

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1 Angket Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth.

Saudara Responden

Dengan Hormat,

Saya Ellena Agesty Budiyanı Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI Madiun saat ini sedang melakukan penelitian guna menyusun skripsi yang berjudul “Pengaruh *Brand Image*, *Brand Trust*, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Penggunaan Ulang Jasa Pada Ekspedisi Kantor Pos Indonesia di Kecamatan Jogorogo” Maka dari itu saya sebagai peneliti memohon bantuan saudara/i agar meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner dengan sebenar-benarnya. Segala informasi yang diberikan pada kuesioner ini hanya untuk kepentingan akademis dan akan di jaga kerahasiannya. Atas perhatian dan partisipasi saudara/i saya mengucapkan terimakasih.

Hormat Saya,

Ellena Agesty Budiyanı
NIM. 2002107023

Lampiran 2 Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

A. Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
3. Usia :
4. Pendidikan :
5. Pekerjaan :

B. Kuesioner

Saya Ellena Agesty Budiyanı (2002107023) Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI Madiun saat ini sedang melakukan penelitian guna menyusun skripsi yang berjudul “Pengaruh *Brand Image, Brand Trust*, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Penggunaan Ulang Jasa Pada Ekspedisi Kantor Pos Indonesia di Kecamatan Jogorogo”. Maka dari itu saya sebagai peneliti memohon bantuan saudara/i agar meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner dengan sebenarnya. Segala informasi yang diberikan pada kuesioner ini hanya untuk kepentingan akademis dan akan dijaga kerahasiaannya. Atas perhatian dan partisipasi saudara/i saya mengucapkan terimakasih.

No	Pernyataan Kuisisioner	Jawaban				
Brand Image (X₁)		SS	S	N	TS	STS
1	Saya selalu memilih merek Kantor Pos Indonesia daripada merek lainnya yang sejenis. (Contoh: JNE, JNT, SPX, Lantera, dll)					
2	Kantor Pos Indonesia merupakan pelayanan jasa yang sudah terkenal di lingkungan masyarakat.					
3	Saya sangat menyukai merek Kantor Pos Indonesia daripada merek lainnya yang sejenis (Contoh : JNE, JNT, SPX, Lantera, dll)					
4	Merek Kantor Pos Indonesia memiliki empati layanan jasa yang baik.					
5	Kualitas Pelayanan dalam Kantor Pos Indonesia sesuai dengan fungsinya. (Contoh : Layanan transaksi jasa kirim, Pembayaran Pajak, Pembayaran BPJS, dll)					
6	Saya selalu menggunakan jasa Kantor Pos Indonesia dimanapun saya berada karena merek tersebut menjadi andalan saya. (ketika melakukan transaksi saat tidak berada dirumah).					
7	Saya selalu menggunakan jasa ekspedisi pelayanan Kantor Pos Indonesia karena harganya yang terjangkau.					
8	Biaya lain layanan administrasi dalam merek Kantor Pos Indonesia jauh lebih murah dibandingkan Merek lain.					
9	Reputasi merek yang baik membuat saya tertarik untuk menggunakan jasa Kantor Pos Indonesia.					
10	Saya memilih Kantor Pos Indonesia karena tidak hanya fokus dalam bidang ekspedisi melainkan terdapat pelayanan lain yang berbeda dengan merek ekspedisi lain. (Terdapat pelayanan pendaftaran BPJS Ketenagakerjaan, dll)					
Brand Trust (X₂)		SS	S	N	TS	STS
11	Saya sangat puas atas pelayanan jasa pada merek kantor Pos Indonesia.					
12	Saya sangat senang dengan kemudahan transaksi yang telah dilakukan di kantor Pos Indonesia.					
13	Saya mendapatkan fasilitas yang baik didalam kantor Pos Indonesia sembari menunggu antrian.					
14	Saya menganggap menggunakan jasa kantor Pos					

	Indonesia adalah merupakan pilihan yang terbaik.					
15	Kantor Pos Indonesia memberikan informasi harga dan layanan yang jujur.					
16	Merek ini memberikan kompensasi dengan beberapa cara ketika terjadi masalah pada pelayanan					
17	Saya yakin merek Kantor Pos Indonesia memberikan integritas yang baik.					
18	Saya merasa bangga jika saya orang lain mengetahui saya menggunakan jasa kantor Pos Indonesia.					
19	Saya tetap menggunakan jasa kantor Pos Indonesia meskipun lokasinya jauh dari tempat saya.					
	Kualitas Layanan (X₃)	SS	S	N	TS	STS
20	Saya senang bertransaksi melalui Kantor Pos Indonesia karena mempunyai tanda bukti transaksi yang mudah dibaca.					
21	Penyampaian informasi yang diberikan karyawan terhadap pengunjung sudah sangat jelas dan mudah dipahami					
22	Saya merasa karyawan melakukan pendataan secara tepat.					
23	Saya merasa karyawan melakukan pekerjaan tepat waktu dan mementingkan customer dibandingkan dengan kepentingan pribadi.					
24	Saya merasa karyawan melayani customer dengan professional sesuai porsi kebutuhan layanan masing-masing pelanggan.					
25	Ekspedisi Kantor Pos Indonesi menyediakan asuransi apabila barang rusak sebelum sampai pada tujuan.					
26	Saya merasa percaya kepada layanan kantor Pos Indonesia karena premi yang dibayarkan akan kembali apabila murni kesalahan administrasi pihak kantor Pos Indonesia.					
27	Saya senang menggunakan kantor pos Indonesia karena dapat dengan mudah mengeklaim asuransi apabila terjadi hal yang tidak diinginkan.					
	Keputusan Penggunaan Ulang (Y)	SS	S	N	TS	STS
28	Diwaktu yang akan datang saya akan menggunakan ulang jasa kantor Pos Indonesia.					
29	Saya bersedia membantu rekan kerja atau					

	keluarga saya untuk melakukan transaksi di kantor Pos Indonesia
30	Saya bersedia merekomendasikan kepada orang lain tentang pelayanan Kantor Pos Indonesia
31	Saya bersedia merekomendasikan pelayanan jasa Kantor Pos Indonesia kepada sanak saudara saya
32	Saya menjadikan kantor pos Indonesia untuk pilihan utama melakukan transaksi jasa.
33	Saya menggunakan pelayanan Kantor Pos Indonesia secara berulang karena Kantor Pos Indonesia berusaha menjalin hubungan yang baik dengan pelanggannya
34	Dimanapun saya berada, saya akan mencari dan menggunakan jasa pelayanan (Kantor Pos Indonesia)
35	Saya merasa harga yang sesuai pelayanan membuat saya tertarik untuk menggunakan ulang Kantor Pos Indonesia

Lampiran 3 Tabulasi Data Angket Penelitian

Brand Image (X1)

BI1	BI2	BI3	BI4	BI5	BI6	BI7	BI8	BI9	BI10	Total
4	5	4	5	4	4	3	4	4	5	42
3	5	4	5	4	3	5	3	3	5	40
5	5	3	4	5	5	4	4	5	5	45
5	5	4	4	5	5	4	3	3	3	41
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
5	5	4	4	4	3	2	3	4	4	38
5	5	4	4	4	5	4	4	3	3	41
4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	45
3	5	4	5	4	3	4	3	5	5	41
5	4	5	4	3	5	4	4	5	4	43
5	4	5	5	5	4	4	4	5	3	44
5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	44
5	4	4	4	3	5	3	5	4	4	41
5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	44
5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	45
5	5	4	5	5	5	5	4	3	3	44
4	4	5	4	5	5	5	4	3	4	43
5	5	3	4	5	5	4	4	4	5	44
5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	46
5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	43
5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	47
4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	48
4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	44
5	4	4	5	4	5	3	4	3	3	40
3	5	3	5	4	2	4	1	4	4	35
5	4	5	5	4	5	3	4	5	5	45
4	4	5	5	5	4	5	3	3	4	42

