

**LAMPIRAN - LAMPIRAN**

## KUISIONER PENELITIAN

PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA MAHASISWA FEBI UIN RADEN FATAH PALEMBANG YANG MENGGUNAKAN JASA ANGKUT *ONLINE* GRAB

### A. Petunjuk Pengisian Kuisisioner:

1. Tulislah identitas anda pada tempat yang telah ditentukan
2. Bacalah setiap pernyataan secara teliti sebelum anda menjawab
3. Pilihlah salah satu dengan memberi tanda centang (√) atau (X) pada salah satu kolom yang tersedia yaitu:
  - a. Sangat Setuju (SS)
  - b. Setuju (S)
  - c. Kurang Setuju (KS)
  - d. Tidak Setuju (TS)
  - e. Sangat Tidak Setuju (STS)
4. Tidak ada jawaban salah, semua jawaban adalah benar. Untuk itu jawablah sesuai dengan keadaan yang anda alami.

### B. Identitas Responden:

Nama :

Usia : Tahun

Semester :

Jenis Kelamin : a. Laki-laki  b. Perempuan

Sudah berapa kali anda melakukan perjalanan dengan menggunakan jasa angkutan *online* Grab

- |    |            |                          |
|----|------------|--------------------------|
| a. | 1 kali     | <input type="checkbox"/> |
| b. | 2 – 5 kali | <input type="checkbox"/> |
| c. | > 5 kali   | <input type="checkbox"/> |

### C. Angket Penelitian:

#### VARIABEL X1 PROMOSI

NO PERTANYAAN

SS S KS TS STS

#### PERIKLANAN

1. Saya mengetahui informasi mengenai jasa angkut *online* Grab melalui media elektronik
2. Iklan yang ditayangkan Grab menarik perhatian

#### PENJUALAN PERSEORANGAN

3. *Driver* Grab mampu menjelaskan informasi dengan baik
4. *Driver* Grab bersifat ramah saat menyapa pelanggan

#### PROMOSI PENJUALAN

- 5 Grab memberikan diskon jangka pendek dalam jangka waktu tertentu kepada pelanggan
- 6 *Driver* Grab memberikan potongan harga saat pelanggan menggunakan pembayaran non tunai

#### HUBUNGAN MASYARAKAT

- 7 Grab menjalin hubungan-hubungan yang baik kepada semua lini masyarakat
- 8 Grab berpartisipasi dalam hal kemasyarakatan

#### INFORMASI DARI MULUT KE MULUT



- 6 *Driver* Grab mengetahui lokasi yang akan dituju

### **ASSURANCE**

- 7 *Driver* Grab memberikan jaminan kepada pelanggan apabila terjadi sesuatu selama transaksi berjalan
- 8 Anda merasa aman saat menggunakan jasa angkut *online* Grab

### **EMPHATY**

- 9 *Driver* Grab berperilaku sopan terhadap pelanggan
- 10 *Driver* Grab mampu berkomunikasi dengan baik terhadap pelanggan

## **VARIABEL M KEPUASAN PELANGGAN**

### **NO PERTANYAAN**

**SS S KS TS STS**

### **KESESUAIAN HARAPAN**

- 1 Jasa Grab yang ditawarkan sesuai dengan ekspektasi
- 2 Jasa Grab yang anda rasakan bermanfaat bagi anda

### **MINAT BERKUNJUNG KEMBALI**

- 3 Dilain waktu anda berminat menggunakan jasa angkut *online* Grab lagi
- 4 Grab menjadi transportasi favorit saya selanjutnya

### **KESEDIAAN MEREKOMENDASIKAN**

- 5 Anda berminat mengajak teman dan keluarga untuk menggunakan jasa Grab sebagai jasa angkut *online*

6 Apabila ada orang bertanya jasa angkut *online*, berminatkah anda merekomendasikan Grab

## VARIABEL Y LOYALITAS

### NO PERTANYAAN

SS S KS TS STS

### MELAKUKAN PEMBELIAN SECARA

#### TERATUR

1 Saya akan menggunakan jasa angkut *online* Grab ketika bepergian

2 Saya akan menggunakan jasa angkut *online* Grab dimasa yang akan datang

### MEMBELI ANTARLINI PRODUK DAN JASA

3 Saya menggunakan jasa angkut *online* Grab dan juga menggunakan jasa angkut *online* lain

4 Saya menggunakan jasa angkut *online* Grab lebih dari 2 kali

### MEREKOMENDASIKAN PRODUK

#### KEPADA ORANG LAIN

5 Saya akan mengajak orang lain menggunakan jasa angkut *online* Grab

6 Saya tidak keberatan menceritakan hal menarik dan positif kepada orang lain mengenai jasa angkut *online* Grab

### MENUNJUKKAN KEKEBALAN TERHADAP PESAING

- 7 Saya menganggap jasa angkut *online* Grab merupakan transportasi *online* terbaik
- 8 Saya tidak beralih kepada jasa angkut *online* Grab walaupun terdapat kekurangan pada jasa angkut *online* Grab

