

DAFTAR PUSTAKA

- Alam S.S., Aziz NA., Nazri MA., dan Omar NA.(20 11). "Retail Loyalty Programs In Malaysia: The Relationship Of Equity, Value, Satisfaction, Trust, And Loyalty Among Cardholders". *Journal of Business Economics and Management*. 12.2 (June 2011): p332.
- Adji P. dan Subagio H.,(2013). Pengaruh Retail Mix Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa UK Petra di Circle K Siwalankerto Surabaya, *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra* Vol. 1, No. 2, (2013) 1-10.
- Ameed, S. Shahul dan Rani P. Uma (2015). "Impact Of Membership Card On Retention Of Customers In Retail Sector In Chennai ",*International Journal Of Management (JJM)*, ISSN 0976-6510 (Online) Volume 6, Issue 1, pp. 427-439, January (2015).
- Arokiasamy, Anantha Raj A.(2012). "The Effect Of Marketing Mix And Customer Perception On Brand Loyalty". *IOSR Journal of Business and Management (IOSRJBM)* ISSN: 2278-487X Volume 4, Issue 2 (Sep,-Oct. 2012), PP 01-11.
- Aryani, Dwi dan Rosinta, Febrina .(2010). "Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan", *Bisnis & Birokrasi, Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, Volume 17, Nomor 2 Mei-Agus 2010; 114-126 ISSN 0854-3844.
- Beneke, Justin., Cumming, Ryan., Blampied, Simon., dan Parkfelt, Justin., (2015)." Scrutinising the effectiveness of customer loyalty programmes: A study of two large supermarket chains in South Africa", *African Journal of Business Management*, Vo.9(5), pp 212-222, 14 March 2015, AN: 2CA888451250, ISSN 1993-8233, 2015.
- Bhatia,SC.(2008). *Retailing Management*.Atlantic Publisher. Delhi
- Boone LE.& Kurtz D.L, (2015). *Cotemporary Marketing*, Cengage Learning, Canada.
- Budisantoso T., Mizerski T.(2010)The Influence of Shopping Motivation, Optimum Stimulation Level, Perception of Store Atmosphere, and Satisfaction on Papatronage Intention, In: *Proceedings of ANZAfAC Annual Conference 2010*, pp. 1-8. From: ANZMAC 2010 Australian and New Zealand Marketing Academics Conference 2010, Christchurch, New Zealand.

- Buchari Alma, (2008). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Butscher, Stephan A. (2002). *Customer Loyalty Programmes and Clubs*. Second Edition, Gower Publishing Company. Burlington
- Buttle, Francis. (2009). *Customer Relation Management, concepts and technologies*. 2nd Edition. Elsevier's. USA.
- Chinomona R., Sandada M. (2013) Customer Satisfaction, Trust and Loyalty as Predictors of Customer Intention to Re-Purchase South African Retailing Industry, *Mediterranean Journal of Social Sciences*, MCSER Publishing, Rome-Italy. Vol 4 No 14 November 2013, E-ISSN 2039-2117 ISSN 2039-9340
- Charles V dan Kumar M. (2014). *Business Performance Measurement & Management*, Cambridge Scholar Publishing, Newcastel, UK.
- Chou, Pin Fenn (2014). "An Evaluation Of Service Quality, Trust, And Customer Loyalty In Home-Delivery Services". *International Journal of Research In Social Sciences*, April. 2014. Vol. 3, No. 8, ISSN 2307-227X.
- Curran, James M; Healy, Brian C (2014), "The Loyalty Continuum: Differentiating Between Stages Of Loyalty Development" *Journal of Marketing Theory and Practice* Volume: 22, Pages: 367-383, ISSN: 10696679, 2014.
- Dunne, Patrick. Lusch, Robert and Carver, James. (2011). *Retailing*. 7th Edition South-western Cengage Learning. Mason.
- Ene, Selda dan Gökaya, Betül (2014). "A Study On Corporate Image, Customer Satisfaction And Brand Loyalty In The Context Of Retail Stores". *Asian Social Science*; Vol. 10, No. 14; 2014 ISSN 1911-2017 E-ISSN 1911-2025.
- Ersi, D.Y., Samuel, H (2014). Analysis Crm, Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Produk Ukm Berbasis Bahan Baku Terigu Di Jawa Timur, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 8, No. 1, April 2014 DOI: 10.9744/pemasaran.8.1.1-8 ISSN 1907-235X.
- Evanschitzky H., Ramaseshan B., Woisetschlager DM., Richelsen V., Blut M., Backhaus C. (2011). "Consequences Of Customer Loyalty To The Loyalty