3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	36
5	5	4	4	3	4	3	4	5	4	41
3	5	4	3	4	4	4	4	5	5	41
4	5	4	4	4	4	3	3	5	5	41
5	5	5	5	3	5	5	5	3	3	44
4	4	4	3	4	4	3	4	4	5	39
4	5	5	5	5	5	3	3	4	3	42
5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	47
4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	46
5	4	5	4	4	5	4	5	3	3	42
4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	45
4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	44
4	3	5	5	5	5	4	5	3	3	42
4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	44
4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	45
4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	42
5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	43
5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	46
4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	44
4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
4	5	5	4	4	4	5	4	3	3	41
5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	46
5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	48
5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	46
5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	47
5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	44
5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	44
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
3	4	4	5	5	5	5	4	5	5	45
5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	46
4	4	4	5	5	4	5	4	3	3	41

4	5	5	4	5	5	4	5	4	3	44
4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	45
4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	45
4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	46
4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	46
4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	42
4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	43
5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	44
5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	46
5	4	5	4	5	5	5	5	3	3	44
5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	47
5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	45
4	4	4	5	4	4	5	4	3	3	40
3	5	4	5	4	4	4	5	4	4	42
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
3	4	4	5	4	4	5	5	5	5	44
5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	44
5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	43
5	4	4	5	4	4	4	5	3	3	41
4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	45
3	4	5	4	4	5	4	4	4	5	42
5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	45
4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	44
5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	45
5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	45
4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	44
4	4	5	4	4	5	4	5	3	3	41
4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	43
4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	47
4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	45
4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	45

5 4 5 4 5 5 4 5 4 5 46

Brand Trust (X2)

BT1	BT2	BT3	BT4	BT5	BT6	BT7	BT8	BT9	Total
4	3	5	4	3	4	4	5	4	36
3	4	3	3	5	3	4	5	4	34
5	5	5	5	4	4	3	4	5	40
3	4	4	5	4	3	4	4	5	36
4	5	5	5	5	5	4	5	5	43
4	3	3	3	2	3	4	4	4	30
5	5	5	5	4	4	4	4	4	40
4	4	5	4	5	5	5	4	5	41
3	4	4	3	4	3	4	5	4	34
5	4	5	5	4	4	5	4	3	39
3	5	4	4	4	4	5	5	5	39
5	5	5	5	4	4	5	4	4	41
4	5	4	5	3	5	4	4	3	37
5	5	4	4	5	4	4	5	5	41
4	5	4	5	5	4	4	5	4	40
5	5	5	5	5	4	4	5	5	43
5	5	5	5	5	4	5	4	5	43
4	4	5	5	4	4	3	4	5	38
5	5	4	4	5	5	5	5	4	42
5	5	5	4	4	4	4	4	4	39
4	5	5	5	4	5	5	5	5	43
4	5	4	5	5	5	5	5	5	43
4	5	5	4	4	4	5	5	4	40
3	4	5	5	3	4	4	5	4	37
1	5	3	2	4	1	3	5	4	28

4	4	5	5	3	4	5	5	4	39
5	4	5	4	5	3	5	5	5	41
2	4	3	4	4	3	4	3	3	30
4	4	5	4	3	4	4	4	3	35
4	4	4	4	4	4	4	3	4	35
3	3	3	4	3	3	4	4	4	31
5	4	4	5	5	5	5	5	3	41
4	4	3	4	3	4	4	3	4	33
5	5	5	5	3	3	5	5	5	41
5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
5	5	4	5	5	4	4	5	5	42
5	5	4	5	4	5	5	4	4	41
5	5	4	5	4	5	5	4	5	42
5	5	5	4	5	4	5	5	4	42
5	5	5	5	4	5	5	5	5	44
4	4	5	4	4	5	4	5	5	40
4	5	4	5	4	5	5	5	4	41
4	5	4	4	4	5	5	4	4	39
5	5	5	4	4	5	4	5	4	41
5	4	4	5	4	5	5	4	5	41
5	4	4	5	4	5	4	5	4	40
5	4	4	5	4	5	4	5	4	40
5	4	5	4	5	4	5	4	4	40
4	5	4	4	5	5	4	5	4	40
5	4	5	5	4	4	5	5	5	42
4	5	4	4	5	5	4	4	5	40
4	5	5	5	4	5	4	5	5	42
4	5	4	4	5	4	4	5	4	39
4	4	5	4	5	4	5	5	4	40
4	4	4	5	5	5	5	4	5	41
5	4	4	5	5	4	4	5	5	41

5	4	4	5	5	4	5	5	5	42
5	4	4	4	5	4	4	5	5	40
4	5	5	5	4	5	5	4	5	42
4	5	3	5	5	5	4	4	4	39
4	4	5	4	4	5	5	5	4	40
4	5	5	4	5	5	5	4	5	42
4	5	4	4	5	5	5	5	4	41
5	5	5	4	4	4	4	4	5	40
4	5	4	4	5	4	5	4	4	39
4	4	5	4	5	4	4	4	4	38
4	4	4	4	5	5	5	4	5	40
4	5	4	5	5	5	5	4	5	42
5	5	5	4	4	5	5	5	4	42
4	5	5	4	4	5	5	4	5	41
4	4	5	4	5	4	4	5	4	39
4	5	5	4	4	5	4	5	4	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
5	4	5	4	5	5	4	5	4	41
5	5	4	5	4	4	5	4	4	40
5	4	5	4	4	5	4	4	5	40
5	4	5	4	4	5	4	5	4	40
4	5	4	4	4	5	4	4	5	39
5	4	4	5	4	4	5	4	4	39
4	5	5	4	4	5	4	5	4	40
4	4	5	4	4	5	5	4	5	40
4	5	4	5	4	5	4	4	5	40
4	5	4	4	4	5	5	4	4	39
4	5	5	4	4	4	5	4	5	40
5	4	4	5	4	5	5	4	4	40
4	5	4	4	4	4	5	4	5	39
4	5	4	5	5	4	4	5	5	41

4	5	4	5	5	4	5	4	4	40
5	4	5	4	5	4	5	5	4	41
5	5	4	5	4	5	5	4	5	42

Kualitas Layanan (X3)

KL1	KL2	KL3	KL4	KL5	KL6	KL7	KL8	Total
4	4	5	4	5	4	4	3	33
5	3	5	4	5	4	4	3	33
4	5	5	3	4	5	5	4	35
4	5	5	4	4	5	5	2	34
5	5	5	4	5	5	5	5	39
3	5	5	4	4	4	4	3	32
5	5	5	4	4	4	4	4	35
5	4	5	5	4	5	5	4	37
4	3	5	4	5	4	4	5	34
4	5	4	5	4	3	3	4	32
4	5	4	5	5	5	5	5	38
4	5	5	5	4	4	4	5	36
5	5	4	4	4	3	3	4	32
5	5	4	4	5	5	5	5	38
5	5	5	4	5	4	4	4	36
4	5	5	4	5	5	5	4	37
4	4	4	5	4	5	5	4	35
4	5	5	3	4	5	5	5	36
5	5	4	5	5	4	4	5	37
5	5	5	4	4	4	4	4	35
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	5	5	5	5	5	5	38
5	4	5	5	5	4	4	4	36

