LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Keputusan Bimbingan

UNIVERSITAS ISLAM NUSANTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN KOMUNIKASI BISNIS
Jl. Soekarno Hatta No. 530, Bandung 40286, Telp./Faks.+6285135122761
http:/ /fe.uninus.ac.id, *E-mail*: ekonomi@uninus.ac.id

SURAT KEPUTUSAN
DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN KOMUNIKASI BISNIS UNIVERSITAS ISLAM NUSANTARA
Nomor : 104/SK/Dek/FEKB-UNINUS/I/2026
Tentang :
DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN KOMUNIKASI BISNIS UNINUS

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN KOMUNIKASI BISNIS UNINUS :

Menimbang : Dst.

Mengingat : Dst.

Memperhatikan : Pengajuan Dosen Pembimbing Skripsi dan Mahasiswa Terbimbing dari Ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Komunikasi Bisnis UNINUS Tanggal Rabu, 28 Januari 2026 untuk mahasiswa:

Nama	:	Indriani Siti Nurhalijah
NIM	:	41033402221105
Prodi	:	MANAJEMEN
Fakultas	:	Ekonomi dan Komunukasi Bisnis UNINUS.

MEMUTUSKAN :

Menetapkan :

a. Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Harga dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Body Lotion Scarlett

b. Pembimbing I : Dr. Kamelia Agustini, S.E., MM
Pembimbing II : Indri Ferdiani Suarna, S.Pd,M.M

c. Surat Keputusan ini berlaku untuk bimbingan Skripsi paling lama 6 (enam) bulan

d. Apabila proses bimbingan melebihi waktu dari 6 (enam) bulan, mahasiswa dikenakan biaya tambahan sebesar biaya awal bimbingan.

e. Kepada Dosen Pembimbing Skripsi tersebut pada Point "b" di atas diberikan honorarium yang telah ditetapkan Fakultas Ekonomi dan Komunikasi Bisnis UNINUS.

f. Keputusan ini berlaku mulai tanggal ditetapkan dan apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan akan diperbaiki seperlunya.

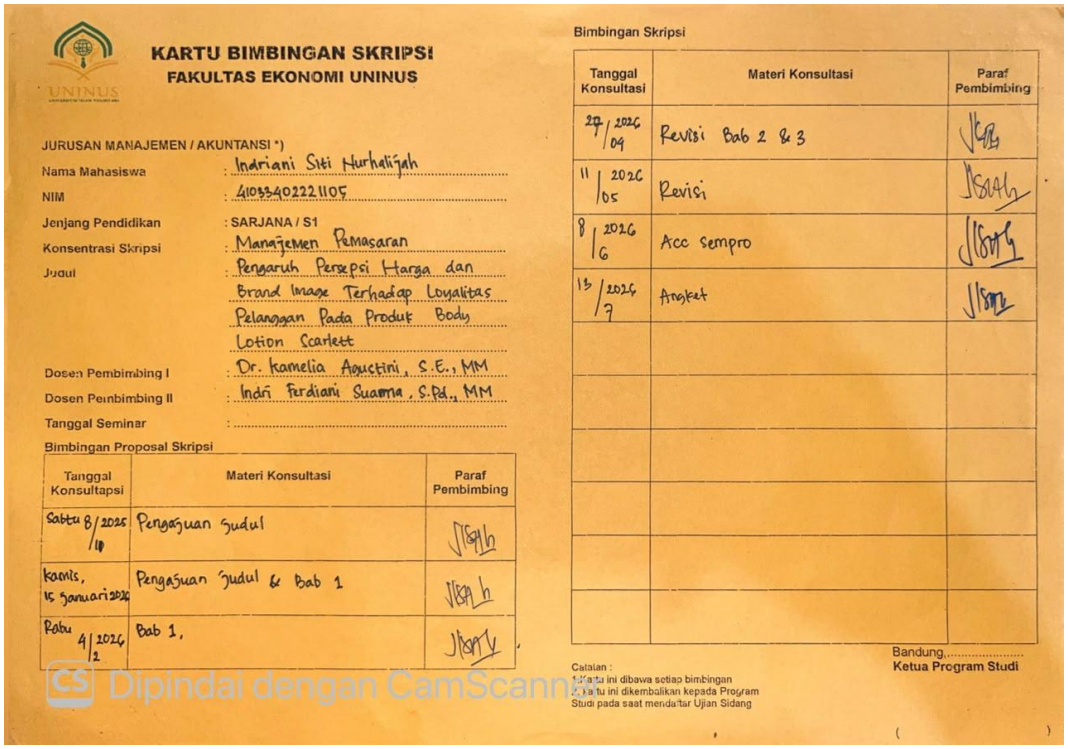
Ditetapkan di : Bandung
Pada Tanggal : Rabu, 28 Januari 2026
Wakil Dekan I

Dr. Ahmad M. Ryad Saiful Hakim, S.E., Ak., M.M.Pd.
NIDN 0416017203

FE UNINUS Fakultas Ekonomi

1. Dekan Fakultas Ekonomi dan Komunikasi Bisnis UNINUS
2. Para Ketua Program Studi di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Komunikasi Bisnis UNINUS
3. Yang bersangkutan untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.
4. Arsip.

Lampiran 2. Kartu Bimbingan



KARTU BIMBINGAN SKRIPSI
FAKULTAS EKONOMI UNINUS

JURUSAN MANAJEMEN / AKUNTANSI *)

Nama Mahasiswa : Indriani Siti Nurhaliqah
NIM : 41033402221105
Jenjang Pendidikan : SARJANA / S1
Konsentrasi Skripsi : Manajemen Pemasaran
Judul : Pengaruh Persepsi Harga dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk Body Lotion Scarlett
Dosen Pembimbing I : Dr. Kamelia Agustini, S.E., MM
Dosen Pembimbing II : Indri Ferdiani Suarna, S.Pd., MM
Tanggal Seminar :

Bimbingan Proposal Skripsi

Tanggal Konsultapsi	Materi Konsultasi	Paraf Pembimbing
Sabtu 8/2025 /10	Pengajuan Judul	
Kamis, 15 Januari 2026	Pengajuan Judul & Bab 1	
Rabu 4/2026 /2	Bab 1,	