- Program And To The Company". *J. of the Acad. Mark. Sci.* DOI 10.1007/s11747-011-0272-3, Academy of Marketing Science 2011.
- Faizul, Ahmad. (2008). "Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Ritel Terhadap Kepuasan Dan Hubungannya Dengan Loyalitas Pelanggan Plaza Medan Fair Di Medan", *Tesis Pasca Sarjana*, Universitas Sumatera Utara Medan.
- Ferrell, O.C , Hartline, M. (2012). *Marketing Strategy Sixth Edition*, Cengage Learning, Australia.
- Foster,Bob.(2013). Peranan Bauran Penjualan Eceran (Retailing Mix) Yang Baik Dalam Mernbangun Industri Ritel Modem Yang Tangguh Di Indonesia, *Jn Search E-Journal Kopertis Wilayah JY*, Vol 10, ISSN 2085-7993, 2013.
- Gerald V.Rosanno (2011), "Panama's Low-Income Consumer, Brand Loyalty Panamaian Consumer", *ISBN -10:1-61233-755-4 ISBN-13:978-1-6123-755-5. Dissertation.com* Boca Raton, Florida USA
- Ghozali, Imam .(2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan IBM SPSS 19*, Edisi 5, Semarang.
- Glaser dan Traynor. (2014) .*Strategic Practice management, Business and Procedural Considerations*, Prural Publishing, Sandiego.
- Gomez BG., Arranz AMG., Cilla JG. (2012). "Drivers Of Customer Likelihood To Join Grocery Retail Loyalty Programs. An Analysis Of Reward Programs And Loyalty Cards". *Journal of Retailing and Consumer Services* 19, 492-500. (2012)
- Griffin, Jill., (2005), Kartini, Dwi.(trans). *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelan99an*, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Ha Nguyen Thu, Minh Nguyen Hue, Anh Phan Chi dan Matsui Yoshiki (2015) "Retailer Service Quality and Customer Loyalty: Empirical Evidence m Vietnam"*Asian Social Science; Vol. 11, No. 4; ISSN 1911-2025*, 2015.
- Hair ,J.F., Celsi,M.W, Money,A.H., Samouel P, dan Page ,M.J.(2011), *Essentials of Business Research ,M.E. SharpeMethods Secon Edition*, Amonk, New York.
- Kanjaya, Meshvara dan Susilo,Yongky.(2010) . *Retail Rule: melihat keunggulan dan Potensi Bisnis Rite/ Makanan di Masa Depan*. Jakarta.

- Kesombua, Sopida. (2010) The demographic factors and elements of retail marketing mix that most influence consumers to Shop at Mom and Pop Shops or 7-Eleven outlets in the Radburana District of Bangkok, *The Master's Project*, 2010.
- Kotler, Burton, Deans, Brown dan Armstrong (2013), *Marketing 9th Edition*, Pearson Australia Group, Australia.
- Kotler, Phillip. (2005), *Marketing Management Eleventh Edition*, New Jersey : Prentice Hall Inc.
- Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane.(2007). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Keduabelas. Jilid Kesatu, Jakarta:Erlangga.
- Juliandi,A., Irfan., Manurung,S. (2014), *Metodologi Penelitian Bisnis, Konsep dan Aplikasi*, UMSU Press, Medan
- Kusnendi,(2005). *Model Persamaan Struktural (SEM) dengan Program LISREL8*, Badan Penerbit Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung.
- Lamb, Hair, Mc.Daniel. (2013). *Marketing*. Cengage Learning ,South-Western,USA.
- Laurse,B., Little ,T., Card, N. (2012). *Handbook of Development Research Methods* , The Guilford Press, New York, USA
- Liu, Yuping. (2007). "The Long-Term Impact Of Loyalty Programs On Consumer Purchase Behavior And Loyalty " *Journal of Marketing Vol. 71 (October 2007)*, 19-35, American Marketing Association ISSN: 0022-2429.
- Lee Hyung Seok.(2013). "Major Moderators Influencing the Relationships of Service Quality, Customer Satisfaction and Customer Loyalty", *Asian Social Science*; Vol. 9, No. 2; 2013 ISSN 1911-2017 E-ISSN 1911-2025.
- Manuaba, Ida B.G.B., (2015) "Analisis Tingkat Brand Loyalty Konsumen Sepeda Motor Merek Honda Di Pt. Tri Mitra Bali Motor Semabaung Gianyar", *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, Vol:5, No.1., Tahun 2015.
- Mardian, R. (2011). "Pengaruh Promosi Penjualan Untuk Meningkatkan Omzet Warung Tradisional", *Tesis Pascasarjana*, Universitas Udayana Denpasar, 2011.