3	5	4	4	5	4	4	3	32
4	3	5	3	5	4	4	5	33
5	5	4	5	5	4	4	5	37
4	4	4	5	5	5	5	4	36
3	3	4	4	3	3	3	4	27
5	5	5	4	4	3	3	5	34
3	3	5	4	3	4	4	3	29
3	4	5	4	4	4	4	3	31
5	5	5	5	5	3	3	5	36
4	4	4	4	3	4	4	3	30
5	4	5	5	5	5	5	3	37
5	5	4	5	5	5	5	5	39
4	4	4	4	5	5	5	5	36
4	5	4	5	4	4	4	4	34
4	4	4	5	4	5	5	4	35
5	4	5	5	5	4	4	5	37
4	4	3	5	5	5	5	4	35
5	4	4	4	5	5	5	4	36
4	4	5	5	5	4	4	4	35
5	4	4	5	4	4	4	4	34
4	5	4	4	5	4	4	5	35
4	5	5	5	4	5	5	5	38
4	4	5	4	5	4	4	5	35
4	4	5	4	5	4	4	4	34
4	4	5	5	4	4	4	5	35
4	5	4	4	5	4	4	4	34
4	5	5	5	5	5	5	4	38
5	5	4	4	4	5	5	4	36
4	5	5	4	5	5	5	5	38
4	5	4	4	5	4	4	5	35
5	5	4	5	5	4	4	5	37

5	5	5	5	4	5	5	4	38
4	3	4	4	5	5	5	4	34
4	5	4	5	5	5	5	4	37
4	4	4	4	5	5	5	5	36
4	4	5	5	4	5	5	4	36
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	4	4	5	5	4	4	4	35
4	4	4	5	4	5	5	4	35
4	4	4	5	5	4	4	4	34
4	4	4	4	4	5	5	5	35
4	4	4	5	4	4	4	5	34
4	5	5	4	4	4	4	4	34
5	5	4	5	4	5	5	5	38
4	5	4	5	4	5	5	5	37
4	5	5	5	5	4	4	5	37
4	5	4	5	4	5	5	4	36
4	4	4	4	5	4	4	4	33
4	3	5	4	5	4	4	4	33
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	3	4	4	5	4	4	5	33
4	5	4	5	4	4	4	5	35
4	5	4	4	4	5	5	4	35
4	5	4	4	5	4	4	5	35
3	4	5	4	4	5	5	4	34
4	3	4	5	4	4	4	4	32
4	5	5	4	5	4	4	4	35
4	4	4	5	4	5	5	5	36
4	5	5	4	4	5	5	4	36
4	5	4	5	4	4	4	5	35
5	4	4	5	4	5	5	5	37
4	4	4	5	4	4	4	4	33

4	4	4	5	4	5	5	5	36
5	4	5	4	5	5	5	5	38
4	4	4	5	4	4	4	4	33
4	4	4	5	5	4	4	4	34
4	5	4	5	4	5	5	5	37

Keputusan Penggunaan Ulang (Y)

KPU1	KPU2	KPU3	KPU4	KPU5	KPU6	KPU7	KPU8	Total
5	4	5	4	5	4	4	3	34
4	3	5	4	5	4	3	3	31
4	5	5	3	4	5	4	4	34
4	5	5	4	4	5	3	2	32
4	5	5	4	5	5	5	5	38
4	5	5	4	4	4	3	3	32
4	5	5	4	4	4	4	4	34
5	4	5	5	4	5	5	4	37
5	3	5	4	5	4	3	5	34
5	5	4	5	4	3	4	4	34
5	5	4	5	5	5	4	5	38
5	5	5	5	4	4	4	5	37
5	5	4	4	4	3	5	4	34
5	5	4	4	5	5	4	5	37
4	5	5	4	5	4	4	4	35
4	5	5	4	5	5	4	4	36
4	4	4	5	4	5	4	4	34
4	5	5	3	4	5	4	5	35
4	5	4	5	5	4	5	5	37
5	5	5	4	4	4	4	4	35
5	5	5	5	5	5	5	5	40

5	4	5	5	5	5	5	5	39
5	4	5	5	5	4	4	4	36
5	5	4	4	5	4	4	3	34
4	3	5	3	5	4	1	5	30
4	5	4	5	5	4	4	5	36
4	4	4	5	5	5	3	4	34
4	3	4	4	3	3	3	4	28
5	5	5	4	4	3	4	5	35
4	3	5	4	3	4	4	3	30
4	4	5	4	4	4	3	3	31
4	5	5	5	5	3	5	5	37
4	4	4	4	3	4	4	3	30
5	4	5	5	5	5	3	3	35
5	5	4	5	5	5	5	5	39
5	4	4	4	5	5	4	5	36
5	5	4	5	4	4	5	4	36
5	4	4	5	4	5	5	4	36
4	4	5	5	5	4	4	5	36
4	4	3	5	5	5	5	4	35
5	4	4	4	5	5	5	4	36
4	4	5	5	5	4	5	4	36
4	4	4	5	4	4	5	4	34
4	5	4	4	5	4	5	5	36
4	5	5	5	4	5	5	5	38
5	4	5	4	5	4	5	5	37
5	4	5	4	5	4	5	4	36
5	4	5	5	4	4	4	5	36
5	5	4	4	5	4	5	4	36
5	5	5	5	5	5	4	4	38
5	5	4	4	4	5	5	4	36
5	5	5	4	5	5	5	5	39

4	5	4	4	5	4	4	5	35
4	5	4	5	5	4	4	5	36
4	5	5	5	4	5	5	4	37
4	3	4	4	5	5	4	4	33
4	5	4	5	5	5	4	4	36
5	4	4	4	5	5	4	5	36
5	4	5	5	4	5	5	4	37
5	4	4	4	4	4	5	4	34
5	4	4	5	5	4	5	4	36
4	4	4	5	4	5	5	4	35
4	4	4	5	5	4	5	4	35
5	4	4	4	4	5	4	5	35
4	4	4	5	4	4	4	5	34
4	5	5	4	4	4	4	4	34
5	5	4	5	4	5	5	5	38
5	5	4	5	4	5	5	5	38
5	5	5	5	5	4	5	5	39
5	5	4	5	4	5	5	4	37
5	4	4	4	5	4	4	4	34
4	3	5	4	5	4	5	4	34
4	5	5	5	5	5	5	5	39
4	3	4	4	5	4	5	5	34
4	5	4	5	4	4	4	5	35
5	5	4	4	4	5	5	4	36
5	5	4	4	5	4	5	5	37
5	4	5	4	4	5	5	4	36
4	3	4	5	4	4	4	4	32
4	5	5	4	5	4	5	4	36
4	4	4	5	4	5	5	5	36
5	5	5	4	4	5	5	4	37
5	5	4	5	4	4	5	5	37

5	4	4	5	4	5	4	5	36
5	4	4	5	4	4	5	4	35
4	4	4	5	4	5	4	5	35
4	4	5	4	5	5	4	5	36
4	4	4	5	4	4	4	4	33
4	4	4	5	5	4	4	4	34
5	5	4	5	4	5	4	5	37

Lampiran 4 Hasil Uji Instrumen

Uji Validitas *Brand Image* (X1)

Correlations

		B11	B12	B13	B14	B15	B16	B17	B18	B19	B110	Total
B11	Pearson Correlation	1	.176	.628**	.249*	.270*	.663**	.583**	.668**	.490**	.523**	.736**
	Sig. (2-tailed)		.097	.000	.018	.010	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
B12	Pearson Correlation	.176	1	.198	.550**	.454**	.151	.212*	.313**	.340**	.349**	.461**
	Sig. (2-tailed)	.097		.061	.000	.000	.155	.045	.003	.001	.001	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
B13	Pearson Correlation	.628**	.198	1	.288**	.392**	.673**	.655**	.651**	.662**	.564**	.800**
	Sig. (2-tailed)	.000	.061		.006	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
B14	Pearson Correlation	.249*	.550**	.288**	1	.548**	.349**	.441**	.409**	.521**	.550**	.632**
	Sig. (2-tailed)	.018	.000	.006		.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
B15	Pearson Correlation	.270*	.454**	.392**	.548**	1	.313**	.450**	.424**	.512**	.542**	.635**
	Sig. (2-tailed)	.010	.000	.000	.000		.003	.000	.000	.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90

