	55	55
Keputusan Pemilihan 2	Pearson Correlation	,234	1	,154	,303*	,669**
	Sig. (2-tailed)	,086		,261	,024	,000
	N	55	55	55	55	55
Keputusan Pemilihan 3	Pearson Correlation	,416**	,154	1	,399**	,648**
	Sig. (2-tailed)	,002	,261		,003	,000
	N	55	55	55	55	55
Keputusan Pemilihan 4	Pearson Correlation	,335*	,303*	,399**	1	,775**
	Sig. (2-tailed)	,012	,024	,003		,000
	N	55	55	55	55	55
Keputusan Pemilihan	Pearson Correlation	,659**	,669**	,648**	,775**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	55	55	55	55	55

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

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

## Reliability X1

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	55	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	55	100,0

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,617	4

## Reliability X2

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	55	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	55	100,0

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,729	5

## Reliability X3

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	55	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	55	100,0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,646	5

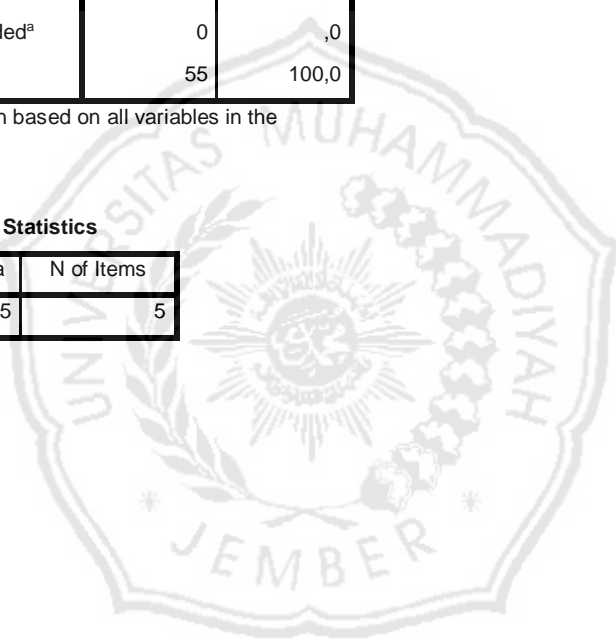
**Reliability Y****Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	55	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	55	100,0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,695	5





## LAMPIRAN 5 : UJI REGRESI LINIER BERGANDA, UJI ASUMSI KLASIK DAN UJI HIPOTESIS

### 1) Uji Regresi Linier Berganda

#### Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Keputusan pemilihan	4,2227	,55209	55
Kualitas pelayanan	4,1964	,48609	55
Citra merek	4,2873	,47260	55
Promosi	3,9273	,52120	55

#### Correlations

		Keputusan pemilihan	Kualitas pelayanan	Citra merek	Promosi
Pearson Correlation	Keputusan pemilihan	1,000	,459	,527	,508
	Kualitas pelayanan	,459	1,000	,669	,487
	Citra merek	,527	,669	1,000	,471
	Promosi	,508	,487	,471	1,000
Sig. (1-tailed)	Keputusan pemilihan	.	,000	,000	,000
	Kualitas pelayanan	,000	.	,000	,000
	Citra merek	,000	,000	.	,000
	Promosi	,000	,000	,000	.
N	Keputusan pemilihan	55	55	55	55
	Kualitas pelayanan	55	55	55	55
	Citra merek	55	55	55	55
	Promosi	55	55	55	55

#### Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Promosi, Citra merek, Kualitas pelayanan <sup>b</sup>	.	Enter

a. Dependent Variable: Keputusan pemilihan

b. All requested variables entered.

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,608 <sup>a</sup>	,369	,332	,45122

a. Predictors: (Constant), Promosi, Citra merek, Kualitas pelayanan

b. Dependent Variable: Keputusan pemilihan

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

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6,076	3	2,025	9,947	,000 <sup>b</sup>
	Residual	10,384	51	,204		
	Total	16,459	54			

a. Dependent Variable: Keputusan pemilihan

b. Predictors: (Constant), Promosi, Citra merek, Kualitas pelayanan

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,886	,625		1,418	,162		
	Kualitas pelayanan	,107	,176	,094	,607	,547	,515	1,943
	Citra merek	,371	,179	,317	2,066	,044	,525	1,905
	Promosi	,331	,138	,312	2,391	,021	,724	1,381

a. Dependent Variable: Keputusan pemilihan

Collinearity Diagnostics<sup>a</sup>

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions			
				(Constant)	Kualitas pelayanan	Citra merek	Promosi
1	1	3,980	1,000	,00	,00	,00	,00
	2	,009	20,736	,10	,05	,06	1,00
	3	,007	23,914	,87	,24	,10	,00
	4	,004	31,272	,03	,71	,85	,00

a. Dependent Variable: Keputusan pemilihan



Residuals Statistics<sup>a</sup>

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	3,3830	4,8850	4,2227	,33542	55
Std. Predicted Value	-2,504	1,975	,000	1,000	55
Standard Error of Predicted Value	,064	,216	,117	,034	55
Adjusted Predicted Value	3,4531	4,8706	4,2223	,33390	55
Residual	-1,01758	,81369	,00000	,43851	55
Std. Residual	-2,255	1,803	,000	,972	55
Stud. Residual	-2,291	1,852	,000	1,004	55
Deleted Residual	-1,07863	,85816	,00043	,46792	55
Stud. Deleted Residual	-2,395	1,899	-,004	1,021	55
Mahal. Distance	,119	11,360	2,945	2,383	55
Cook's Distance	,000	,150	,017	,024	55
Centered Leverage Value	,002	,210	,055	,044	55

a. Dependent Variable: Keputusan pemilihan

## 2) Uji Asumsi Klasik

### a) Uji Linearitas

Keputusan pemilihan \* Kualitas pelayanan

#### Report

Keputusan pemilihan

Kualitas pelayanan	Mean	N	Std. Deviation
3.2	4.5000	1	.
3.4	4.0000	2	.35355
3.6	3.9000	10	.67905
3.8	4.0000	4	.54006
4	3.6000	5	.41833
4.2	4.2778	9	.38415
4.4	4.2500	6	.38730
4.6	4.5833	9	.35355
4.8	4.7000	5	.41079
5	4.5000	4	.57735
Total	4.2227	55	.55209