## DATA RESPONDEN

No. Responden	Usia	Semester	Jenis Kelamin	Jumlah Penggunaan Grab
1	21 tahun	9	Perempuan	1 kali
2	22 tahun	9	Perempuan	> 5 kali
3	22 tahun	7	Laki-laki	1 kali
4	20 tahun	5	Perempuan	> 5 kali
5	22 tahun	8	Perempuan	> 5 kali
6	20 tahun	7	Perempuan	> 5 kali
7	21 tahun	7	Perempuan	> 5 kali
8	21 tahun	5	Perempuan	> 5 kali
9	21 tahun	7	Perempuan	> 5 kali
10	21 tahun	7	Perempuan	> 5 kali
11	20 tahun	5	Perempuan	2 - 5 kali
12	22 tahun	8	Perempuan	> 5 kali
13	21 tahun	7	Perempuan	> 5 kali
14	22 tahun	9	Perempuan	> 5 kali
15	22 tahun	7	Laki-laki	> 5 kali
16	21 tahun	7	Perempuan	> 5 kali
17	21 tahun	7	Perempuan	> 5 kali
18	19 Tahun	3	Laki-laki	> 5 kali
19	20 tahun	7	Laki-laki	> 5 kali
20	19 tahun	3	Laki-laki	> 5 kali
21	21 tahun	5	Perempuan	2 - 5 kali
22	22 tahun	7	Perempuan	> 5 kali
23	21 tahun	7	Laki-laki	2 - 5 kali
24	22 tahun	9	Laki-laki	1 kali
25	22 tahun	9	Perempuan	> 5 kali
26	21 tahun	7	Perempuan	2 - 5 kali
27	17 tahun	1	Perempuan	1 kali
28	21 tahun	5	Perempuan	2 - 5 kali
29	22 tahun	2	Laki-laki	> 5 kali
30	20 tahun	7	Perempuan	> 5 kali
31	20 tahun	5	Perempuan	> 5 kali
32	22 tahun	7	Perempuan	> 5 kali
33	19 tahun	3	Perempuan	> 5 kali
34	22 tahun	9	Perempuan	> 5 kali



35	18 tahun	1	Perempuan	> 5 kali
36	23 tahun	8	Perempuan	> 5 kali
37	21 tahun	9	Laki-laki	> 5 kali
38	22 tahun	8	Perempuan	> 5 kali
39	20 tahun	5	Perempuan	> 5 kali
40	21 tahun	9	Perempuan	2 - 5 kali
41	21 tahun	7	Perempuan	> 5 kali
42	21 Tahun	7	Laki-laki	2 - 5 kali
43	20 tahun	5	Perempuan	> 5 kali
44	21 tahun	7	Perempuan	> 5 kali
45	22 tahun	9	Laki-laki	> 5 kali
46	21 tahun	7	Perempuan	> 5 kali
47	19 tahun	3	Perempuan	2 - 5 kali
48	20 tahun	5	Laki-laki	> 5 kali
49	20 tahun	5	Laki-laki	> 5 kali
50	20 tahun	8	Laki-laki	2 - 5 kali
51	20 tahun	5	Laki-laki	> 5 kali
52	20 tahun	3	Perempuan	2 - 5 kali
53	19 tahun	3	Laki-laki	> 5 kali
54	23 tahun	8	Laki-laki	2 - 5 kali
55	21 tahun	6	Perempuan	> 5 kali
56	22 tahun	9	Laki-laki	> 5 kali
57	20 tahun	5	Laki-laki	> 5 kali
58	19 tahun	4	Perempuan	> 5 kali
59	20 tahun	5	Perempuan	> 5 kali
60	21 Tahun	7	Perempuan	> 5 kali
61	20 tahun	5	Perempuan	> 5 kali
62	20 tahun	5	Laki-laki	> 5 kali
63	20 tahun	5	Perempuan	> 5 kali
64	19 tahun	3	Perempuan	> 5 kali
65	20 tahun	5	Perempuan	2 - 5 kali
66	19 tahun	3	Perempuan	2 - 5 kali
67	20 tahun	3	Perempuan	> 5 kali
68	21 tahun	5	Laki-laki	2 - 5 kali
69	22 tahun	8	Laki-laki	> 5 kali
70	20 tahun	5	Perempuan	2 - 5 kali
71	20 tahun	5	Perempuan	> 5 kali
72	20 tahun	5	Perempuan	> 5 kali
73	20 tahun	5	Laki-laki	> 5 kali

74	20 tahun	5	Perempuan	1 kali
75	20 tahun	5	Perempuan	> 5 kali
76	23 tahun	9	Perempuan	2 - 5 kali
77	21 tahun	5	Perempuan	> 5 kali
78	19 tahun	3	Perempuan	> 5 kali
79	20 tahun	5	Perempuan	> 5 kali
80	18 tahun	3	Perempuan	1 kali
81	20 tahun	5	Perempuan	> 5 kali
82	19 tahun	3	Perempuan	2 - 5 kali
83	20 tahun	5	Perempuan	1 kali
84	20 tahun	5	Perempuan	> 5 kali
85	20 tahun	5	Perempuan	2 - 5 kali
86	21 tahun	5	Perempuan	> 5 kali
87	21 tahun	7	Laki-laki	> 5 kali
88	20 tahun	5	Laki-laki	> 5 kali
89	20 tahun	5	Perempuan	2 - 5 kali
90	19 tahun	3	Laki-laki	> 5 kali