N		90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
BI6	Pearson Correlation	.663**	.151	.673**	.349**	.313**	1	.605**	.676**	.656**	.630**	.804**
	Sig. (2-tailed)	.000	.155	.000	.001	.003		.000	.000	.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
BI7	Pearson Correlation	.583**	.212*	.655**	.441**	.450**	.605**	1	.655**	.614**	.630**	.806**
	Sig. (2-tailed)	.000	.045	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
BI8	Pearson Correlation	.668**	.313**	.651**	.409**	.424**	.676**	.655**	1	.629**	.670**	.837**
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
BI9	Pearson Correlation	.490**	.340**	.662**	.521**	.512**	.656**	.614**	.629**	1	.616**	.818**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
BI10	Pearson Correlation	.523**	.349**	.564**	.550**	.542**	.630**	.630**	.670**	.616**	1	.821**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Total	Pearson Correlation	.736**	.461**	.800**	.632**	.635**	.804**	.806**	.837**	.818**	.821**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	

N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
---	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----

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

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

Uji Reliabilitas *Brand Image* (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.908	10

Uji Validitas *Brand Trust* (X2)

Correlations

		BT1	BT2	BT3	BT4	BT5	BT6	BT7	BT8	BT9	Total
BT1	Pearson Correlation	1	.706**	.605**	.627**	.584**	.525**	.655**	.546**	.580**	.816**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
BT2	Pearson Correlation	.706**	1	.701**	.624**	.605**	.594**	.617**	.644**	.514**	.837**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
BT3	Pearson Correlation	.605**	.701**	1	.587**	.621**	.464**	.587**	.565**	.462**	.778**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90

BT4	Pearson Correlation	.627**	.624**	.587**	1	.556**	.480**	.616**	.600**	.489**	.783**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
BT5	Pearson Correlation	.584**	.605**	.621**	.556**	1	.626**	.714**	.570**	.496**	.807**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
BT6	Pearson Correlation	.525**	.594**	.464**	.480**	.626**	1	.588**	.543**	.567**	.763**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
BT7	Pearson Correlation	.655**	.617**	.587**	.616**	.714**	.588**	1	.639**	.541**	.835**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
BT8	Pearson Correlation	.546**	.644**	.565**	.600**	.570**	.543**	.639**	1	.428**	.772**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
BT9	Pearson Correlation	.580**	.514**	.462**	.489**	.496**	.567**	.541**	.428**	1	.730**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Total	Pearson Correlation	.816**	.837**	.778**	.783**	.807**	.763**	.835**	.772**	.730**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90

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

Uji Reliabilitas Brand Trust (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.923	9

Uji Validitas Kualitas Layanan (X3)

Correlations

		KL1	KL2	KL3	KL4	KL5	KL6	KL7	KL8	Total
KL1	Pearson Correlation	1	.583**	.673**	.598**	.761**	.616**	.704**	.621**	.826**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
KL2	Pearson Correlation	.583**	1	.631**	.722**	.626**	.642**	.612**	.653**	.806**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
KL3	Pearson Correlation	.673**	.631**	1	.666**	.757**	.700**	.749**	.661**	.862**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
KL4	Pearson Correlation	.598**	.722**	.666**	1	.780**	.634**	.666**	.726**	.854**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000

N		90	90	90	90	90	90	90	90	90
KL5	Pearson Correlation	.761**	.626**	.757**	.780**	1	.579**	.709**	.640**	.864**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
N		90	90	90	90	90	90	90	90	90
KL6	Pearson Correlation	.616**	.642**	.700**	.634**	.579**	1	.697**	.735**	.827**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
N		90	90	90	90	90	90	90	90	90
KL7	Pearson Correlation	.704**	.612**	.749**	.666**	.709**	.697**	1	.715**	.868**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
N		90	90	90	90	90	90	90	90	90
KL8	Pearson Correlation	.621**	.653**	.661**	.726**	.640**	.735**	.715**	1	.853**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
N		90	90	90	90	90	90	90	90	90
Total	Pearson Correlation	.826**	.806**	.862**	.854**	.864**	.827**	.868**	.853**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N		90	90	90	90	90	90	90	90	90

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

Uji Reliabilitas Kualitas Layanan (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.942	8

Uji Validitas Keputusan Penggunaan Ulang Jasa (Y)

Correlations

		KPU1	KPU2	KPU3	KPU4	KPU5	KPU6	KPU7	KPU8	Total
KPU 1	Pearson Correlation	1	.696**	.736**	.630**	.630**	.732**	.685**	.584**	.837**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
KPU 2	Pearson Correlation	.696**	1	.735**	.740**	.682**	.774**	.670**	.690**	.877**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
KPU 3	Pearson Correlation	.736**	.735**	1	.730**	.658**	.715**	.755**	.724**	.888**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
KPU 4	Pearson Correlation	.630**	.740**	.730**	1	.601**	.818**	.675**	.764**	.873**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90

KPU 5	Pearson Correlation	.630**	.682**	.658**	.601**	1	.664**	.595**	.601**	.797**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
KPU 6	Pearson Correlation	.732**	.774**	.715**	.818**	.664**	1	.686**	.727**	.897**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
KPU 7	Pearson Correlation	.685**	.670**	.755**	.675**	.595**	.686**	1	.529**	.822**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
KPU 8	Pearson Correlation	.584**	.690**	.724**	.764**	.601**	.727**	.529**	1	.825**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Total	Pearson Correlation	.837**	.877**	.888**	.873**	.797**	.897**	.822**	.825**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90

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

Uji Reliabilitas Keputusan Penggunaan Ulang (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.946	8

Lampiran 5 Hasil Analisis Deskripsi

Statistics

Brand Image		
N	Valid	90
	Missing	0
Mean		43.7111
Median		45.0000
Mode		45.00 ^a
Std. Deviation		3.37620
Range		21.00
Minimum		27.00
Maximum		48.00

a. Multiple modes exist. The smallest value is shown

Statistics

Brand Trust		
N	Valid	90
	Missing	0
Mean		39.2778
Median		40.0000
Mode		40.00
Std. Deviation		3.27410
Range		20.00
Minimum		24.00
Maximum		44.00

Statistics

Kualitas Layanan		
N	Valid	90
	Missing	0
Mean		34.8444
Median		35.0000
Mode		37.00
Std. Deviation		2.93721
Range		12.00
Minimum		27.00
Maximum		39.00

Statistics

Keputusan Penggunaan Ulang		
N	Valid	90
	Missing	0
Mean		35.2444
Median		36.0000
Mode		36.00
Std. Deviation		3.10603
Range		19.00
Minimum		21.00
Maximum		40.00