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan pemilihan * Kualitas pelayanan	Between Groups	(Combined)	6.004	9	.667	2.871	.009
		Linearity	3.460	1	3.460	14.893	.000
		Deviation from Linearity	2.543	8	.318	1.368	.236
	Within Groups		10.456	45	.232		
Total			16.459	54			

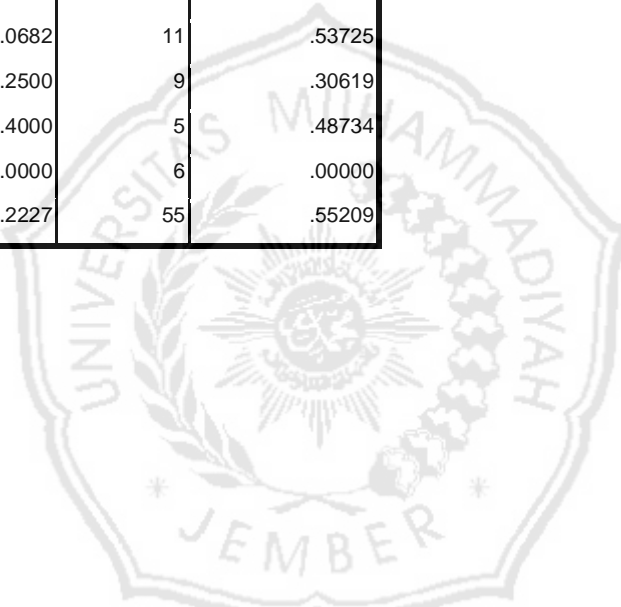
Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Keputusan pemilihan * Kualitas pelayanan	.459	.210	.604	.365

**Keputusan pemilihan \* Citra merek****Report**

Keputusan pemilihan

Citra merek	Mean	N	Std. Deviation
3.2	3.0000	1	.
3.4	3.5000	2	.35355
3.6	3.8333	3	.28868
3.8	4.1389	9	.54645
4	4.1875	4	.65749
4.2	4.3500	5	.41833
4.4	4.0682	11	.53725
4.6	4.2500	9	.30619
4.8	4.4000	5	.48734
5	5.0000	6	.00000
Total	4.2227	55	.55209



ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan pemilihan * Citra merek	Between Groups (Combined)	7.195	9	.799	3.884	.001
	Linearity	4.578	1	4.578	22.239	.000
	Deviation from Linearity	2.617	8	.327	1.589	.155
	Within Groups	9.264	45	.206		
	Total	16.459	54			

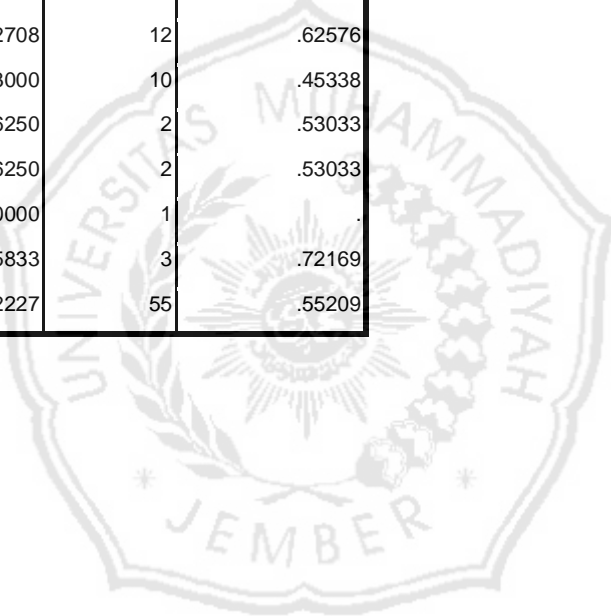
Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Keputusan pemilihan * Citra merek	.527	.278	.661	.437

**Keputusan pemilihan \* Promosi****Report**

Keputusan pemilihan

Promosi	Mean	N	Std. Deviation
2.2	3.2500	1	.
2.8	3.3750	2	.53033
3	3.2500	1	.
3.2	4.2500	1	.
3.4	4.1667	3	.14434
3.6	3.9167	3	.38188
3.8	4.2143	14	.45844
4	4.2708	12	.62576
4.2	4.3000	10	.45338
4.4	4.6250	2	.53033
4.6	4.6250	2	.53033
4.8	5.0000	1	.
5	4.5833	3	.72169
Total	4.2227	55	.55209





ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan pemilihan * Promosi	Between Groups	(Combined)	5.351	12	.446	1.686	.105
		Linearity	4.245	1	4.245	16.049	.000
		Deviation from Linearity	1.106	11	.101	.380	.957
	Within Groups		11.108	42	.264		
	Total		16.459	54			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Keputusan pemilihan * Promosi	.508	.258	.570	.325