## TABULASI DATA PENELITIAN

### 1. PROMOSI

Promosi												
X1 1	X1 2	X1 3	X1 4	X1 5	X1 6	X1 7	X1 8	X1 9	X1 10	X1 11	X1 12	Skor
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
5	5	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3,833333
1	4	5	4	4	2	4	3	3	2	4	2	3,166667
5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3,833333
4	5	3	3	3	4	5	2	4	3	3	2	3,416667
5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	3	4,5
4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3,833333
5	4	4	3	4	5	4	5	4	4	4	4	4,166667
3	3	3	3	2	2	3	4	3	3	2	3	2,833333
3	3	4	5	4	5	4	4	5	5	3	5	4,166667
4	4	3	3	3	2	3	3	2	3	3	4	3,083333
5	4	5	5	4	4	4	3	4	4	5	5	4,333333
5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4,75
3	4	4	4	3	3	3	4	3	5	3	4	3,583333
4	3	3	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4,333333
5	4	3	4	5	4	4	4	3	4	5	4	4,083333
5	5	5	4	3	2	5	5	5	5	5	5	4,5
4	3	4	4	4	3	3	5	4	3	4	4	3,75
5	4	4	4	5	5	4	4	3	4	4	4	4,166667
5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4,333333
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	4	5	4	5	4	4	3	2	3,833333
4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4,25
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3,75
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4,583333
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4,083333
4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3,833333
5	4	4	3	5	4	5	5	3	5	4	5	4,333333
3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3,666667
5	3	4	4	5	4	4	3	3	3	5	5	4

5	5	4	5	4	3	4	3	3	5	5	5	4,25
1	2	2	1	2	1	1	2	2	1	1	2	1,5
5	4	4	4	4	2	5	3	3	5	3	4	3,833333
5	4	3	4	5	4	5	3	3	4	5	5	4,166667

4	4	4	4	3	4	3	3	2	2	3	5	3,416667
5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	5	5	4	3	4	4	4	3	4	4,083333
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3,25
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4,5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4,5
4	4	4	4	4	4	3	4	3	5	3	5	3,916667
5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4,5
4	5	4	5	4	4	3	3	4	5	4	4	4,083333
5	5	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3,666667
4	3	3	3	2	3	3	4	4	4	4	4	3,416667
5	4	4	3	5	4	4	4	2	4	5	5	4,083333
5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4,583333
5	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3,75
1	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2,5
3	4	3	3	4	4	3	3	2	3	3	4	3,25
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4,083333
3	2	3	2	4	2	3	3	1	2	3	3	2,583333
4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4,5
4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	5	3,833333
4	5	4	5	4	5	3	3	5	5	5	4	4,333333
5	4	3	4	4	5	4	4	3	5	4	4	4,083333
4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4,25
4	5	4	3	4	4	4	5	5	5	4	4	4,25
4	4	3	3	4	4	4	3	4	5	4	5	3,916667
4	5	4	4	5	4	3	4	4	5	4	4	4,166667
4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4
4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	5	4	3,916667
3	4	2	4	5	5	4	3	5	5	5	4	4,083333
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	3	3	4	4	4	4	3	5	5	5	4,083333
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4,166667
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3,5
5	4	5	5	4	3	4	5	5	4	5	5	4,5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

3	5	5	4	5	4	3	4	4	5	4	3	4,083333
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	4	5	3	5	3	5	3	5	4	3	5	4,166667
4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4,5
4	5	4	5	5	3	3	4	5	5	3	5	4,25
5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4,583333
3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3,666667
5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4,333333
5	4	3	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4
5	4	5	3	5	5	4	4	5	4	5	4	4,416667
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4
4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4,583333

## 2. KUALITAS PELAYANAN

Kualitas Pelayanan										
X2 1	X2 2	X2 3	X2 4	X2 5	X2 6	X2 7	X2 8	X2 9	X2 10	Skor
2	4	3	3	4	4	1	4	4	5	3,4
4	3	2	2	4	3	2	2	3	2	2,7
3	3	2	5	1	4	1	5	1	4	2,9
3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3,5
4	5	3	2	1	3	4	1	4	3	3
4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4,6
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	5	3	5	4	4	4	3	5	4,2
3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2,9
3	5	5	3	4	5	3	5	5	5	4,3
3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2,9
4	5	4	4	4	4	4	3	3	4	3,9
4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4,8
4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4,2
3	4	4	5	4	5	4	4	4	3	4
3	5	4	4	4	4	4	4	3	4	3,9
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4,9
3	4	3	4	4	5	3	4	4	4	3,8
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3,9
4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4,4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