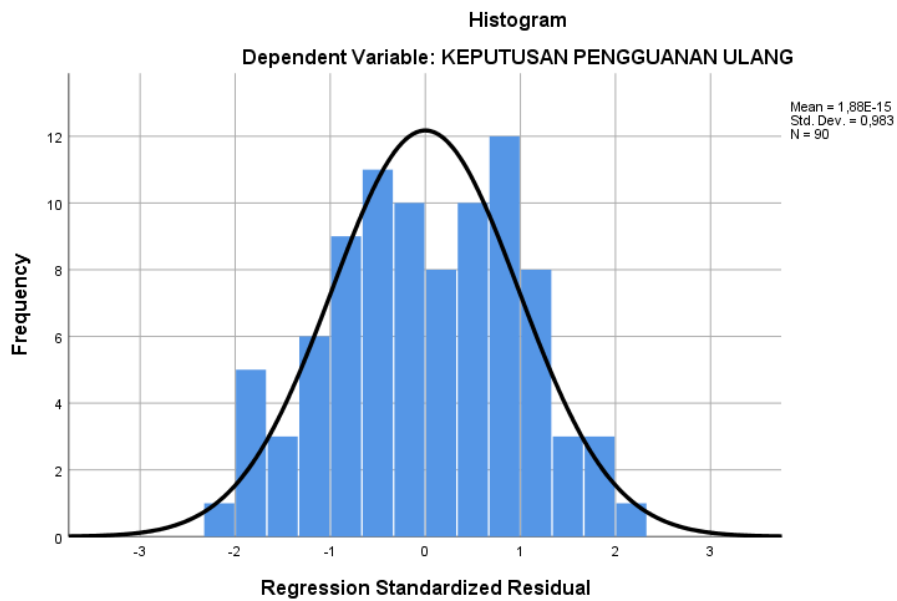
Lampiran 6 Uji Prasyarat

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		90
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,95665723
Most Extreme Differences	Absolute	,073
	Positive	,044
	Negative	-,073
Test Statistic		,073
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.



Uji Linearitas

ANOVA Table

		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan	(Combined)	285,918	13	21,994	11,529	,000
Penggunaan	Linearity	247,961	1	247,961	129,982	,000
Ulang * Brand Image	Deviation from Linearity	37,957	12	3,163	1,658	,094
Keputusan	(Combined)	271,366	15	18,091	8,392	,000
Penggunaan	Linearity	254,634	1	254,634	118,112	,000
Ulang * Brand Trust	Deviation from Linearity	16,732	14	1,195	,554	,891
Keputusan	(Combined)	271,366	15	18,091	8,392	,000
Penggunaan	Linearity	254,634	1	254,634	118,112	,000
Ulang * Brand Trust	Deviation from Linearity	16,732	14	1,195	,554	,891

Uji Multikolonieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2,902	1,817		1,597	,114		
Brand Image	,134	,067	,157	1,993	,049	,352	2,839
Brand Trust	,161	,056	,223	2,865	,005	,362	2,765
Kualitas Layanan	,576	,070	,598	8,257	,000	,420	2,384

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan Ulang

Uji heterokedestitas

		Correlations				
		Brand Image	Brand Trust	Kualitas Layanan	Unstandardized Residual	
Spearman's rho	Brand Image	Correlation	1,000	,642**	,647**	-,016
		Coefficient				
		Sig. (2-tailed)	.	,000	,000	,884
	N	90	90	90	90	
Brand Trust		Correlation	,642**	1,000	,672**	-,083
		Coefficient				
		Sig. (2-tailed)	,000	.	,000	,434
	N	90	90	90	90	
Kualitas Layanan		Correlation	,647**	,672**	1,000	-,035
		Coefficient				
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	.	,746
	N	90	90	90	90	
Unstandardized Residual		Correlation	-,016	-,083	-,035	1,000
		Coefficient				
		Sig. (2-tailed)	,884	,434	,746	.
	N	90	90	90	90	

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

Lampiran 7 Hasil Uji Hipotesis

Analisis regresi linear berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Coefficients ^a			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	2,902	1,817		1,597	,114		
Brand Image	,134	,067	,157	1,993	,049	,352	2,839
Brand Trust	,161	,056	,223	2,865	,005	,362	2,765
Kualitas Layanan	,576	,070	,598	8,257	,000	,420	2,384

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan Ulang

Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Coefficients ^a			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	2,902	1,817		1,597	,114		
Brand Image	,134	,067	,157	1,993	,049	,352	2,839
Brand Trust	,161	,056	,223	2,865	,005	,362	2,765
Kualitas Layanan	,576	,070	,598	8,257	,000	,420	2,384

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan Ulang

Uji f

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	349,448	3	116,483	122,986	,000 ^b
	Residual	81,452	86	,947		

Total	430,900	89		
-------	---------	----	--	--

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan Ulang

b. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Brand Trust, Brand Image

Koefisien determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,901 ^a	,811	,804	,97320

a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Brand Trust, Brand Image

b. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan Ulang

Lampiran 8 Tabel T

LAMPIRAN 8, T Tabel Untuk Alpha α 5% t

df	0,05	0,025	df	0,05	0,025	df	0,05	0,025	df	0,05	0,025
1	6.314	12.706	53	1.674	2.006	105	1.659	1.983	157	1.655	1.975
2	2.920	4.303	54	1.674	2.005	106	1.659	1.983	158	1.655	1.975
3	2.353	3.182	55	1.673	2.004	107	1.659	1.982	159	1.654	1.975
4	2.132	2.776	56	1.673	2.003	108	1.659	1.982	160	1.654	1.975
5	2.015	2.571	57	1.672	2.002	109	1.659	1.982	161	1.654	1.975
6	1.943	2.447	58	1.672	2.002	110	1.659	1.982	162	1.654	1.975
7	1.895	2.365	59	1.671	2.001	111	1.659	1.982	163	1.654	1.975
8	1.860	2.306	60	1.671	2.000	112	1.659	1.981	164	1.654	1.975
9	1.833	2.262	61	1.670	2.000	113	1.658	1.981	165	1.654	1.974
10	1.812	2.228	62	1.670	1.999	114	1.658	1.981	166	1.654	1.974
11	1.796	2.201	63	1.669	1.998	115	1.658	1.981	167	1.654	1.974
12	1.782	2.179	64	1.669	1.998	116	1.658	1.981	168	1.654	1.974
13	1.771	2.160	65	1.669	1.997	117	1.658	1.980	169	1.654	1.974
14	1.761	2.145	66	1.668	1.997	118	1.658	1.980	170	1.654	1.974
15	1.753	2.131	67	1.668	1.996	119	1.658	1.980	171	1.654	1.974
16	1.746	2.120	68	1.668	1.995	120	1.658	1.980	172	1.654	1.974
17	1.740	2.110	69	1.667	1.995	121	1.658	1.980	173	1.654	1.974
18	1.734	2.101	70	1.667	1.994	122	1.657	1.980	174	1.654	1.974
19	1.729	2.093	71	1.667	1.995	123	1.657	1.979	175	1.654	1.974
20	1.725	2.086	72	1.666	1.993	124	1.657	1.979	176	1.654	1.974
21	1.721	2.080	73	1.666	1.993	125	1.657	1.979	177	1.654	1.973
22	1.717	2.074	74	1.666	1.993	126	1.657	1.979	178	1.653	1.973
23	1.714	2.069	75	1.665	1.992	127	1.657	1.979	179	1.653	1.973
24	1.711	2.064	76	1.665	1.992	128	1.657	1.979	180	1.653	1.973
25	1.708	2.060	77	1.665	1.991	129	1.657	1.979	181	1.653	1.973
26	1.706	2.056	78	1.665	1.991	130	1.657	1.978	182	1.653	1.973
27	1.703	2.052	79	1.664	1.990	131	1.657	1.978	183	1.654	1.973
28	1.701	2.048	80	1.664	1.990	132	1.656	1.978	184	1.653	1.973
29	1.699	2.045	81	1.664	1.990	133	1.656	1.978	185	1.653	1.973
30	1.697	2.042	82	1.664	1.989	134	1.656	1.978	186	1.653	1.973
31	1.696	2.040	83	1.663	1.989	135	1.656	1.978	187	1.653	1.973
32	1.694	2.037	84	1.663	1.989	136	1.656	1.978	188	1.653	1.973
33	1.692	2.035	85	1.663	1.988	137	1.656	1.977	189	1.654	1.973
34	1.691	2.032	86	1.663	1.988	138	1.656	1.977	190	1.653	1.973
35	1.690	2.030	87	1.663	1.988	139	1.656	1.977	191	1.653	1.972
36	1.688	2.028	88	1.662	1.987	140	1.656	1.977	192	1.653	1.972
37	1.687	2.026	89	1.662	1.987	141	1.656	1.977	193	1.653	1.972
38	1.686	2.024	90	1.662	1.987	142	1.656	1.977	194	1.653	1.972
39	1.685	2.023	91	1.662	1.986	143	1.656	1.977	195	1.654	1.972
40	1.684	2.021	92	1.662	1.986	144	1.656	1.977	196	1.653	1.972
41	1.683	2.020	93	1.661	1.986	145	1.655	1.976	197	1.653	1.972
42	1.682	2.018	94	1.661	1.986	146	1.655	1.976	198	1.653	1.972
43	1.681	2.017	95	1.661	1.985	147	1.655	1.976	199	1.653	1.972
44	1.680	2.015	96	1.661	1.985	148	1.655	1.976	200	1.653	1.972
45	1.679	2.014	97	1.661	1.985	149	1.655	1.976			
46	1.679	2.014	98	1.661	1.984	150	1.655	1.976			
47	1.678	2.013	99	1.660	1.984	151	1.655	1.976			
48	1.677	2.012	100	1.660	1.984	152	1.655	1.976			
49	1.677	2.011	101	1.660	1.984	153	1.655	1.976			
50	1.676	2.010	102	1.660	1.983	154	1.655	1.975			
51	1.675	2.008	103	1.660	1.983	155	1.655	1.975			
52	1.675	2.007	104	1.660	1.983	156	1.655	1.975			