Bimbingan Skripsi

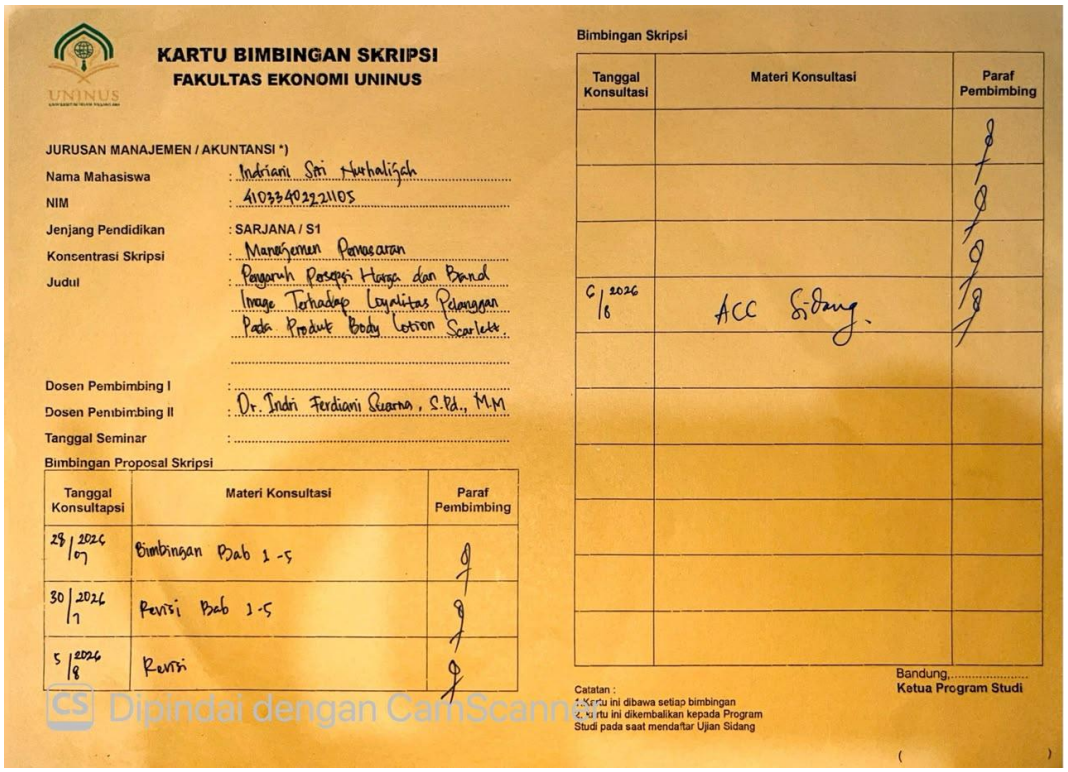
Tanggal Konsultasi	Materi Konsultasi	Paraf Pembimbing
29/2026 /04	Revisi Bab 2 & 3	
11/2026 /05	Revisi	
8/2026 /6	Acc sempro	
13/2026 /7	Angket	

Bandung,.....
Ketua Program Studi

Catatan :
1. Kartu ini dibawa setiap bimbingan
2. Kartu ini dikembalikan kepada Program Studi pada saat mendaftar Ujian Sidang

( )

Dipindai dengan CamScanner



KARTU BIMBINGAN SKRIPSI
FAKULTAS EKONOMI UNINUS

JURUSAN MANAJEMEN / AKUNTANSI *)

Nama Mahasiswa : Indriani Siti Nurhaliqah
NIM : 41033402221105
Jenjang Pendidikan : SARJANA / S1
Konsentrasi Skripsi : Manajemen Pemasaran
Judul : Pengaruh Persepsi Harga dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk Body Lotion Scarlett
Dosen Pembimbing I :
Dosen Pembimbing II : Dr. Indri Ferdiani Suarna, S.Pd., MM
Tanggal Seminar :

Bimbingan Proposal Skripsi

Tanggal Konsultapsi	Materi Konsultasi	Paraf Pembimbing
29/2026 /07	Bimbingan Bab 1-5	
30/2026 /7	Revisi Bab 1-5	
5/2026 /8	Revisi	

Bimbingan Skripsi

Tanggal Konsultasi	Materi Konsultasi	Paraf Pembimbing
6/2026 /8	ACC Sidang.	

Bandung,.....
Ketua Program Studi

Catatan :
1. Kartu ini dibawa setiap bimbingan
2. Kartu ini dikembalikan kepada Program Studi pada saat mendaftar Ujian Sidang

( )

Dipindai dengan CamScanner

Lampiran 3. Kuesioner Penelitian

Responden dapat melakukan pengisian apabila memenuhi kriteria sebagai berikut, berusia 17 tahun, merupakan pengguna *body lotion* scarlett, pernah membeli dan menggunakan body lotion scarlett minimal 2 kali, mengetahui atau mengenal produk body ltion scarlett sehingga dapat memberikan penilaian terhadap brand image, serta bersedia mengisi kuesioner scera lengkap dan jujur.

A. Pertanyaan Penyaring (*Screening Question*)

(Berikan tanda (√) pada kolom dibelakang jawaban/ pernyataan yang sesuai).

1. Apakah Anda merupakan pengguna *Body Lotion* Sacrlett

   ☐ Ya
   ☐ Tidak

2. Apakah Anda pernah membeli dan menggunakan *Body Lotion* Scarlett minimal 2 kali?

   ☐ Ya
   ☐ Tidak

3. Lama menggunakan produk body lotion scarlett?

   ☐ < 1 tahun

   ☐ 1–3 tahun

   ☐ 4–5 tahun

   ☐ > 5 tahun

4. Apakah Anda mengetahui atau mengenal produk Body Lotion Scarlett?

   ☐ Ya
   ☐ Tidak

B. Identitas Responden

(Berikan tanda (√) pada kolom dibelakang jawaban/ pernyataan yang sesuai).