- Oliver, L.R. (2015). *Satisfaction A Behavioral Perspective on the Consumer second Edition*, Routledge Taylor & Francis Group, New York, USA.
- Omar N.A., Aziz NA., dan Nazri MA. (2011). "Understanding The Relationships Of Program Satisfaction, Program Loyalty And Store Loyalty Among Cardholders Of Loyalty Programs". *Asian Academy of Management Journal*, Vol. 16, No. 1, 21-41, January 2011.
- Omar N.A., Musa R., Aniza C., Wel C., dan Aziz NA. (2012). "Examining The Moderating Effects Of Programme Membership Duration In The Retail Loyalty Programme- A Multi Groups Causal Analysis Approach". *World Applied Sciences Journal* 19(3): 314-323, 2012 ISSN 1818-4952.
- Pallas Florian, Groening Christopher, dan Mittal Vikas. (2014) "Allocation of Resources to Customer Satisfaction and Delight Based on Utilitarian and Hedonic Benefits", *Journal of Research in Marketing Volume 2 No. I*, Techmind Research, ISSN:2292-9355, February 2014.
- Romero, Claudia Buhamra Abreu. (2013). *Retailing Management: Concept, Guidelines, and Practices*. Authohouse. Bloomington.
- Rahman, Muhammad Khalilur. (2014). "Empirical Evaluation Of Customer Loyalty In Malaysian Retail Outlets ". *Journal of Marketing Management*, June 2014, Vol. 2, No. 2, pp. 129-143 ISSN: 2333-6080 (Print), 2333-6099 (Online).
- Rachmawati, Rina. (2010). "Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Sebuah Kajian Terhadap Bisnis Makanan)", *Teknubuga*, Volume 2 No. 2 -April 2010.
- Rahman, MK., Jalil, Md. Abdul. (2014). "Exploring Factors Influencing Customer Loyalty: An Empirical Study on Malaysian Hypermarkets Perspective". *British Journal of Applied Science & Technology* 4(12): 1772-1790, 2014.
- Rizka M., Widji A. (2013) Customer Loyalty the Effects of Service Quality and The Mediating Role of Customer Relationship Marketing TelKom Speedy in Jember Area, *Society of Interdisciplinary Business Research, Rev. Integr. Bus. Econ. Res.* Vol 2(1).
- Saili T., Mingli Z., dan Zhichao C. (2012). "The Effects Of Loyalty Programs On Customer Loyalty: The Mediating Role Of Customer Value And The Moderating Role Of Relationship Benefits" . *African Journal of Business Management* Vol. 6(11), pp. 4295-4309, 21 March, 2012.

- Sari, Hesti Kartika.(2009). "Efektivitas Loyalty Program Dalam Customer Relationship Management Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Studi Kegiatan Divisi Retensi Dalam Pelaksanaan Loyalty Program Im3@School Community Pada PT Indosat Tbk. Kantor Cabang Malang)", *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Volume 6, Nomor 2, Desember 2009: 177-206.
- Semuel, Hatane. (2006). "Ekspektasi Pelanggan Dan Aplikasi Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Toko Moderen Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Intervening (Studi Kasus Pada Hypermarket Carrefour Di Surabaya)". *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 1, No. 2, Oktober 2006: 53-64.
- Setiawan, Aeron dan Kunto, Yohanes Sondang.(2013). "Pengaruh Retail Mix Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Toko Musik Melodia Surabaya". *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra* Vol. 1, No. 2, (2013) 1-11
- Singh, Ajmer.(2013). "Relationship between Service Quality and Customer Satisfaction in Organized Retail Outlet" *Developing Country Studies*, ISSN 2224-607X, Vol 3, No1, 2013
- Sia, Florencia T. dan Subagio, Hartono .(2013). "Analisa Pengaruh Price, Service Quality, Dan Corporate Image Terhadap Customer Loyalty Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Konsurnen Ipo Korean Cafe Dan Restaurant Surabaya", *Jurnal Manajemen Pemasaran* Vol. 1, No. 1, (2013) 1-8 .
- Strahle J. (2015), *Emotionalizing Fashion Retail*, Hestellung un Verlag: BoD-Books on Demand, Norderstedt.
- Sugiarto dan Sitinjak T (2006). *Lisrel*, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Sugiyono.(2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*. ALFABETA, Bandung
- Solomon, Hughes dan Stuart.(2014), *Afarketing:Real People, Real Choices*, 7th edition.Pearson Australian Group, Australia.
- Tayyab, Muhammad Hanif dan Rajput, Amer (2014). "Service Quality Orientation With Customer Satisfaction And Customer Loyalty Revisited Through Literature". *Middle-East Journal of Scientific Research* 21 (3): 550-555, 2014 ISSN 1990-9233.
- Wijanto, Setyo H. (2015), *Jlletode Penelitian menggunakan Structural Equation Modeling dengan LISREL 9*, Lembaga Penerbitan Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta.