Lampiran 9 Tabel F

Tabel R-Hitung (lanjutan)

DF = n-2	0,1	0,05	0,02	0,01	0,001
	r 0,005	r 0,05	r 0,025	r 0,01	r 0,001
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
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

IPB University
Institut Pertanian Bogor

@ Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber ;

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University

2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University

Perpusustakaan IPB University

Lampiran 10 Dokumentasi Penyebaran Kuesioner

1	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
Timestamp	NAMA	JENIS KELAMIN	USIA	PENDIDIKAN	PEKERJAAN	Saya selalu memilih men (Contoh : JNE, JNT, SPX, Kantor Pos Indonesia me	Saya sangat menyukai m (Contoh : JNE, JNT, SPX Merek Kantor Pos Indone	Kualitas Pelayanan dal (Contoh : Layanan tran			
2	23/05/2024 14:59:12	Onno Prasetya	Laki-laki	20-25 th	SMA/SMK/Sederajat	Sivasta	4	3	2	4	
3	23/05/2024 15:05:18	Karyano zeviatheia	Laki-laki	20-25 th	S1	Sivasta	4	3	5	4	
4	23/05/2024 15:08:55	Aprilia Syafitri	Perempuan	20-25 th	S1	Sivasta	5	5	5	5	
5	23/05/2024 15:12:48	Diyah Noviyana	Perempuan	26-30 th	D3	Sivasta	5	5	3	4	
6	23/05/2024 15:17:10	Lisa Susanti	Perempuan	20-25 th	S1	Sivasta	4	4	4	4	
7	23/05/2024 15:18:14	Amalia Rizqina Fadhilah	Perempuan	20-25 th	D3	Sivasta	3	4	3	5	
8	23/05/2024 15:20:28	Fira fecira anshori	Perempuan	26-30 th	SMA/SMK/Sederajat	Sivasta	4	4	3	3	
9	23/05/2024 15:28:10	Hilma Amalia Fathumtzi	Perempuan	20-25 th	SMA/SMK/Sederajat	Sivasta	3	4	3	4	
10	23/05/2024 15:29:32	Zulfah Islahmah	Perempuan	20-25 th	S1	PNIS	4	4	5	4	
11	23/05/2024 15:30:06	Tantika Nugraheni	Perempuan	20-25 th	D3	Sivasta	4	4	4	5	
12	23/05/2024 15:34:44	Aulia Sarah Salsabila Az	Perempuan	20-25 th	D1	Pegawai BUMN	3	4	5	3	
13	23/05/2024 15:42:26	Yahya Sarul	Laki-laki	20-25 th	S1	Sivasta	3	5	3	5	
14	23/05/2024 15:49:27	Indriyati Wlandari	Perempuan	20-25 th	SMA/SMK/Sederajat	Sivasta	4	5	4	4	
15	23/05/2024 15:54:07	Afrisca	Perempuan	20-25 th	SMA/SMK/Sederajat, S1	PNIS	3	5	4	5	
16	23/05/2024 15:57:42	Heni Prasetyowati	Perempuan	41-50 th	SMA/SMK/Sederajat	Sivasta	4	4	3	3	
17	23/05/2024 16:01:39	Muhammadi Jaka Alams	Laki-laki	20-25 th	SMA/SMK/Sederajat	Sivasta	2	4	1	5	
18	23/05/2024 16:02:58	siti yeni udiyawati	Perempuan	20-25 th	SMA/SMK/Sederajat	Sivasta	2	4	3	4	
19	23/05/2024 16:06:50	IWLUNG KURNIANTO	Laki-laki	26-30 th	D3	Sivasta	4	5	4	4	
20	23/05/2024 16:08:01	karina astri anjani	Perempuan	20-25 th	SMA/SMK/Sederajat	Sivasta	3	5	3	4	
21	23/05/2024 16:10:06	Kukuh wijanarko	Laki-laki	20-25 th	SMA/SMK/Sederajat	Sivasta	5	4	4	5	
22	23/05/2024 16:15:40	Handi Kumawati	Laki-laki	20-25 th	SMA/SMK/Sederajat	PNIS	5	4	5	4	
23	23/05/2024 16:16:04	Triyo prasapo	Laki-laki	26-30 th	SMA/SMK/Sederajat	Sivasta	4	5	5	4	
24	23/05/2024 16:17:39	Muhammadi najrudin ti	Laki-laki	31-40 th	S1	Sivasta	5	5	4	4	
25	23/05/2024 16:17:58	Aprilia Tama Fidawati	Perempuan	20-25 th	SMA/SMK/Sederajat	Sivasta	3	3	3	3	

Lampiran 11 Surat Pengesahan Judul Skripsi

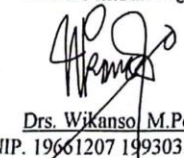


UNIVERSITAS PGRI MADIUN
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
Akreditasi SK BAN-PT No.2169/SK/BAN-PT/Ak-PPJS/IV/2020, Tgl.01-04-2020
Jalan Setiabudi No. 85 Madiun 63118 Telepon (0351) 462986, Fax (0351)459400
Website : www.unipma.ac.id Email : rektorat@unipma.ac.id

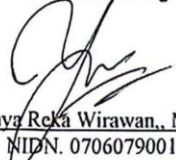
**PENGESAHAN PROPOSAL SKRIPSI
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI**

Nama : Ellena Agesty Budiyan
NIM : 2002107023
Judul : Pengaruh *Brand Image*, *Brand Trust* dan Kualitas Layanan
Terhadap Keputusan Penggunaan Ulang Jasa Pada Ekspedisi
Kantor Pos Indonesia di Kecamatan Jogorogo.
Dosen Pembimbing I : Drs. Wikanso, M.Pd
Dosen Pembimbing II : Yahya Reka Wirawan, M.Pd