2	4	2	5	5	4	5	4	3	4	3,8
3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3,8
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3



4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3,9
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4,9
5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4,7
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3,9
3	5	5	3	5	5	5	5	5	3	4,4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	5	5	3	4	3	3	3,8
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4,9
2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1,8
5	4	5	3	5	5	4	5	5	5	4,6
4	5	5	4	4	4	4	5	3	4	4,2
3	5	4	3	3	4	2	4	4	4	3,6
3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3,8
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3,3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4,4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4,8
3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4,6
5	5	5	4	4	5	5	4	4	3	4,4
3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3,8
2	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3,2
3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3,5
5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4,6
3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3,5
3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2,6
3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3,6
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	4	3	2	3	3	1	2	3	4	2,7
4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4,5
4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4,8
4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4,6
4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4,2

5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4,9
3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3,3
4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4,4
5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4,6
3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3,5
5	4	5	5	3	5	5	5	3	5	4,5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	4	3	3	4	3	3	4	5	4	3,5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4,3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3,7
5	4	4	4	4	3	5	4	5	5	4,3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	3	5	5	4	3	4,1
4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4,5
4	4	4	5	3	5	3	4	5	4	4,1
4	4	5	4	3	3	3	3	3	3	3,5
3	4	3	4	4	4	4	4	5	4	3,9
5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4,6
4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3,8
5	5	3	5	4	5	5	4	4	5	4,5
3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3,5
5	4	3	5	4	4	5	4	5	4	4,3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4,1
4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4,5

### 3. KEPUASAN PELANGGAN

Kepuasan Pelanggan						Skor
M1	M2	M3	M4	M5	M6	
4	4	4	4	4	4	4
4	2	2	3	2	4	2,833333
5	2	4	2	4	2	3,166667
3	3	3	3	3	3	3
4	4	3	3	3	3	3,333333
4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4

5	5	4	5	4	5	4,666667
3	3	4	3	3	3	3,166667
5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	3	3	3	3
4	4	5	4	5	5	4,5
5	5	5	4	5	5	4,833333
4	4	4	4	4	4	4
4	3	3	3	3	3	3,166667
4	5	4	4	4	4	4,166667
5	5	5	4	5	5	4,833333
4	5	4	5	5	5	4,666667
4	4	4	3	3	3	3,5
4	5	5	5	5	5	4,833333
4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	4	3	5	4,166667
4	4	4	3	4	4	3,833333
3	3	3	3	3	3	3
4	5	4	4	4	4	4,166667
4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	4	5	5	4,666667
5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	3	4	3	4,166667
4	4	3	3	3	5	3,666667
4	5	5	4	5	4	4,5
5	5	5	5	4	5	4,833333
2	1	2	2	1	2	1,666667
4	5	5	5	5	4	4,666667
5	5	5	5	4	5	4,833333
4	5	4	3	3	3	3,666667
4	4	4	3	4	4	3,833333
5	5	5	5	5	5	5
4	4	2	3	3	3	3,166667
5	5	5	5	5	5	5
2	4	3	4	2	2	2,833333
5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	4	5	5	4,666667
4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5

4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	3	3	3	3,5
4	4	4	3	4	4	3,833333
4	4	3	2	2	2	2,833333
5	5	5	5	4	4	4,666667
4	4	4	4	4	4	4
3	2	2	3	3	2	2,5
4	4	4	3	4	4	3,833333
4	4	4	4	4	4	4
2	5	3	2	3	2	2,833333
5	5	5	4	4	4	4,5
4	5	5	5	4	4	4,5
4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	4	5	4	4,5
4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	5	5	4	4,5
4	5	5	3	3	4	4
5	5	4	4	4	5	4,5
5	4	4	4	5	5	4,5
4	4	4	4	3	4	3,833333
5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	4	4	3,833333
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5
4	3	4	4	4	4	3,833333
4	5	5	4	3	5	4,333333
5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	5	4	5	4,5
5	4	5	4	5	4	4,5
5	4	5	4	4	5	4,5
5	3	3	4	4	4	3,833333
3	4	4	4	3	4	3,666667
4	5	4	5	4	5	4,5
4	4	4	3	4	4	3,833333

5	3	5	3	5	3	4
4	4	4	4	4	3	3,833333
5	4	5	4	4	5	4,5
4	4	4	3	4	4	3,833333
5	5	5	5	4	4	4,666667

#### 4. LOYALITAS

Loyalitas								Skor
Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	
4	4	5	1	3	3	3	3	3,25
4	4	3	2	4	2	4	3	3,25
2	4	2	4	2	4	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	3	3	3	5	5	4	3	3,5
4	4	4	5	4	4	5	4	4,25
4	4	3	4	3	3	4	4	3,625
4	4	5	4	5	4	5	3	4,25
3	3	2	5	3	3	3	3	3,125
5	5	4	5	5	5	5	5	4,875
3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	2	5	5	4	4	4	4
4	4	5	5	5	5	4	4	4,5
5	4	3	4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	4	4	3	3	3,625
4	4	5	5	5	5	4	2	4,25
5	5	5	5	5	5	4	4	4,75
4	5	4	5	4	4	4	3	4,125
3	3	3	4	3	4	3	3	3,25
5	4	5	5	5	4	4	3	4,375
5	4	4	4	4	4	4	4	4,125
4	4	3	1	5	3	3	4	3,375
3	4	4	3	3	5	3	4	3,625
3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	5	5	4	4	4	3	4,125
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	4	5	4	5	5	4,625
5	5	5	5	4	4	4	4	4,5
4	4	3	3	3	4	4	3	3,5
3	4	4	5	4	5	3	3	3,875