1. Jenis kelamin:

   ☐ Laki-laki

   ☐ Perempuan

2. Usia ?

☐ 17–25 tahun

☐ 26–35 tahun

☐ 36–45 tahun

☐ 46–55 tahun

☐ >55 tahun

3. Pekerjaan

☐ Pelajar/Mahasiswa

☐ Karyawan Swasta

☐ Pegawai Negeri Sipil

☐ Wirausaha

☐ Ibu Rumah Tangga

☐ Lainnya

4. Pendidikan Terakhir

☐ SD/Sederajat

☐ SMP/Sederajat

☐ SMA/Sederajat

☐ Diploma

☐ S1

☐ S2

☐ S3

5. Penghasilan per Bulan:

☐ < Rp1.000.000

☐ Rp1.000.000 – Rp3.000.000

☐ Rp3.000.000 – Rp6.000.000

☐ Rp6.000.000 – Rp10.000.000

☐ > Rp10.000.000

6. Apakah Anda bersedia mengisi kuesioner ini secara lengkap, jujur, dan sesuai dengan pengalaman Anda?

   ☐ Ya
   ☐ Tidak

C. Petunjuk pengisian

Isilah tiap baris pada kolom dan beri tanda 'Checklist' (√) pada pernyataan dibawah yang paling sesuai menurut anda.

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

N : Netral

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

D. Pernyataan

***Persepsi Harga* (X1)**						
No	**Pernyataan**	**Nilai**				
		STS (1)	**TS (2)**	**N (3)**	**S (4)**	**SS (5)**
Keterjangkauan Harga						
1.	Harga *Body Lotion* Scarlett mudah dijangkau oleh saya.					
2.	Scarlett menyediakan variasi harga sesuai ukuran atau varian produk.					
Kesesuaian harga dengan kualitas produk						
1.	Harga *Body Lotion* Scarlett sesuai dengan kualitas produk yang saya terima.					
2.	Harga *Body Lotion* Scarlett sesuai dengan harapan saya.					
Kesesuaian harga dengan manfaat						
1.	Manfaat *body lotion* scarlett yang saya rasakan sebanding dengan harga yang saya bayar					
2.	Dibandingkan merek lain, harga *Body Lotion* Scarlett masih sesuai dengan manfaat yang diberikan.					
Harga sesuai kemampuan atau daya saing						
1.	Harga *Body Lotion* Scarlett mampu bersaing dengan produk *body lotion* merek lain.					

***Persepsi Harga* (X1)**		
2.	Harga *Body Lotion* Scarlett sesuai dengan kemampuan daya beli saya.	

***Brand Image* (X2)**						
No	**Pernyataan**	**Nilai**				
		STS (1)	**TS (2)**	**N (3)**	**S (4)**	**SS (5)**
Corporate Image						
1.	Menurut saya *body lotion* scarlett lebih dikenal dibanding dengan *body lotion* lainnya					
2.	*Body Lotion* Scarlett mudah ditemukan di berbagai *marketplace* maupun toko kosmetik.					
3.	Scarlett mudah ditemukan di berbagai *marketplace* maupun toko kosmetik.					
User Image						
1.	Pengguna Scarlett identik dengan gaya hidup yang modern.					
2.	Menurut saya, pengguna Scarlett terlihat mengikuti tren kecantikan.					
3.	Menggunakan *Body lotion* Scarlett membuat saya lebih percaya diri					
Product Image						
1.	*Body Lotion* Scarlett memiliki kualitas produk yang baik.					
2.	*Body Lotion* Scarlett memberikan manfaat sesuai dengan kebutuhan saya.					

***Loyalitas Pelanggan* (Y)**						
No	**Pernyataan**	**Nilai**				
		STS (1)	**TS (2)**	**N (3)**	**S (4)**	**SS (5)**
Behavior Loyalty						
1.	Saya segera melakukan pembelian ulang *Body Lotion* Scarlett setelah produk yang saya gunakan habis					
2.	Saya sudah terbiasa menggunakan *Body Lotion* Scarlett.					
3.	Saya lebih memilih *Body Lotion* Scarlett dibandingkan merek lain.					
Commitment Loyalty						

***Loyalitas Pelanggan* (Y)**						
No	**Pernyataan**	**Nilai**				
		STS (1)	**TS (2)**	**N (3)**	**S (4)**	**SS (5)**
1.	Saya tetap memilih *Body Lotion* Scarlett meskipun ada banyak produk sejenis.					
2.	Saya bersedia merekomendasikan *Body Lotion* Scarlett kepada orang lain.					
3.	Saya memiliki pengalaman yang menyenangkan selama menggunakan *Body Lotion* Scarlett.					
Attitudinal Loyalty						
1.	Saya sangat menyukai *Body Lotion* Scarlett.					
2.	Saya yakin *Body Lotion* Scarlett merupakan salah satu body lotion terbaik.					

Lampiran 4. Hasil Tabulasi (X1, X2, Y)

Persepsi Harga (X1)								Brand Image (X2)								Loyalitas Pelanggan (Y)							
PH1	PH2	PH3	PH4	PH5	PH6	PH7	PH8	BI1	BI2	BI3	BI4	BI5	BI6	BI7	BI8	LP1	LP2	LP3	LP4	LP5	LP6	LP7	LP8
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4
3	3	4	3	3	4	3	4	2	3	3	4	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3
3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	5	4	3	3	3
4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	2	4	3	4
3	3	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	4	3	3	3	4	3	2
2	2	2	3	1	3	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1	3	2	2	2	2
3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	2	3	3	2	3	2	2
3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	2	4	5	4	4
1	2	2	1	2	2	2	2	1	2	1	1	2	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	2
3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	2	2	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	2
4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	5	4	4	3	3	4	4	4
1	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	3	2	3	2	2	1	3	3	3	2	3	2	2
4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	2	4	3	3	4	4
4	3	5	4	3	4	5	4	4	4	4	3	5	4	4	5	5	4	4	4	3	3	4	5
2	2	2	2	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	2	2	1	1	2	2	2	1	2	2
4	3	3	4	2	3	3	3	2	4	3	3	3	5	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3
2	2	1	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3	2	2	1	2	1	2	3	2	2	2	2
4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5
2	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	4	2	3	3	2	3	3	3
4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4
4	3	5	4	4	3	4	5	5	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3
3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	2	2
4	3	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	5	4	4
4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	2	3	3	3	3	4
2	2	2	2	2	1	1	2	1	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	1	2	2	2