Dosen Pembimbing I


Drs. Wikanso, M.Pd
NIP. 196612071993031002

Dosen Pembimbing II


Yahya Reka Wirawan, M.Pd
NIDN. 0706079001

Mengesahkan,
Kaprosdi Pendidikan Ekonomi


Ramadhan Prasetya Wibawa, M.Pd
NIDN. 0726048801

Lampiran 12 Surat Permohonan Izin Penelitian



Nomor : 0198.6N/FKIP/UNIPMA/2023
Lampiran : -
Hal : Permohonan Izin Penelitian

Madiun, 26 Maret 2024

Kepada Yth. Bapak/Ibu Kepala Kantor Pos
Kabupaten Ngawi

Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas PGRI Madiun dengan ini mengajukan permohonan kepada Bapak/Ibu untuk memberikan izin kepada mahasiswa :

Nama : Ellena Agesty Budiyani
NIM : 2002107023
Program Studi : Pendidikan Ekonomi
Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan

dalam melakukan penelitian di sekolah/instansi yang Bapak/Ibu pimpin dengan judul:

"Pengaruh *Brand Image*, *Brand Trust*, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Penggunaan Ulang Jasa Pada Ekspedisi Kantor Pos Indonesia di Kecamatan Jogorogo"

Demikian, atas perhatian dan kerja sama Bapak/Ibu, kami mengucapkan terima kasih.

Dekan,

Dr. Sardulo Gembong, M.Pd.
NIP. 19650922 199503 1 001

Tembusan :

1. Kantor Pos Cabang Jogorogo

Lampiran 13 Surat Balasan Penelitian



PT. POS INDONESIA (Persero)
KANTOR CABANG NGAWI 63200
Jl. Jaks Agung Suprpto No. 5 Ngawi 63211
Telp : 0351-749021 Fax : 0351-748813
www.posindonesia.co.id

Ngawi, 10 Mei 2024

Nomor : 260/Umum/SDM/10/0524
Lampiran : -
Perihal : Permohonan Ijin Penelitian

Kepada
Dekan
Universitas PGRI Madiun
Jl Setiabudi No. 85 Madiun 63118
di
Madiun

1. Menunjuk surat Saudara nomor : 0198.f/N/FKIP/UNIPMA/2023 tanggal 26 Maret 2024 perihal Permohonan Ijin Penelitian di Kantor Cabang Pembantu Jogorogo 63262 untuk mahasiswa :

No	Nama	NIM	Fakultas	Prodi
1	Ellena Agesty Budiyani	2002107023	Keguruan dan Ilmu Pendidikan	Pendidikan Ekonomi

2. Dengan ini kami mengijinkan Permohonan Penelitian tersebut selama 1(satu) bulan mulai tanggal 2 Mei 2024 s/d 31 Mei 2024 di Kantor Cabang Pembantu Jogorogo 63262 dengan judul :

"Pengaruh *Brand Image*, *Brand Trust*, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Penggunaan Ulang Jasa Pada Ekspedisi Kantor Pos Indonesia di Kecamatan Jogorogo"

3. Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

A/n Executive Manager
Bidang Administrasi dan Umum

Muzulul Kurniawan
Nippos. 980412778

Lampiran 14 Validasi Sumber Pustaka

VALIDASI SUMBER PUSTAKA PENULISAN SKRIPSI

Nama : Ellena Agesty Budiyan
 NIM : 2002107023
 Program Studi : Pendidikan Ekonomi
 Fakultas : FKIP
 Dosen Pembimbing I : Drs. Wikanso, M.Pd
 Dosen Pembimbing II : Yahya Reka Wirawan, M.Pd
 Judul : Pengaruh Brand Image, Brand Trust, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Penggunaan Ulang Jasa Pada Ekspedisi Kantor Indonesia di Kecamatan Jogorogo

No	Sumber Pustaka	Halaman		Hasil Validasi	
		Pustaka	Skripsi	Sesuai	Tidak Sesuai
1.	Adib, H. S. (2019). Teknik Pengembangan Instrumen Penelitian Ilmiah di Perguruan Tinggi Keagamaan Islam. Sains Dan Teknoogi, 139-157.	139-140	49	✓	
2.	Adriany, V. (2019). Pengaruh Ekuitas Merek, Kualitas Pelayanan dan Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Jasa Gejek Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Karyawan Berkantor Di Wilayah Jl. T.B Simatupang Jakarta). Commerce Jurnal Ilmiah Politeknik Piksi Input Serang, 6(1), 63-82.	69	10	✓	
3.	Anggraini, F., & Budiarti, A. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Gojek. Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE), 8(3), 86-94. https://doi.org/10.26740/jupe.v8n3.p86-94	274	32	✓	
4.	Baruno, A. D., & Puji Susanto, A. H. (2019). Pengaruh Kesadaran Merek Dan Kepercayaan Konsumen Atas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Smartphone Samsung. Jurnal Ilmu Manajemen Advantage, 2(1), 270-286.	274	10	✓	

	https://doi.org/10.30741/adv.v2i1.291				
5.	Batu, R. L., Suryani, N. I., Septia, N., & Sekaryahya, P. F. (2020). Pengaruh Harga dan Inovasi Layanan Aplikasi terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Taksi Express: Survei pada Pengunduh Aplikasi Express Taxis. <i>Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM</i> , 1(01), 1-22. https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v1i01.6	7	13	✓	
6.	Brilliance, I. H., & Sherly, T. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di PT Hastaco Tour and Travel. <i>Agora</i> , 7(1), 1-8.	4	35	✓	
7.	Damaryanti, F., Thalib, S., & Miranda, A. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderating. <i>Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi</i> , 2(2), 50-62. https://doi.org/10.55606/jurima.v2i2.253	3, 4, 10	18, 21, 81, 83	✓	
8.	Deali, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada UD. Lius Kecamatan Fanayama Kabupaten Nias Selatan. <i>Jurnal Stie</i> , 1-12.	112	33	✓	
9.	Evita, N. (2020). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Bakso Boedjangan Cabang Burangrang Bandung Tahun 2017) the Influence of Brand Image Toward Purchasing Decision (Study Case At Bakso Boedjangan Burangrang Bandung in 2017). <i>Proceeding of Applied Science</i> , 3(2), 430. www.jurukunci.net	438, 439	18, 22	✓	
10.	Franklyn, A. K. J., & Cokki, C. (2021). Determinan Loyalitas Konsumen Situs Tokopedia Di Jakarta. <i>Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan</i> , 3(4), 893. https://doi.org/10.24912/jmk.v3i4.13430	894	28	✓	
11.	Gunawan, M. A. (2015). <i>Statistik Penelitian Bidang Pendidikan, Psikologi dan Sosial</i> . Parama Publishing.	60, 90, 95	54	✓	