4	4	3	3	4	4	4	4	3,75
5	4	4	5	3	4	3	3	3,875
4	4	5	5	5	5	5	4	4,625
2	2	1	2	2	2	2	2	1,875
5	5	4	5	5	5	4	4	4,625
3	4	3	5	5	4	3	3	3,75
2	2	5	5	2	1	2	1	2,5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	3	4	3	4	4	4	4	3,5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	2	3	2	1	4	4	3	2,625
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	4	4	4	4,625
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	4	2	3	4	3	3	3,125
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	4	3	3	4	3	3,25
3	3	3	3	3	4	3	4	3,25
2	3	4	3	3	2	3	2	2,75
5	5	5	4	4	4	5	5	4,625
3	4	4	4	4	4	4	3	3,75
3	3	2	2	3	3	3	3	2,75
3	4	4	4	3	4	3	4	3,625
4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	3	2	5	2	3	2	3	2,75
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	5	4	4	4	3	4
4	5	5	5	5	5	5	5	4,875
4	4	4	5	4	4	4	3	4
4	5	4	5	5	4	4	5	4,5
4	4	4	5	5	5	5	5	4,625
3	4	5	4	4	4	3	3	3,75
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	5	4	4	4	4	4,375
3	4	5	4	3	4	3	3	3,625
5	5	5	5	5	5	5	5	5

4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	4	3	4	3	3	3,75
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	4	4	5	5	4,625
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	3	3	3	2	4	4	3,375
5	4	5	4	5	5	4	4	4,5
4	4	4	4	4	4	5	4	4,125
4	4	3	4	4	5	3	5	4
3	3	4	4	5	5	3	3	3,75
5	4	5	3	4	4	3	4	4
5	5	4	4	4	5	5	5	4,625
3	4	3	4	4	3	3	4	3,5
4	5	4	5	4	5	3	3	4,125
4	5	5	5	5	5	5	4	4,75
5	4	5	4	4	5	3	5	4,375
4	3	5	5	3	4	4	4	4
4	4	3	4	5	4	5	3	4
4	4	4	4	4	5	3	5	4,125
5	4	4	4	4	4	4	5	4,25

## PERSENTASE KARAKTERISTIK RESPONDEN

### 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

#### USIA

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	47	52,2	52,2	52,2
2	43	47,8	47,8	100,0
Total	90	100,0	100,0	

### 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Semester

#### SEMESTER

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	16	17,8	17,8	17,8
2	35	38,9	38,9	56,7
3	39	43,3	43,3	100,0
Total	90	100,0	100,0	

### 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

#### JENIS KELAMIN

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	26	28,9	28,9	28,9
2	64	71,1	71,1	100,0
Total	90	100,0	100,0	

### 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan

#### FREKUENSI PENGGUNAAN

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	7	7,8	7,8	7,8



2	19	21,1	21,1	28,9
3	64	71,1	71,1	100,0
Total	90	100,0	100,0	

## OUTPUT UJI VALIDITAS DAN UJI REIABILITAS

### UJI VALIDITAS

#### 1. Promosi (X1)

#### Correlations

	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	SKOR
X1.1 Pearson Correlation		,441**	,447**	,425**	,506**								,723**
Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000								,000
N	90	90	90	90	90								90
X1.2 Pearson Correlation			,580**	,489**	,481**	,516**							,644**
Sig. (2-tailed)			,000	,000	,000	,000							,000
N	90	90	90	90	90	90							90
X1.3 Pearson Correlation				,489**	,481**	,516**	,446**						,685**
Sig. (2-tailed)				,000	,000	,000	,000						,000
N	90	90	90	90	90	90	90						90
X1.4 Pearson Correlation					,601**	,516**	,446**	,508**					,744**
Sig. (2-tailed)					,000	,000	,000	,000					,000
N	90	90	90	90	90	90	90	90					90
X1.5 Pearson Correlation						,601**	,516**	,446**	,508**				,734**
Sig. (2-tailed)						,000	,000	,000	,000				,000
N	90	90	90	90	90	90	90	90	90				90