- Wijaya Rony HA, Subagio Hartono, dan Sugiharto S..(2013).Analisa Retail Mix Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Toko 39 Semarang. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra* (2013).
- Wijaya, S., Thio, S. (2008). Membership card dan pengaruhnya dalam meningkatkan loyalitas pengunjung restoran di Surabaya *Jurnal Eksekutif*, Vol 5, No 1, pp 13-25.
- Yu-Jia Hu (2012), The Moderating Effect Of Brand Equity And The Mediating Effect Of Marketing Mix Strategy On The Relationship Between Service Quality And Customer Loyalty: The Case Of Retail Chain Stores In Taiwan, *The International Journal of Organizational Innovation* Vol 5 Num 1 Summer 2012
- Zakaria I., Rahman BA., Othman AK. Yunus NAM. Dzulkpli MR., Osman MAF. (2013). "The Relationship Between Loyalty Program, Customer Satisfaction And Customer Loyalty In Retail Industry: A Case Study". *International Conference on Innovation, Management and Technology Research*, Malaysia, 22 -23 September, 2013.
- Zulganef (2005). " Keterhubungan Pelanggan Sebagai Variabel Pemoderat Dalam Hubungan Antara Kepuasan Menyeluruh Dengan Niat Untuk Loyal", *Simposium Riset Ekonomi II Surabaya*, 2005



UNIVERSITAS
MERCU BUANA



LAMPIRAN

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Kepada Bapak/Ibu/Sdr.

Dalam rangka penyusunan tesis dengan mengenai Implikasi Program Loyalitas Keanggotaan Hicard Dan Bauran Pemasaran Ritel Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Hypermart Di Kota Medan, saya mohon kesediaannya untuk mengisis kuesioner dibawah ini, yang terbagi ;

1. Data reponden, pada bagian ini diberikan tanda (v) pada depan huruf yang menjadi pilihan. dan
2. Data Kuesioner terdapat lrom STS= sangat tidak setuju, TS = tidak setuju, N = netral, S = setuju, SS = sangat setuju, berilah tanda (v) di dalam lrom yang menjadi pilihan.

Atas partisipasi Bapak/Ibu/Sdr. Saya ucapkan terimakasih.

Salam Hormat

Benny B

Berilah tanda silang pada jawaban di bawah ini !

I. DATA RESPONDEN

Jenis KcIamin :	a	Pria
	b	Wanita
Usia anda :	a	di bawah 20 tahun
	b	20-35 tahun
	c	36-50 tahun
	d	Di atas 50 tahun
Jenis pekerjaan Anda :	a	neirawai neaeri
	b	karवान SWBSta
	c	ibu rumah tangga
	d	Wiraswasta
	e	lain-lain
Suku bangsa	a	Jawa
	b	Balak
	c	Tionlthoa
	d	Melayu
	e	India
	f	Lain-lain
Rentang pendapatan 1 Bn bulanan Anda :	a	Di bawah Rp 3.000.000
	b	Rp 3.000.001-Rn 8.000.000
	c	Rp 13.000.001-Rll 18.000.000
	d	Di atas RD 18.000.000
Rata-rata berapa kali berbelanja di Hypermart dalam sebulan	a	1-2 kali
	b	3-4 kali
	c	Diatas 4 kali
Saya memiliki kartu Hicard	a	Ya
	b	Tidak
Saya memiliki kartu Member dari toko lain, selain Hicard	a	Tidak
	b	1 - 2 buah
	c	3 - 4 buah
	d	diat.as 4 buah
Jarak dari rumah tinggal ke Hypermart	a	Dibawah 2 km
	b	2 - 6 km
	c	6- 10 km
	d	Diatas 10 km
Saya berbelanja di Hypermart	a	Tolro Sun Plam
	b	Tolro Palladium
	c	Tidak, Lain lain.....

II. KUESIONER

Berilah tanda silang pada kolom yang sesuai dengan jawaban Anda!