Persepsi Harga (X1)								Brand Image (X2)								Loyalitas Pelanggan (Y)							
PH1	PH2	PH3	PH4	PH5	PH6	PH7	PH8	BI1	BI2	BI3	BI4	BI5	BI6	BI7	BI8	LP1	LP2	LP3	LP4	LP5	LP6	LP7	LP8
4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	5	3	3
4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	5
4	3	4	2	4	2	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3
1	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	4	3
4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4
3	2	2	3	1	2	3	3	2	1	1	2	1	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	1
2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	4	2	2	4	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3
2	2	1	2	1	2	2	1	1	3	2	2	2	2	2	2	3	2	1	2	2	2	2	2
4	4	4	2	3	3	3	3	4	4	2	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3
4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	2	4	4	5	4	4
3	4	3	5	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	5	3	3
4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4
2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	1
5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	3	4	4	4	5	4	5	5
3	2	3	1	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4
2	3	3	2	3	3	3	4	2	3	3	2	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	2	2
4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	3	4
3	2	3	4	3	4	4	3	2	3	3	3	2	4	3	2	3	3	4	3	4	3	2	3
5	5	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4
4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	3	4	4	4
2	4	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	4
3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	5	3	4	3	4	3	4	3	5	4	4	3	3
2	3	3	3	4	4	2	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	1
4	2	3	3	2	3	3	4	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3
2	2	1	3	2	3	3	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2	3	2	3	2	2	3	2
3	2	3	3	3	3	3	3	4	4	3	2	3	2	2	2	2	4	3	2	4	3	2	3
2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3

Persepsi Harga (X1)								Brand Image (X2)								Loyalitas Pelanggan (Y)							
PH1	PH2	PH3	PH4	PH5	PH6	PH7	PH8	BI1	BI2	BI3	BI4	BI5	BI6	BI7	BI8	LP1	LP2	LP3	LP4	LP5	LP6	LP7	LP8
4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4
4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3
1	1	2	1	1	1	2	1	2	1	1	2	1	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1
4	2	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	5	4	4	3	4	4	3	2
2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	1
4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4
4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4
3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3
4	3	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4
4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3
1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1
2	2	3	3	2	3	2	2	3	2	2	3	3	2	3	2	2	1	2	3	3	2	3	2
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1
3	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	4	3	3	2	3	2
3	5	3	3	4	4	4	4	3	3	4	2	4	2	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4
3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
1	1	2	2	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	2	2	2	1	1	2
3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2
3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3
1	2	1	1	1	2	2	2	1	2	2	2	2	1	1	2	2	1	2	1	1	1	2	2
3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	4	2
4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4
4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	3	4	5	5	4	4	5	5	3	4	4	5
2	1	2	1	2	1	1	1	2	1	1	2	1	2	2	1	1	1	2	1	1	2	1	1
2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2
3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	4	2	3	3	3	3	4	3	2	2

Persepsi Harga (X1)								Brand Image (X2)								Loyalitas Pelanggan (Y)							
PH1	PH2	PH3	PH4	PH5	PH6	PH7	PH8	BI1	BI2	BI3	BI4	BI5	BI6	BI7	BI8	LP1	LP2	LP3	LP4	LP5	LP6	LP7	LP8
3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	4	3	3	2	3	3	2
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	4	3	3	3	2	3	2	3	3	3
2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	3	2	3	2	2	2
4	4	4	3	3	4	4	4	3	2	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	5	4	4
4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4
2	2	1	3	3	2	2	2	2	2	2	3	1	2	1	2	3	2	2	2	3	2	2	3
3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
4	3	2	3	3	2	2	3	2	3	2	3	3	2	3	3	2	2	4	3	3	3	3	3
4	2	3	2	3	2	3	3	3	2	2	4	3	3	2	4	3	3	3	4	4	3	2	3
4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4
4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4
3	3	5	4	3	4	2	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4
3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	5	3	2	3	2	2	3
3	2	1	2	2	2	3	2	3	2	2	1	2	2	2	3	3	1	1	2	2	1	2	4
5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5
3	3	3	4	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	2	4
2	2	1	2	3	2	2	2	2	1	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	1	2	2	3
3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	2	3	4	3	2	4
5	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	5	3	5
3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	4	2	4	3	2	4	3	3	3	3	3	3
3	4	3	4	5	4	4	4	3	4	5	2	3	4	4	4	3	3	5	4	4	4	3	4
4	3	3	4	3	3	4	5	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4
2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	1	2	3	1	1	1	2	2	1	1	2	2	2	1
3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	4	2	3	4	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3
3	3	2	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	3	3	3	2	3	1	3	3	2	3	3
3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3

Persepsi Harga (X1)								Brand Image (X2)								Loyalitas Pelanggan (Y)							
PH1	PH2	PH3	PH4	PH5	PH6	PH7	PH8	BI1	BI2	BI3	BI4	BI5	BI6	BI7	BI8	LP1	LP2	LP3	LP4	LP5	LP6	LP7	LP8
3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3
2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	4	3	3	2	2	2	3
2	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3
3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	4	4	3
2	3	2	2	3	4	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3
3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3
2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2
2	2	3	2	2	1	2	2	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2
2	2	2	2	2	1	1	2	2	1	1	3	1	2	2	1	2	1	2	2	2	2	1	2
3	3	5	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	5
2	3	2	2	2	3	1	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	1	3
1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	2
2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	3	1	3	3	3	2	3	3	2	3	1	2	2	2
3	3	3	5	3	4	3	4	5	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3
2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3
2	2	1	2	2	1	2	1	2	2	2	3	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
3	2	3	2	2	3	2	3	2	3	2	2	1	2	3	2	2	1	3	2	2	2	2	2
3	4	2	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	4	3	3	2	2	4	3	3	3	3	4
3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	4	3	2	3	3	2	4	3	3	3	3	4	3	3
4	3	5	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4
3	4	2	3	3	3	4	4	3	5	4	3	4	3	3	3	4	3	2	4	3	4	3	4
5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	3
2	3	2	2	2	2	2	1	2	2	3	3	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	2	3
1	2	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	1	2	2	1	1	1	2	2	1	2	2	1
3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4
4	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	2	3	3	4	2	3	2
2	3	2	2	3	3	2	3	2	1	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	3	2	3