	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X1.6	Pearson Correlation	,461*	,40	,25	,49	,60	,1	,44	,43	,48	,55	,50	,35	,712**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,014	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X1.7	Pearson Correlation	,579*	,39	,50	,40	,51	,44	,1	,48	,47	,45	,58	,40	,728**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X1.8	Pearson Correlation	,398*	,31	,51	,44	,38	,43	,48	,1	,47	,49	,41	,37	,671**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X1.9	Pearson Correlation	,348*	,43	,46	,50	,40	,48	,47	,47	,1	,56	,42	,34	,701**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X1.10	Pearson Correlation	,469*	,53	,34	,58	,50	,55	,45	,49	,56	,1	,50	,55	,776**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
X1.11	Pearson Correlation	,543*	,37	,42	,44	,56	,50	,58	,41	,42	,50	,1	,49	,740**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90

X1.12	Pearson Correlation	,504*	,26	,39	,47	,42	,35	,40	,37	,34	,55	,49	1	,659**
	Sig. (2-tailed)	,000	,012	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
SKOR	Pearson Correlation	,723*	,64	,68	,74	,73	,71	,72	,67	,70	,77	,74	,65	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	90	90	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).

## 2. Kepuasan Pelanggan (X2)

### Correlations

	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	SKOR	
X2.1	Pearson Correlation		,38	,58	,45	,37	,46	,63	,43	,43	,43	,700**
	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
X2.2	Pearson Correlation	,38		,67	,46	,49	,56	,51	,47	,55	,50	,736**
	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
X2.3	Pearson Correlation	,58	,67		,50	,60	,58	,57	,59	,55	,51	,824**
	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

X2.4	Pearson Correlation	,458**	,462**	,507**	1	,448**	,567**	,518**	,632**	,382**	,508**		,726**
	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
X2.5	Pearson Correlation	,377**	,496**	,608**	,448**	1	,537**	,576**	,538**	,582**	,484**		,750**
	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
X2.6	Pearson Correlation	,464**	,561**	,584**	,567**	,537**	1	,460**	,643**	,482**	,547**		,765**
	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
X2.7	Pearson Correlation	,631**	,516**	,572**	,518**	,576**	,460**	1	,527**	,546**	,421**		,781**
	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
X2.8	Pearson Correlation	,430**	,478**	,592**	,632**	,538**	,645**	,527**	1	,491**	,644**		,789**
	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
X2.9	Pearson Correlation	,430**	,554**	,555**	,382**	,582**	,482**	,546**	,491**	1	,524**		,733**
	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
X2.10	Pearson Correlation	,430**	,500**	,515**	,508**	,484**	,547**	,421**	,644**	,524**	1		,730**
	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

N		90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
SKOR	Pearson Correlation	,70**	,73**	,82**	,72**	,75**	,76**	,78**	,78**	,73**	,73**	1
	Sig. (2-tailed)	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	
	N	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
N		90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90

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

### 3. Kepuasan Pelanggan

#### Correlations

	M1	M2	M3	M4	M5	M6	SKOR
M1 Pearson Correlation	1	,465*	,643*	,537*	,670*		
		*	*	*	*	,648**	,780**
Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000
N	90	90	90	90	90	90	90
M2 Pearson Correlation	,465*	1	,693*	,620*	,555*		
	*		*	*	*	,611**	,791**
Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000
N	90	90	90	90	90	90	90
M3 Pearson Correlation	,643*	,693*	1	,640*	,758*		
	*	*		*	*	,626**	,869**
Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000

N		90	90	90	90	90	90
M4 Pearson Correlation	,537*	,620*	,640*	1	,658*		
	*	*	*		*	,746**	,844**
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000
N	90	90	90	90	90	90	90
M5 Pearson Correlation	,670*	,555*	,758*	,658*	1		
	*	*	*	*		,665**	,860**
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000
N	90	90	90	90	90	90	90
M6 Pearson Correlation	,648*	,611*	,626*	,746*	,665*	1	
	*	*	*	*	*		,862**

Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000			,000
N	90	90	90	90	90	90		90
SKOR Pearson Correlation	,780*	,791*	,869*	,844*	,860*		,862**	1
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	
N	90	90	90	90	90	90		90

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

#### 4. Loyalitas

##### Correlations

	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	SKOR
Y1 Pearson Correlation	1	,758*	,568*	,425**	,627**	,504**	,609**	,653**	,826**
Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Y2 Pearson Correlation	,758*	1	,557*	,521**	,689**	,591**	,665**	,688**	,872**
Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Y3 Pearson Correlation	,568*	,557*	1	,451**	,500**	,486**	,476**	,369**	,716**
Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000
N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Y4 Pearson Correlation	,425*	,521*	,451*	1	,471**	,486**	,420**	,305**	,666**
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,003	,000
N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Y5 Pearson Correlation	,627*	,689*	,500*	,471**	1	,633**	,648**	,538**	,820**
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Y6 Pearson Correlation	,504*	,591*	,486*	,486**	,633**	1	,513**	,591**	,770**
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000

	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Y7	Pearson Correlation	,609*	,665*	,476*	,420**	,648**	,513**	1	,637**	,792**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Y8	Pearson Correlation	,653*	,688*	,369*	,305**	,538**	,591**	,637**	1	,762**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,003	,000	,000	,000		,000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
SKOR	Pearson Correlation	,826*	,872*	,716*	,666**	,820**	,770**	,792**	,762**	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