A) Bauran Pemasaran Ritel, Keterangan :

STS=sangat tidak setuju., TS=tidak setuju., N=netral, S=setuju., SS=sangat setuju

No	Item	STS	S	N	S	SS
DI	Hypermart menyediakan bermacam-macam kategori produk (barang kebutuhan sehari-hari, pakaian, dll) sesuai dengan kebutuhan					
D6	diorganisasikan dan dikategorikan dengan baik					
D7	... Fresh : Bahan-bahan dan makanan segar lainnya memiliki mutu baik					
D8	Hypermart menjual berbagai produk khusus yang tidak didaftarkan di tempat lain					
PD9	Kualitas Non Fresh ; alat rumah tangga elektronik, peralatan benuk baik					
IG1	Hal-hal yang ditawarkan oleh Hypermart sesuai dengan kualitas					
HG2	Hal-hal yang ditawarkan oleh Hypermart murah jika dibandingkan dengan toko sejenis					
IG3	Hal-hal yang ditawarkan oleh Hypermart transparan dan dapat dilakukan sama untuk semua					
04	Kepercayaan di toko baik dan dapat untuk berbelanja					
NS	... tidak ...					
M	Hypermart memiliki tingkat kebersihan yang baik (tidak berbau dan bersih)					
NS	Hypermart memiliki fasilitas lain seperti ...					
L09	Pelayanan toko menarik membuat senang berbelanja di Hypermart					
S1	Sistem pencatatan di ... bebas dari kesalahan					
CS2	Perilaku karyawan baik sehingga dapat memuaskan pelanggan					
CS3	Pramuniawan berlaku ramah dan memberikan salam terhadap pelanggan					
CS4	Informasi barang-barang di Hypermart selalu up-to-date					
CS5	Celuhan saya dapat ditanggapi dengan baik oleh petugas Hypermart					
CS6	Sangat mudah untuk menukarkan barang yang rusak setelah pembelian					
CS7	Hypermart memiliki jam buka-tutup toko selalu tepat waktu					
SS	Bertindak di Hypermart mudah, selain tunai dapat menggunakan non tunai (kartu kredit, debit, dll)					
PR1	Saya mengetahui Hypermart mengadakan promosi dengan berbagai cara seperti media cetak, elektronik					
PR2	Saya menyukai cara promosi yang dilakukan oleh Hypermart (misalnya : sopan, tidak SARA, dan memelihara aspek kekerasan)					
R3	Saya terinformasikan jika ada ...					
R4	Hypermart selalu menginformasikan produk-produk baru					
PRS	Hypermart membuktikan bahwa semua informasi terbukti benar					
R6	Waktu untuk memberikan promosi cukup lama, sehingga memberikan kesempatan saya untuk membeli					
R7	Saya tahu Hypermart mengadakan tema, acara (event) khusus untuk menarik pembeli (misalkan ...)					
RS	Saya menetahui Hypermart mengadakan tur serta rama kePusat sosial					
K1	Hypermart mudah diakses melalui ...					
"JG	Hypermart menyediakan ...					

B. Program Loyalitas (Program Hewan), Keterangan :

STS=sangat tidak setuju., TS=tidak setuju., N=netral, S=setuju., SS=sangat setuju

No	Item	STS	S	N	S	SS
ND	... memiliki kartu Hicard					
NT1	... dengan imbalan					
111	... karena memiliki kartu Ricard					
"1>1	... diberikan oleh kartu Ricard ...					
"11'2	... waktu yang cukup untuk ...					
<¥3	Dengan memiliki kartu Hicard saya mendapatkan penawaran lebih baik dalam menebus ...					
NA!	Saya memiliki kartu Hicard ...					
'A2	... ditawarkan khusus ...					
'A3	Saya menantikan selalu program-program Hicard berikutnya					

111	Jntuk.n....atkan kartu HicardRt mudah
1112	Poin atau S ditawarkan mudah. dan teriano-kau hare:anva
1113	a-m.erasa n..... karena noinu.....ntelrmm>ul tidak hilane:
1114	Jengan memiliki kartu Ricard, saya selalu mendapatkan infonnasi produk atau discowt lebih dahulu
1115	avn m.erasa lebih nVMmn berbelanja karena memiliki Kartu Ricard
1116	Pro1ml.m Hicard mudah diikuti oleh semua kalamrn

C. Loyalitas Pelanggan (LP), Keteiangan :

STS = sangat tidak setuju, TS = tidak setuju, N = netral, S = setuju, SS = sangat setuju

No	Pemyataan	STS	rs	N	S	SS
P1	akan berbelanja kembali di Hvnernart secara teratur.					
P2	akan merekom.endasikan Hvnernart icP.rn1 Inn orang lain					
LP3	Sava akan mencerite.kan hal-halvng baik ten.tang Hvnennart					
P4	bersediaa-eluarkan lebihbanV<lll" 11<1no untuk.mem.beli ban..... barane: di Hvnennart					
PS	akan membeli be:rba.e:ai mmmP" atau iasa lainnva vani:r ditawmkan Hvnennart					
P6	aya berseclia menghiraukan promosi atau janji dari pesaing lain dan tetap berbelanja di					