Persepsi Harga (X1)								Brand Image (X2)								Loyalitas Pelanggan (Y)							
PH1	PH2	PH3	PH4	PH5	PH6	PH7	PH8	BI1	BI2	BI3	BI4	BI5	BI6	BI7	BI8	LP1	LP2	LP3	LP4	LP5	LP6	LP7	LP8
2	3	2	3	4	3	2	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2
4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	3	1	3	2	3	3	2	3
3	4	2	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	2	3
2	1	2	2	2	2	2	1	2	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2	3	2	1	1	2
4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	3	4	4	3	4	5	5	5	5	4
3	3	4	4	4	3	5	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4
3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3
1	2	1	2	2	3	3	2	1	3	2	3	2	3	1	2	1	2	2	2	1	2	3	2
3	2	3	3	3	2	2	2	3	4	3	2	2	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	2
2	3	3	2	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	2
2	1	3	3	3	2	2	1	2	3	1	2	2	3	2	3	2	2	2	1	2	2	2	3
3	4	3	3	4	4	3	4	5	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3
5	5	5	5	3	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	3	5	5	3
2	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4
2	2	2	2	3	2	2	1	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	1	2
1	1	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	3	3	2	3	2
2	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	4	2	4	2	3	2	3	3	2
3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3
2	3	3	4	3	3	3	3	2	3	2	2	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	2	3
2	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	2	4	4	4	3	3	3	3
3	2	2	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	2	2	2	3	3	3	3	3
3	3	2	3	2	3	2	2	2	2	3	3	3	2	3	2	2	2	4	2	2	2	2	2
3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	2	3	2	3	4	3	2	3	4
1	2	2	2	2	2	2	1	3	2	1	1	2	3	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2
4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	5	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4
2	3	2	2	1	2	3	2	2	2	3	3	2	3	1	3	2	2	2	3	3	2	2	3
3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	2	2	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2

Persepsi Harga (X1)								Brand Image (X2)								Loyalitas Pelanggan (Y)							
PH1	PH2	PH3	PH4	PH5	PH6	PH7	PH8	BI1	BI2	BI3	BI4	BI5	BI6	BI7	BI8	LP1	LP2	LP3	LP4	LP5	LP6	LP7	LP8
3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	2	4	2	4	3	2
3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	4	3	3	3	3	4	3	3	2	2	3	2
4	4	2	2	3	2	2	3	2	4	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	4	3
5	5	5	4	4	5	3	5	3	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3	4	5	5	5
3	3	4	3	3	2	3	4	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	1	3
3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3
4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5
4	3	4	4	3	4	4	4	2	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4
2	1	3	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	1
2	4	4	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4
5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	3	4	5	5	4	4	4	5	5
5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	3	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4
3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4
2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	4	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	3	2	3
3	3	4	2	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	3	2
3	3	3	4	3	3	3	2	2	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3
2	3	3	2	3	3	3	3	3	4	2	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	1	3	3	2	2	2	1	2	2	3	3	2
4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4
2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3
2	3	1	1	1	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	1	2
3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	4	2
4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	5	3	3	2	3	3	4	4	4	4	3	4	3
3	3	3	4	2	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3
4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4
3	3	3	3	2	2	2	3	4	2	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4
3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4

Persepsi Harga (X1)								Brand Image (X2)								Loyalitas Pelanggan (Y)							
PH1	PH2	PH3	PH4	PH5	PH6	PH7	PH8	BI1	BI2	BI3	BI4	BI5	BI6	BI7	BI8	LP1	LP2	LP3	LP4	LP5	LP6	LP7	LP8
3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	2
4	3	3	3	3	4	4	3	3	2	3	3	3	3	3	4	4	3	2	3	3	3	3	3
3	2	2	3	3	2	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	4	2	3	3
3	4	3	3	5	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	5	4	3	4	4	4	3
4	3	3	5	3	4	3	4	4	3	4	4	5	4	4	5	4	5	3	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5
2	1	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	3	1	3	2	2	2	1	3	3	3	2	2
3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	4	3	4	2	3	3	3	2	4	3	2	3	3
3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3
3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	2	4	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3
4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5
3	4	3	3	3	3	4	4	2	4	3	5	4	3	4	3	3	5	4	4	3	4	3	3
3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3
3	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	3	3	1	2	2	2	3	2	2	2	2
3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	2	2
3	3	3	2	2	3	2	1	2	4	3	4	2	2	2	2	3	3	2	3	2	3	2	4
5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5
3	2	2	2	1	2	2	1	1	1	2	2	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2	2	1
2	2	1	2	2	2	3	2	1	3	1	2	1	2	3	2	2	2	1	1	2	1	1	2
2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	1	2	3	2	3	2	2
2	3	3	2	2	3	2	3	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	4	3	2	2	2	3
3	3	3	3	2	4	3	3	3	4	2	2	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3
1	1	2	2	2	1	1	2	3	2	1	2	2	1	2	1	1	2	1	2	2	1	1	2
3	2	3	2	3	3	2	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3
3	4	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4
2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	1	2	2	1	1	3	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	5	4	3

Persepsi Harga (X1)								Brand Image (X2)								Loyalitas Pelanggan (Y)							
PH1	PH2	PH3	PH4	PH5	PH6	PH7	PH8	BI1	BI2	BI3	BI4	BI5	BI6	BI7	BI8	LP1	LP2	LP3	LP4	LP5	LP6	LP7	LP8
4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4
3	2	2	3	2	3	3	2	2	1	2	3	2	3	2	3	3	2	3	3	2	2	3	3
3	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	4	2	4	2	3	1	2	2	2	4	2
2	3	1	3	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2	3
2	3	3	2	2	3	3	4	1	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2
4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3
4	4	3	3	4	5	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4
1	3	2	2	2	3	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	1	2	2	2	2
4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	5	3	4	3
2	2	2	3	3	2	3	2	4	2	3	2	2	3	2	3	3	3	4	3	2	3	3	2
4	3	3	3	2	3	3	4	2	2	3	4	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3
3	1	2	3	2	1	2	2	3	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	1	2
4	4	5	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4
1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1
4	3	4	4	3	3	4	4	3	5	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3
4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	5	3	4	3	4	4
4	2	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	2	3	4	3	4	3	3
1	1	2	2	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1	1	1	2	1	2	1	1
3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2
4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	3	3	4	5	5	4	4	3	3	4	4
4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5
5	4	5	4	5	5	4	4	3	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4
2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	1	2	1	2	1	2	2	2	3	2	1
3	2	2	2	3	2	3	3	2	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3
3	3	3	4	2	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2
3	2	2	2	3	3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3
5	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4
4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	3	4	3	4	3