### 1. Promosi

#### Case Processing Summary

	N	%
Cases Valid	90	100,0
Excluded <sup>a</sup>	0	,0
Total	90	100,0

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,910	12

### 2. Kualitas Pelayanan

#### Case Processing Summary

	N	%
Cases Valid	90	100,0

Excluded <sup>a</sup>	0	,0
Total	90	100,0

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,914	10

## 3. Kepuasan Pelanggan

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	90	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	90	100,0

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,912	6

## 4. Loyalitas

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	90	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	90	100,0

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,903	8



## OUTPUT UJI ASUMSI KLASIK

### 1. Uji Normalitas dengan Metode One Sample Kolmogorov-Smirnov Persamaan 1

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		90
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,37959092
Most Extreme Differences	Absolute	,112
	Positive	,063
	Negative	-,112
Test Statistic		,112
Asymp. Sig. (2-tailed)		,0074
Exact Sig. (2-tailed)		,195
Point Probability		,000

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

### Persamaan 2

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		90
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,34605214
Most Extreme Differences	Absolute	,086
	Positive	,064
	Negative	-,086
Test Statistic		,086
Asymp. Sig. (2-tailed)		,0994

Exact Sig. (2-tailed)	,495
Point Probability	,000

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

**2. Uji Linearitas**  
**Persamaan 1 (Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan)**

**ANOVA Table**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KEPUASAN PELANGGAN * PROMOSI	Between Groups	(Combined)	25,395	24	1,058	4,230	,000
		Linearity	22,319	1	22,319	89,220	,000
		Deviation from Linearity	3,075	23	,134	,535	,952
	Within Groups		16,261	65	,250		
Total			41,656	89			

**Persamaan 2 (Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan)**

**ANOVA Table**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KEPUASAN PELANGGAN * KUALITAS PELAYANAN	Between Groups	(Combined)	29,953	23	1,302	7,344	,000
		Linearity	27,648	1	27,648	155,922	,000
		Deviation from Linearity	2,305	22	,105	,591	,915
	Within Groups		11,703	66	,177		
Total			41,656	89			

**Persamaan 3 (Promosi terhadap Loyalitas)**

**ANOVA Table**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.

LOYALITA Between Groups (Combined)	27,658	24	1,152,847	,000
S * PROMOSI Linearity	24,518	1	24,518	,000
Deviation from Linearity	3,140	23	,137,574	,930
Within Groups	15,456	65	,238	
Total	43,114	89		

**Persamaan 4 (Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas)**

**ANOVA Table**

	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
LOYALITAS Between Groups (Combined)	29,880	23	1,299	6,479	,000
* KUALITAS PELAYANA Linearity	27,962	1	27,962	139,453	,000
N Deviation from Linearity	1,919	22	,087	,435	,984
Within Groups	13,234	66	,201		
Total	43,114	89			

**Persamaan 5 (Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas)**

**ANOVA Table**

	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
LOYALITAS Between (Combined)	31,116	15	2,074	12,794	,000
* Groups Linearity	29,436	1	29,436	181,548	,000
KEPUASAN PELANGGA N Deviation from Linearity	1,680	14	,120	,740	,728
Within Groups	11,998	74	,162		
Total	43,114	89			

## 1. Uji Multikolinieritas Persamaan 1

### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	,147	,294		,500	,618		
PROMOSI	,308	,109	,262	2,834	,006	,414	2,414
KUALITAS PELAYANAN	,679	,102	,614	6,647	,000	,414	2,414

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

### Persamaan 2

### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-,152	,270		-,565	,574		
PROMOSI	,262	,104	,219	2,510	,014	,379	2,636
KUALITAS PELAYANAN	,319	,115	,283	2,769	,007	,275	3,639
KEPUASAN PELANGGAN	,443	,098	,436	4,508	,000	,308	3,248

a. Dependent Variable: LOYALITAS

## B. Uji Heterokedastisitas dengan Uji Glejser Persamaan 1

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,102	,188		,541	,590
PROMOSI	,124	,070	,292	1,788	,077
KUALITAS PELAYANAN	-,079	,065	-,197	-1,203	,232

a. Dependent Variable: Abs\_res

### Persamaan 2

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,297	,174		1,713	,090
PROMOSI	,058	,067	,149	,857	,394
KUALITAS PELAYANAN	-,047	,074	-,128	-,629	,531
KEPUASAN PELANGGAN	-,019	,063	-,059	-,308	,759

a. Dependent Variable: Abs\_res2

## OUTPUT ANALISIS REGRESI

### Persamaan 1

#### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,832 <sup>a</sup>	,692	,685	,383929

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI

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

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	28,832	2	14,416	97,799	,000 <sup>b</sup>
Residual	12,824	87	,147		
Total	41,656	89			

- a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN
- b. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,147	,294		,500	,618
	PROMOSI	,308	,109	,262	2,834	,006
	KUALITAS PELAYANAN	,679	,102	,614	6,647	,000

- a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

**Persamaan 2**

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,868 <sup>a</sup>	,753	,744	1,352036

- a. Predictors: (Constant), KEPUASAN PELANGGAN, PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN

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

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	32,456	3	10,819	87,297	,000 <sup>b</sup>
Residual	10,658	86	,124		
Total	43,114	89			

- a. Dependent Variable: LOYALITAS
- b. Predictors: (Constant), KEPUASAN PELANGGAN, PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,152	,270		-,565	,574
	PROMOSI	,262	,104	,219	2,510	,014
	KUALITAS PELAYANAN	,319	,115	,283	2,769	,007
	KEPUASAN PELANGGAN	,443	,098	,436	4,508	,000

a. Dependent Variable: LOYALITAS.