D. Kopuasan Pelanggan (KP), Jsilah kedua kolomkaodisi yang dihanipkan dan kondisi sebenarnya

Ketenmgan :) Keadaan yang dihanipkao :

5 = Sangat Pen.ting, 4 = Pen.ting, 3 = Netra, 2 = Tidak Pen.ting, 1 = Sangat Tidak Pen.ting

b) Keadaan yang seberuunya :

5 = San1:at Baik, 4 = Baik, 3 = Netral, 2 = Tidak Baik, 1 = S.maat Tidak Baik

	semVHtaan	em -si vj rnr di hnnil kan					n lrlil li van sebenamva				
111	Peralatan yang digunakan Toko Hypermart modern dan akurat.										
112	Fasilitas gedung Toko Hypermart ATM. Tempat Parlcir dalam kondisi baik.										
113	ce:rvawan Toko Hypermart berpenampilan rapi clan professional										
Ke4	oleo Hype:rmart memplyai design dan layout belanja yang nyaman										
CP6	oleo Hypermart menyediakan produk clan jasa sesuai yang dijanjikan										
CP9	awan mampu memberikan jawaban yang baik dan ramah lUtuk menyelesaikan nenioalan										
110	UD'awan mampu melakukan Transaksi produk clan jasa secara cepat akorat										
KP11	memberikan Kemudahan dalam transak:si barana clan iasa Karyawan aktif menawarkan kemudab.an da1am. memberikan										
113	...lael.....										
KP14	elayanan Karyawan Hypennart cepat tanggap clan tepat										
115	8D'awan Hypermart meoyampailan kepastiao batas wa1dn transaksi tau penukaran hadiah										
116	oko Hype:rmart memberikan respon yang baik ketika ada pennintaan -Jann -kebutuhan nroduk. at.nnnn iasa										
KP17	LUIYawan Hypennart menumbuhkan rasa percaya para pelanggan										
119	istem tmnsaksi produk dan jasa Toko Hypermart berjalan dengan In.....i baik										
KP20	ypennart menjamin produk dan jasa akan diberikan sesuai dengan lllng dijanjikan										
1121	Pelanggan merasa aman dan nyaman ketika mereka berada di area Inrn										
1123	11) "awan Toko Hypermart memabami dan peduli kebutuhan										
KP24	awan Toko Hypermart memperlakuk:an pelanggan dengan ll.enenuhati. dan ram.ah										
KP28	awan Toko Hypermart mengutamakao kepcntingan kepcotingan										
1129	TOOUuk: dan jasa yang dit.awarkan Hypennart sesuai dengan kebutuhan -Jann										
1130	Kopuasan saya sebagai Pelanggan SeclllU KeselUIUban terhadap										

Lampiran 2. Resume Penelitian Pendahuluan

No	Penulis/ Tahun	Judul	Hasil penelitian
1	Rachmawati. (2010)	Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Sebuah Kajian Terhadap Bisnis Makanan)	<p>a) Kepuasan konsumen terwujud jika tingkat kepuasan yang dimaksud disini adalah kesesuaian antara apa yang dirasakan konsumen dari pengalaman konsumsinya dengan apa yang mereka harapkan sebelumnya (<i>expectations</i>).</p> <p>b) Kepuasan konsumen diperoleh jika konsumen menerima melebihi apa yang mereka harapkan (positif diskonfirmasi).</p> <p>c) Konsumen yang puas terhadap produk yang ditawarkan, akan menjadi pelanggan yang loyal (loyalitas pelanggan).</p> <p>d) Loyalitas pelanggan adalah kesetiaan pelanggan terhadap suatu produk dengan mempercayai produk tersebut dan menggunakannya berulang-ulang. Loyalitas pelanggan (<i>customer loyalty</i>) merupakan kekuatan hubungan antara sikap relatif seseorang (<i>individual's relative attitude</i>) dan bisnis berulang (<i>repeat patronage</i>).</p> <p>e) Loyalitas dapat terpenuhi karena adanya kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan tercipta karena adanya beberapa faktor antara lain; kualitas pelayanan kepada pelanggan; nilai pelanggan (<i>customer value</i>); keunggulan produk (<i>product advantage</i>).</p>
2	Azyani dan Rosinta, (2010)	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan	<p>a) Kelima dimensi pembentuk kualitas layanan terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap kualitas layanan. Dimensi terkuat dalam menjelaskan kualitas layanan berturut-turut adalah <i>reliability</i>, <i>responsiveness</i>, <i>assurance</i>, <i>empathy</i>, dan <i>tangibility</i>.</p> <p>b) Terdapat pengaruh yang kuat dan positif antara variabel kualitas layanan KFC terhadap kepuasan pelanggan, sebesar 72,9% variabel kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel kualitas layanan, sedangkan sisanya sebesar 27,1% dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel kualitas layanan.</p> <p>c) Dari penelitian ini diketahui pula bahwa tidak terdapat pengaruh antara kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pada mahasiswa FISIP UI.</p>
3	Evanschitzky & Ramaseshan & Woisetsch!ager & Richelsen & Blut & Backhaus. (2011)	<i>Consequences Of Customer Loyalty To The Loyalty Program And To The Company</i>	<p>a) Temuan ini menggambarkan bahwa praktek umum</p> <p>b) mengelola "Loyalitas" dengan memperkenalkan <i>Program Loyalitas</i> terlalu sederhana. Pelanggan membedakan antara loyalitas ke pada Program dan loyalitas kepada perusahaan. <i>Program Loyalitas</i> ini</p> <p>c) sebagian besar didorong oleh insentif</p>