Persepsi Harga (X1)								Brand Image (X2)								Loyalitas Pelanggan (Y)							
PH1	PH2	PH3	PH4	PH5	PH6	PH7	PH8	BI1	BI2	BI3	BI4	BI5	BI6	BI7	BI8	LP1	LP2	LP3	LP4	LP5	LP6	LP7	LP8
3	2	4	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3
3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	2	2	2	4	3	3	2	3	2	2	3	2	3
4	5	4	3	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	3	4
4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	2	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	5	3	4
2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	2	2
4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	3	5	4	5	5	4	5
2	3	2	4	2	3	3	2	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2
2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	2	3	3	2	2	3	2	3	2	3	2	3	2
3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	2	2	3	3	2	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5
3	3	3	2	2	3	4	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2
2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	3	1	2	1	3	2	2	2
2	3	3	2	3	3	3	3	4	3	4	2	3	3	3	2	4	4	2	3	3	2	3	3
3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	2	3	2	3	2	2
4	3	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	3	3	4	4	4	3	3	5	4	3	4	5
4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	3	3	4	3	3	4	4
3	3	3	3	4	3	2	3	3	2	3	4	3	3	1	4	2	3	2	3	3	3	2	3
4	5	5	5	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	5	3	4	4
2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	1	2	2	2	2	3	2	2
4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4
2	2	2	3	2	3	3	1	2	3	1	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2
4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4
2	2	3	1	2	3	3	2	1	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2
4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4
4	3	4	4	4	3	4	3	4	2	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3
4	3	3	3	3	5	3	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	2	3	5	4	3	3	3	4	5

Persepsi Harga (X1)								Brand Image (X2)								Loyalitas Pelanggan (Y)							
PH1	PH2	PH3	PH4	PH5	PH6	PH7	PH8	BI1	BI2	BI3	BI4	BI5	BI6	BI7	BI8	LP1	LP2	LP3	LP4	LP5	LP6	LP7	LP8
1	3	4	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	4	2	3	3	3	2	2
1	1	2	2	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	2	1	3	1	2	2
3	3	2	3	3	2	4	4	2	3	3	3	2	3	2	3	1	4	3	3	3	3	3	4
4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	2	4	3	3	4	3	3	3
5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	3	4	4	4	5	4	3	4	5	5	4	4
3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	5	5	4	4	5	3	4	5	3	3	5	3	4
3	4	3	2	4	3	2	3	3	3	4	3	2	4	3	3	2	2	3	4	3	2	3	3
3	3	2	2	4	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	2	2	3	2	2	3	3
3	4	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	2	3	3	4	3	4	3
3	3	3	3	4	5	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4
3	4	3	2	2	1	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	1	2	3
3	3	3	3	2	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	2	3	3	4	3	4	3
3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	2	4	3	3	3
3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	5	4	3	4	4
3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3
4	4	4	4	5	3	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4
3	4	4	5	3	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	4	3	5	4	5
4	4	4	4	3	4	4	5	4	3	4	4	4	3	4	4	5	4	3	4	5	4	4	4
3	3	4	4	4	3	3	4	4	2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3
4	2	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	2	4	3	3	3	2	3	4	3	3	4
2	3	3	2	3	4	3	4	3	3	2	2	3	3	3	4	2	4	3	3	2	3	3	4
4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	5	4
2	3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	2
3	3	3	3	3	2	4	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3
2	2	2	2	2	2	2	2	3	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4
2	2	4	4	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	2	4	3	3	3	3	4	3	2

Persepsi Harga (X1)								Brand Image (X2)								Loyalitas Pelanggan (Y)							
PH1	PH2	PH3	PH4	PH5	PH6	PH7	PH8	BI1	BI2	BI3	BI4	BI5	BI6	BI7	BI8	LP1	LP2	LP3	LP4	LP5	LP6	LP7	LP8
3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	2	3	3
3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	3	5	3	4	4	3	4
4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	5	5	5	4	4	3	3	4	3	4	5	4
1	2	3	2	2	2	1	3	1	2	1	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	1	2	3
4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5
2	3	3	4	3	2	4	2	2	3	3	4	2	2	2	2	2	1	3	3	2	2	3	2
3	3	2	3	2	3	2	3	1	3	2	2	2	2	2	3	4	2	2	2	2	3	2	3
3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	4	3	3	3	3	3	3	2
3	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	3	5	4	4
4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4
3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3
2	2	2	3	3	2	3	3	3	2	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	3
3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	2	2	3	2	2	4	2	3	3	4	3	3	2	4
3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	3	4	2	2	2	2	2	2	2	4	2	3
2	3	3	2	3	2	3	3	2	2	2	3	3	2	3	2	3	3	3	2	2	3	2	1
2	3	1	2	1	3	2	1	3	2	3	2	3	3	1	3	2	2	3	3	2	3	2	2
2	2	2	2	1	3	2	3	3	2	3	2	2	3	2	1	2	3	2	2	3	3	3	1
2	2	2	2	1	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3
1	2	3	1	2	2	2	3	3	3	2	2	3	2	2	3	2	3	3	2	1	2	3	2
3	4	4	4	4	3	5	5	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4
1	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	4	3	3
3	3	2	3	3	4	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	4	4	3	3	3	3
3	3	2	3	3	2	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	2	3	3	3
3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4
2	2	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	5	4	3	4	5
3	4	4	4	4	3	4	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4
4	3	3	2	2	3	2	2	3	2	4	3	2	2	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3