### OUTPUT ANALISIS JALUR (PATH ANALYSIS)

#### Persamaan 1 ( X1 ke Y melalui M)

Run MATRIX procedure:

\*\*\*\*\*

Preacher and Hayes (2008) SPSS Macro for Multiple Mediation Written by Andrew F. Hayes, The Ohio State University [www.afhayes.com](http://www.afhayes.com)  
 For details, see Preacher, K. J., & Hayes, A. F. (2008). Asymptotic and resampling strategies for assessing and comparing indirect effects in multiple mediator models. *Behavior Research Methods*, 40, 879- 891.  
 Also see Chapter 5 of Introduction to Mediation, Moderation, and Conditional Analysis. New York: The Guilford Press. <http://www.guilford.com/p/hayes3>  
 \*\*\*\*\*

Dependent, Independent, and Proposed Mediator Variables:

DV = Y  
 IV = X1  
 MEDS = M

Sample size  
 90

IV to Mediators (a paths)

	Coeff	se	t	p
M	,8620	,0855	10,0786	,0000

Direct Effects of Mediators on DV (b paths)

	Coeff	se	t	p
M	,6011	,0831	7,2366	,0000

Total Effect of IV on DV (c path)

	Coeff	se	t	P
X1	,9035	,0839	10,7716	,0000

Direct Effect of IV on DV (c' path)

	Coeff	se	t	P
X1	,3853	,0978	3,9385	,0002

Model Summary for DV Model

R-sq	Adj R-sq	F	df1	df2	P
,7308	,7246	118,0619	2,0000	87,0000	,0000

\*\*\*\*\*

BOOTSTRAP RESULTS FOR INDIRECT EFFECTS

Indirect Effects of IV on DV through Proposed Mediators (ab paths)

	Data	Boot	Bias	SE
TOTAL	,5182	,5165	-,0017	,0815
M	,5182	,5165	-,0017	,0815

Bias Corrected Confidence Intervals

	Lower	Upper
TOTAL	,3717	,6988
M	,3717	,6988

\*\*\*\*\*

Level of Confidence for Confidence Intervals:

95

Number of Bootstrap Resamples:

1000

\*\*\*\*\*

NOTES



\*\*\*\*\*

----- END MATRIX -----

### Persamaan 2 (X2 ke Y melalui M)

Run MATRIX procedure:

\*\*\*\*\*

Preacher and Hayes (2008) SPSS Macro for Multiple Mediation Written by Andrew F. Hayes, The Ohio State University [www.afhayes.com](http://www.afhayes.com)

For details, see Preacher, K. J., & Hayes, A. F. (2008).

Asymptotic

and resampling strategies for assessing and comparing indirect effects in multiple mediator models. *Behavior Research Methods*, 40, 879-891.

Also see Chapter 5 of *Introduction to Mediation, Moderation, and Conditional Analysis*.

New York: The Guilford Press.

<http://www.guilford.com/p/hayes3>

\*\*\*\*\*

Dependent, Independent, and Proposed Mediator Variables:

DV = Y

IV = X2

MEDS = M

Sample size

90

IV to Mediators (a paths)

	Coeff	se	t	p
M	,9010	,0684	13,1791	,0000

Direct Effects of Mediators on DV (b paths)

	Coeff	se	t	p
M	,5149	,0969	5,3146	,0000

Total Effect of IV on DV (c path)

	Coeff	se	t	P
X2	,9061	,0711	12,7433	,0000

Direct Effect of IV on DV (c' path)

	Coeff	se	t	P
X2	,4422	,1071	4,1269	,0001

Model Summary for DV Model

R-sq	Adj R-sq	F	df1	df2	p
,7347	,7286	120,4562	2,0000	87,0000	,0000

\*\*\*\*\*

BOOTSTRAP RESULTS FOR INDIRECT EFFECTS

Indirect Effects of IV on DV through Proposed Mediators (ab paths)

	Data	Boot	Bias	SE
TOTAL	,4639	,4610	-,0029	,0984
M	,4639	,4610	-,0029	,0984

Bias Corrected Confidence Intervals

	Lower	Upper
TOTAL	,2764	,6557
M	,2764	,6557

\*\*\*\*\*

Level of Confidence for Confidence Intervals: 95

95

Number of Bootstrap Resamples:

1000

\*\*\*\*\*  
\*\*\*\*\*

NOTES

----- END MATRIX -----