			<p>ekonomi (<i>Economic Incentive</i>) menarik bagi rasional pelanggan, sedangkan Loyalitas terhadap perusahaan lebih emosional didorong oleh kualitas hubungan antara pelanggan dan perusahaan.</p> <p>d) Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua loyalitas beroperasi cukup berbeda sedemikian rupa bahwa loyalitas perusahaan berbasis emosi terutama menarik pelanggan untuk perusahaan tertentu (yaitu, outlet toko bermerek) sedangkan loyalitas perusahaan adalah prediktor kuat kunjungan ulang, preferensi toko sementara itu Loyalitas Program tidak menunjukkan signifikansi terhadap kunjungan berulang. Sebaliknya, ditemukan Program Loyalitas menjadi penting penting dalam memprediksi aktual perilaku membeli, tapi kurang begitu terhadap referensi toko.</p>
4	Omar, Aziz And Nazri. (2011)	<i>Understanding The Relationships Of Program Satisfaction, Program Loyalty And Store Loyalty Among Cardholders Of Loyalty Programs</i>	<p>a) <i>Program Satisfaction</i> memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap Program loyalitas .</p> <p>b) Kepuasan Program tidak memiliki pengaruh positif yang signifikan pada pembelian berulang, kunjungan berulang dan referensi toko. Hal ini mengejutkan Program Kepuasan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas toko.</p>
5	Alam, Aziz, Nazri dan Omar. (2011).	<i>Retail Loyalty Programs In Malaysia: The Relationship Of Equity, Value, Satisfaction, Trust, And Loyalty Among Cardholders</i>	<p>a) Pemegang kartu cenderung puas dan dihargai ketika program loyalitas disampaikan dengan perlakuan yang adil dan merata kepada pemegang kartu.</p> <p>b) Pemegang kartu cenderung mempercayai program, yang pada gilirannya menciptakan loyalitas di antara para anggota.</p> <p>c) Program Kepuasan tidak berpengaruh langsung terhadap loyalitas toko, namun memiliki pengaruh tidak langsung melalui kepercayaan <i>trust</i>. Jelas, basil III menunjukkan bahwa untuk mencapai loyalitas toko di antara pemegang kartu program, itu tidak cukup untuk memiliki pemegang kartu untuk merasa puas dengan program tetapi, mereka perlu sepenuhnya mempercayai program.</p> <p>Terdapat efek langsung Program Loyalitas terhadap Loyalitas toko menunjukkan manfaat yang ditawarkan oleh program loyalitas dapat menimbulkan loyalitas toko.</p>