Persepsi Harga (X1)								Brand Image (X2)								Loyalitas Pelanggan (Y)							
PH1	PH2	PH3	PH4	PH5	PH6	PH7	PH8	BI1	BI2	BI3	BI4	BI5	BI6	BI7	BI8	LP1	LP2	LP3	LP4	LP5	LP6	LP7	LP8
3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	2	4
3	3	4	3	4	2	3	3	2	4	3	4	3	3	3	4	3	3	2	2	3	3	3	3
4	3	4	4	3	3	5	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4
2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1
3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3
4	3	3	3	3	5	3	3	4	4	5	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4
4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3
3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	2	4	3	3	3	2
2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2
3	2	4	3	3	3	3	3	2	2	3	4	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3
4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5
2	2	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	4	3	3	2	3	2	2	3
3	4	2	3	2	3	3	2	4	2	3	3	3	2	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3
3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	5	4	4	4	4	4	3	4
3	2	3	2	3	2	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	2
2	2	1	2	2	1	2	3	2	2	2	2	2	2	1	1	2	1	3	1	2	2	1	2
3	1	2	2	3	2	3	3	3	2	1	2	3	2	3	3	3	3	3	1	2	2	1	1
3	2	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	3	4	2	2	2	3	1	2	2	3	2
3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	2	2	3	4	3	3	3	2	3
2	2	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	4	2	3	2	3
4	3	3	2	3	3	2	4	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	2	2
2	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4
3	3	4	5	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4
4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3
3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	4	3	3	4	2	3	3	3	3	3
3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4
3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4

Persepsi Harga (X1)								Brand Image (X2)								Loyalitas Pelanggan (Y)							
PH1	PH2	PH3	PH4	PH5	PH6	PH7	PH8	BI1	BI2	BI3	BI4	BI5	BI6	BI7	BI8	LP1	LP2	LP3	LP4	LP5	LP6	LP7	LP8
2	3	3	2	2	3	2	3	3	4	2	3	3	3	3	2	4	3	3	2	3	2	2	2
1	1	1	2	2	2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	2	1	1	1	2	1	2	1
3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	2	2	2	3
4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3
2	1	2	2	2	2	1	2	1	2	1	1	2	2	1	2	1	1	2	1	1	2	2	2
2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	3	3	2	3	2	1	3	2	3
3	3	2	3	3	3	4	2	4	3	2	3	3	3	3	3	4	2	3	2	3	4	2	2
3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3
1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	1	1
4	4	5	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4
3	3	2	4	3	3	2	3	3	3	4	2	2	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	2
3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	2	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	5	4
3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	1	2	2	2	2
4	4	4	3	5	3	5	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3
4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5
3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	4	2	4	3	2	3	3	3	2	3
5	4	5	4	4	4	3	4	4	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	4
3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	4	2	3	3	3	3	3	3	3
3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	3	5	4	4	5	3	3
3	3	3	4	3	4	5	4	5	4	4	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	5	4	4	4	5	4	4	4
2	3	2	2	1	2	2	1	1	2	3	2	3	2	2	2	1	3	2	3	2	2	2	1
4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4

Lampiran 5. Hasil Uji Statistika

1. Uji Validitas

Persepsi Harga (X1)

		PH1	PH2	PH3	PH4	PH5	PH6	PH7	PH8	X1
PH1	Pearson Correlation	1	,670**	,647**	,645**	,653**	,628**	,649**	,684**	,830**
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385
PH2	Pearson Correlation	,670**	1	,618**	,635**	,640**	,676**	,637**	,657**	,822**
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385
PH3	Pearson Correlation	,647**	,618**	1	,671**	,700**	,644**	,659**	,717**	,846**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385
PH4	Pearson Correlation	,645**	,635**	,671**	1	,671**	,650**	,651**	,650**	,829**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385
PH5	Pearson Correlation	,653**	,640**	,700**	,671**	1	,654**	,673**	,705**	,849**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385
PH6	Pearson Correlation	,628**	,676**	,644**	,650**	,654**	1	,632**	,674**	,828**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385
PH7	Pearson Correlation	,649**	,637**	,659**	,651**	,673**	,632**	1	,725**	,838**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385
PH8	Pearson Correlation	,684**	,657**	,717**	,650**	,705**	,674**	,725**	1	,868**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385
X1	Pearson Correlation	,830**	,822**	,846**	,829**	,849**	,828**	,838**	,868**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385

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

Brand Image (X2)

		BI1	BI2	BI3	BI4	BI5	BI6	BI7	BI8	X2
BI1	Pearson Correlation	1	,653**	,636**	,586**	,699**	,634**	,648**	,676**	,830**
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385
BI2	Pearson Correlation	,653**	1	,649**	,623**	,671**	,634**	,675**	,640**	,832**
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385
BI3	Pearson Correlation	,636**	,649**	1	,622**	,665**	,673**	,686**	,638**	,836**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385
BI4	Pearson Correlation	,586**	,623**	,622**	1	,657**	,624**	,606**	,628**	,798**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385
BI5	Pearson Correlation	,699**	,671**	,665**	,657**	1	,657**	,683**	,695**	,857**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385
BI6	Pearson Correlation	,634**	,634**	,673**	,624**	,657**	1	,683**	,661**	,832**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385
BI7	Pearson Correlation	,648**	,675**	,686**	,606**	,683**	,683**	1	,673**	,848**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385
BI8	Pearson Correlation	,676**	,640**	,638**	,628**	,695**	,661**	,673**	1	,841**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385
X2	Pearson Correlation	,830**	,832**	,836**	,798**	,857**	,832**	,848**	,841**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385

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

Loyalitas Pelanggan (Y)

		LP1	LP2	LP3	LP4	LP5	LP6	LP7	LP8	Y
LP1	Pearson Correlation	1	,645**	,611**	,629**	,663**	,636**	,600**	,617**	,815**
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385
LP2	Pearson Correlation	,645**	1	,607**	,661**	,613**	,645**	,636**	,629**	,821**
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385
LP3	Pearson Correlation	,611**	,607**	1	,624**	,645**	,633**	,617**	,620**	,807**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385
LP4	Pearson Correlation	,629**	,661**	,624**	1	,663**	,675**	,690**	,678**	,847**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385
LP5	Pearson Correlation	,663**	,613**	,645**	,663**	1	,664**	,663**	,662**	,840**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385
LP6	Pearson Correlation	,636**	,645**	,633**	,675**	,664**	1	,659**	,634**	,836**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385
LP7	Pearson Correlation	,600**	,636**	,617**	,690**	,663**	,659**	1	,671**	,834**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385
LP8	Pearson Correlation	,617**	,629**	,620**	,678**	,662**	,634**	,671**	1	,832**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385
Y	Pearson Correlation	,815**	,821**	,807**	,847**	,840**	,836**	,834**	,832**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385