12.	Hariyanto et al. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Terbentuknya Brand Image. <i>Jurnal Ilmu-ilmu Sosial, Keagamaan, dan Humaniora</i> , 1(2), 46–52. file:///C:/Users/user/Downloads/FAKTOR-FAKTOR+YANG+MEMPENGARUHI++TERBENTUKNYA+BRAND+IMAGE.pdf	50	23	✓	
13.	Heriyati, P., & Septi. (2019). Analisis Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Handphone Nexian. <i>Journal of Business Strategy and Execution</i> , 4(2), 171–205. http://id.portalgaruda.org/?ref=browse&mod=viewarticle&article=279292	176	18, 22	✓	
14.	Musay, F. P. (2013). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Kfc Kawi Malang). <i>Jurnal Administrasi Bisnis</i> , 3(2), 1–7.	2	20	✓	
15.	Laoli, C. M. S., & Farida, N. (2021). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Dan Customer Value Terhadap Repeat Purchase Intention (Studi Pada Konsumen Sepatu Bata Di Kota Medan). <i>Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis</i> , 10(2), 1177–1189. https://doi.org/10.14710/jiab.2021.31528	179	28, 31	✓	
16.	Nasution, Y. R., Islam, U., Sumatera, N., & Medan, U. (2019). Penerapan Aplikasi Online Angket Persepsi. 3(2), 20–35.	22	50	✓	
17.	Paiman. (2019). Teknik Analisis Korelasi dan Regresi Ilmu-Ilmu Pertanian. UPY PRESS.	74, 75	55	✓	
18.	Priansa, D. J. (2017). <i>Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontempore</i> . Alfabeta.	168	15	✓	
19.	Putra, T. W., & Keni, K. (2020). Brand Experience, Perceived Value, Brand Trust Untuk Memprediksi Brand Loyalty: Brand Love Sebagai Variabel Mediasi. <i>Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis</i> , 4(1), 184. https://doi.org/10.24912/jmiecb.v4i1.7759	186	28	✓	
20.	Santoso, R., Erstiawan, M. S., & Kusworo, A. Y. (2020). <i>Inovasi Produk, Kreatifitas</i>	2	28	✓	

	Iklan Dan Brand Trust Mendorong Keputusan Pembelian. <i>Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis</i> , 5(2), 133–145. https://doi.org/10.29407/nus.amba.v5i2.14369				
21.	Sugiyono. (2015). <i>Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R. & D.</i> Pt Alfabeta.	239	68	✓	
22.	Sugiyono. (2019). <i>Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D</i> (27 ed.). Penerbit Alfabeta.	126	47	✓	
23.	Sundayana, R. (2018). <i>Statistika Penelitian Pendidikan</i> . Alfabeta.	225	56	✓	
24.	Suyono. (2015). <i>Analisis Regresi Untuk Penelitian</i> . Deepublish.	67	56	✓	
25.	Tong, T. K. P. B., & Subagio, H. (2020). Analisa Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Repurchase Intention Melalui Brand Trust Sebagai Variabel Mediasi Pada Instagram Adidas Indonesia Di Surabaya. <i>Jurnal Strategi Pemasaran</i> , 7(1), 10.	3	30	✓	
26.	Tore, R. (2020). PENGARUH PROMOSI TERHADAP PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN PADA ALFA STUDIO SEKAYU. <i>Jurnal Manajemen Kompeten</i> , 3(1), 52–65.	2	48	✓	
27.	Wahyudi, Y. H., Kristanti, D., & Nurbambang, R. (2020). Analisis Pengaruh Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pada Bakpia Endous Kediri. <i>Riset Bisnis Ekonomi</i> , 1(1), 48–67. http://ojs.unik-kediri.ac.id/index.php/risk/article/view/1389/1278	52	11	✓	
28.	Waskito, R. A. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Industri Otomotif (Studi Pada Pt <i>Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB</i> , September. https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/1636	4	34	✓	

29.	Wulandari, T. (2016). Analisis Proses Keputusan Pembelian Mahasiswa Melalui Ekuitas Merek Politeknik Perdana Mandiri Dan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Dan Bisnis (STIEB) Perdana Mandiri Purwakarta. Program Studi Administrasi Bisnis Politeknik Perdana Mandiri, 1-17.	5	11	✓	
-----	---	---	----	---	--

Catatan Dosen Pembimbing:

Layak / Tidak Layak untuk diuji (coret yang tidak perlu)

Madiun, 25 Juni 2024

Dosen Pembimbing II



Yahya Reka Wirawan, M.Pd
NIDN. 0706079001

Lampiran 15 Berita Acara Bimbingan dan Validasi Sumber Pustaka

**BERITA ACARA BIMBINGAN DAN VALIDASI SUMBER PUSTAKA
SKRIPSI**

Pada Hari Selasa 25 Juni 2024 telah dilakukan Validasi Sumber Penulisan Skripsi atas nama mahasiswa sebagai berikut:

Nama : Ellena Agesty Budiyan
NIM : 2002107023
Program Studi : Pendidikan Ekonomi
Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Judul Skripsi : Pengaruh Brand Image, Brand Trust, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Penggunaan Ulang Jasa Pada Ekspedisi Kantor Pos Indonesia di Kecamatan Jogorogo

Berdasarkan hasil pembimbingan dan validasi pustaka dengan rincian sebagai berikut:

- a. Isi skripsi mahasiswa yang bersangkutan telah sesuai dengan format dan memenuhi syarat.
- b. Validasi sumber pustaka berjumlah sumber pustaka telah sesuai dengan yang dituliskan dalam skripsi.

Untuk nama mahasiswa di atas, berhak/tidak berhak mengikuti ujian skripsi. Demikian berita acara ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dapat dipergunakan semestinya.

Menyetujui,

Pembimbing I



Drs. Wikanjo, M. Pd

NIDN. 0020116701

Madiun, 25 Juni 2024

Pembimbing II



Yahya Reka Wirawan, M. Pd

NIDN. 0706079001

Mengetahui,

Kaprodi Pendidikan Ekonomi

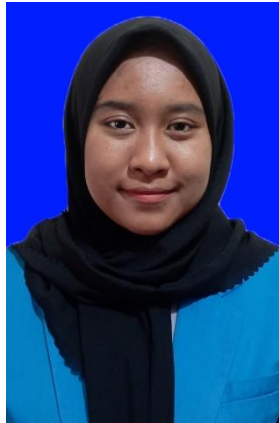


Ramadhan Prasetya Wibawa, M. Pd

NIDN. 0726048801

Lampiran 16 Daftar Riwayat Hidup

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Ellena Agesty Budiyanı dilahirkan di Kecamatan Jogorogo, Kelurahan Dawung, Kabupaten Ngawi pada tanggal 15 Agustus 2001, anak pertama dari dua bersaudara, pasangan bapak Yatiman dan ibu Heni Prasetyowati. Tamat SDN Dawung 1 pada tahun 2014, SMPN 1 Jogorogo pada tahun 2017, SMAN 1 Jogorogo pada tahun 2020.

Pendidikan berikutnya ditempuh di program studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas PGRI Madiun. Semasa menjadi mahasiswa aktif dalam kegiatan lomba mengenai Inovasi Bisnis. Seperti contoh Lomba Inovasi Kewirausahaan Mahasiswa Indonesia (LIKMI), Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha (P2MW), dan Lomba Proposal Bisnis Tingkat Mahasiswa Nasional. Dan aktif dalam organisasi UKKI selama 1 periode tahun 2020-2021 sebagai devisi humas.

Lampiran 17 Lembar Persetujuan Publikasi Jurnal

**PERSETUJUAN PEMBIMBING TERHADAP ARTIKEL ILMIAH YANG
DIPUBLIKASIKAN**

Nama : Ellena Agesty Budiyani
NIM : 2002107023
Program Studi : Pendidikan Ekonomi
Judul Artikel : Pengaruh *Brand Image*, *Brand Trust*, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Penggunaan Ulang Jasa Pada Kantor Pos Indonesia di Kecamatan Jogorogo
Jurnal/ Prosiding : PROSPEK : Prosiding Pendidikan Ekonomi yang dituju

Pembimbing I



Drs. Wikanso, M.Pd
NIDN. 0007126603

Disetujui Tanggal: 12 Juli 2024

Pembimbing II




Yahya Reka Wirawan, M.Pd
NIDN. 0706079001

Disetujui Tanggal: 12 Juli 2024

Mengetahui,

Kaprodi Pendidikan Ekonomi



Ramadhan Prasetya Wibawa, M.Pd

NIDN. 0726048801