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

2. Uji Reliabilitas (X1, X2, Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,932	27

3. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardized Residual
N			385
Normal Parameters[a,b]	Mean		,0000000
	Std. Deviation		1,71077152
Most Extreme Differences	Absolute		,042
	Positive		,035
	Negative		-,042
Test Statistic			,042
Asymp. Sig. (2-tailed)[c]			,113
Monte Carlo Sig. (2-tailed)[d]	Sig.		,103
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,095
		Upper Bound	,111

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 299883525.

4. Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,242	,346		,700	,485		
	Persepsi Harga	,537	,038	,534	14,294	<,001	,127	7,845
	Brand Image	,455	,038	,447	11,962	<,001	,127	7,845

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

5. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,519	,205		7,424	<,001
	Persepsi Harga	,010	,022	,066	,461	,645
	Brand Image	-,016	,023	-,102	-,712	,477

a. Dependent Variable: Abs_RES

6. Uji Linearitas

Uji Linearitas (X1, Y)

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Loyalitas Pelanggan * Persepsi Harga	Between Groups	(Combined)	15067,787	31	486,058	118,575	<,001
		Linearity	14969,957	1	14969,957	3651,960	<,001
		Deviation from Linearity	97,830	30	3,261	,796	,772
	Within Groups		1447,002	353	4,099		
	Total		16514,790	384			

Uji Linearitas (X2, Y)

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Loyalitas Pelanggan * Brand Image	Between Groups	(Combined)	14960,987	30	498,700	113,618	<,001
		Linearity	14789,818	1	14789,818	3369,537	<,001
		Deviation from Linearity	171,169	29	5,902	1,345	,114
	Within Groups		1553,803	354	4,389		
	Total		16514,790	384			

7. Uji Deskriptif

Persepsi Harga (X1)

Descriptive Statistics

	N	Range	Minimum	Maximum	Sum	Mean		Std. Deviation	Variance	Skewness		Kurtosis	
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
PH1	385	4	1	5	1155	3,00	,049	,963	,927	-,123	,124	-,414	,248
PH2	385	4	1	5	1163	3,02	,048	,941	,885	-,098	,124	-,289	,248
PH3	385	4	1	5	1178	3,06	,052	1,028	1,056	-,019	,124	-,510	,248
PH4	385	4	1	5	1172	3,04	,048	,944	,891	,061	,124	-,468	,248
PH5	385	4	1	5	1155	3,00	,050	,974	,948	,085	,124	-,292	,248
PH6	385	4	1	5	1169	3,04	,050	,973	,947	-,039	,124	-,393	,248
PH7	385	4	1	5	1173	3,05	,048	,945	,894	,018	,124	-,313	,248
PH8	385	4	1	5	1185	3,08	,051	1,005	1,010	-,219	,124	-,360	,248
Valid N (listwise)	385												

Brand Image (X2)

Descriptive Statistics

	N	Range	Minimum	Maximum	Sum	Mean		Std. Deviation	Variance	Skewness		Kurtosis	
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
BI1	385	4	1	5	1168	3,03	,050	,990	,981	-,084	,124	-,431	,248
BI2	385	4	1	5	1170	3,04	,050	,977	,954	-,061	,124	-,458	,248
BI3	385	4	1	5	1185	3,08	,051	,997	,994	-,094	,124	-,396	,248
BI4	385	4	1	5	1179	3,06	,047	,925	,855	-,065	,124	-,323	,248
BI5	385	4	1	5	1169	3,04	,048	,943	,889	,002	,124	-,284	,248
BI6	385	4	1	5	1171	3,04	,048	,934	,873	-,160	,124	-,343	,248
BI7	385	4	1	5	1177	3,06	,050	,988	,976	-,115	,124	-,440	,248
BI8	385	4	1	5	1184	3,08	,049	,969	,940	-,082	,124	-,437	,248
Valid N (listwise)	385												

Loyalitas pelanggan (Y)

Descriptive Statistics

	N	Range	Minimum	Maximum	Sum	Mean		Std. Deviation	Variance	Skewness		Kurtosis	
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
LP1	385	4	1	5	1181	3,07	,051	,992	,985	-,104	,124	-,352	,248
LP2	385	4	1	5	1162	3,02	,051	1,006	1,013	-,144	,124	-,557	,248
LP3	385	4	1	5	1185	3,08	,050	,978	,957	-,056	,124	-,453	,248
LP4	385	4	1	5	1186	3,08	,050	,988	,975	-,162	,124	-,294	,248
LP5	385	4	1	5	1168	3,03	,050	,982	,965	-,051	,124	-,368	,248
LP6	385	4	1	5	1192	3,10	,050	,989	,978	,050	,124	-,425	,248
LP7	385	4	1	5	1152	2,99	,050	,972	,945	,033	,124	-,492	,248
LP8	385	4	1	5	1170	3,04	,051	1,003	1,006	-,016	,124	-,515	,248
Valid N (listwise)	385												

8. Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	,242	,346		,700	,485
	Persepsi Harga	,537	,038	,534	14,294	<,001
	Brand Image	,455	,038	,447	11,962	<,001

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

9. Uji T

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	,242	,346		,700	,485
	Persepsi Harga	,537	,038	,534	14,294	<,001
	Brand Image	,455	,038	,447	11,962	<,001

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

10. Uji F

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	15390,922	2	7695,461	2615,669	<,001[b]
	Residual	1123,868	382	2,942		
	Total	16514,790	384			

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Brand Image, Persepsi Harga

11. Uji Koefisien Determinasi (R)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,965[a]	,932	,932	1,715

a. Predictors: (Constant), Brand Image, Persepsi Harga