6	Gomez, Arranz, Cilia. (2012).	<i>Drivers Qf Customer Likelihood ToJoin GroceryRetail Loyalty Programs. An Analysis OfReward Programs And Loyalty Cards</i>	<p>a) Perbedaan cm-cm kepribadian individu menentukan keputusan untuk mengambil bagian dalam program reward ritel dan kartu loyalitas; semakin besar kenikmatan belanja, semakin rendah kemungkinan bahwa individu akan bergabung dengan skema loyalitas.</p> <p>b) Partisipasi jika ada hal yang menguntungkan dalam <i>reward program</i>, semakin banyak keuntungan yang diharapkan bisa diperoleh dari partisipasi dalam <i>reward program</i>, semakin besar kemungkinan untuk bergabung dalam Kartu Loyalitas.</p> <p>c) Keinginan individu untuk privasi memiliki pengaruh negatif pada kemungkinan untuk memiliki kartu loyalitas.</p>
7	Anantha Raj A Arokiasamy, (2012)	<i>The Effect Of Marketing Mix And Customer Perception On Brand Loyalty</i>	Terdapat pengaruh positif yang signifikan dari harga, cita toko, intensitas distribusi, iklan dan promosi harga terhadap "loyalitas merek" hipermarket Malaysia
8	Saili, Mingli dan Zhichao, (2012)	<i>The Effects OfLoyalty Programs On Customer Loyalty: The Mediating Role Of Customer ValueAnd The Moderating Role Of Relationship Benefits</i>	<p>a) Baik nilai utilitarian dan nilai hedonis memainkan peran positif penting dalam loyalitas afektif di ritel, dan efek dari dua dimensi ini adalah setara. kedua dimensi memiliki hubungan positif dengan loyalitas, namun pengaruh nilai utilitarian lebih tinggi dari nilai hedonis. Oleh karena itu, nilai yang dirasakan pelanggan tidak hanya bisa mempromosikan perilaku pembelian ulang mereka, tetapi juga meningkatkan komitmen mereka untuk pengecer di tingkat emosional, loyalitas yang terbentuk melalui nilai pelanggan. Akibatnya, selama pelanggan bisa merasakan peningkatan nilai setelah berpartisipasi dalam program loyalitas, mereka akan meningkatkan perilaku dan afektif loyalitas kepada pengecer.</p> <p>b) Dampak tidak langsung dari manfaat hubungan melalui nilai pelanggan jauh lebih tinggi, jika pengecer memberikan hubungan manfaat lebih kepada anggota, mereka akan merasa nilai pelanggan lebih banyak dan menjadi lebih setia kepada pengecer.</p>
9	Omar, Musa, Wei dan Aziz. (2012).	<i>Examining The Moderating Effects Of Programme Membership Duration In The Retail Loyalty Programme- A Multi Groups Causal Analysis Approach</i>	<p>a) Manfaat Program adalah penentu penilaian terhadap Kepuasan Program dan pada selanjutnya mempengaruhi Loyalitas Toko. Ini memberikan bukti empiris bahwa manfaat program yang memegang peran unggulan dalam pembentukan Kepuasan Program dan L-Oyalitas Toko.</p> <p>b) Manfaat Program memiliki dampak yang signifikan terhadap Loyalitas melalui Program Loyalitas Toko. Oleh karena itu,</p>

			<p>peran mediasi dari <i>Program Trust</i> dan <i>Program Commitment</i> bisa dihilangkan</p> <p>c) Bagi Anggota baru, kepuasan terhadap program sangat berpengaruh terhadap loyalitas toko. Sementara untuk anggota lama, lebih melihat Manfaat Program yang bernilai tinggi, kecenderungan untuk setia kepada program loyalitas, pada gilirannya loyalitas kepada toko, sehingga pada anggota lama kepuasan pelanggan tidak relevan dalam pembentukan Loyalitas Toko.</p>
10	Lee, (2013)	<i>Major Moderators Influencing the Relationships of Service Quality, Customer Satisfaction and Customer Loyalty</i>	<p>a) Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara signifikan mempengaruhi loyalitas pelanggan.</p> <p>b) Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan merupakan hal yang signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Dengan demikian, hasil menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan dapat paling signifikan dipengaruhi oleh layanan berkualitas tinggi, dan kualitas pelayanan masih penting untuk mempertahankan pelanggan dan mempertahankan daya saing. Artinya, jika pelanggan merasa layanan telepon selular berkualitas tinggi, mereka mungkin lebih cenderung menetap dengan penyedia layanan yang ada dan merekomendasikan penyedia kepada orang lain serta mendorong pelanggan untuk berbagi pengalaman positif mereka dengan orang lain.</p>
11	Zakaria, Rahman, Othman, Yunus, Dzulkipli, Osman. (2013).	<i>The Relationship Between Loyalty Program, Customer Satisfaction And Customer Loyalty In Retail Industry: A Case Study</i>	<p>a) Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara program loyalitas dan kepuasan pelanggan di JUSCO AEON AU2 Setiawangsa Taman, Kuala Lumpur. Temuan mengkonfirmasi bahwa Mitra Belanja Program, Hadiah Penebusan, Perlindungan Asuransi, dan Harga Khusus berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.</p> <p>b) Namun, temuan juga menegaskan bahwa Rebate Voucher Hadiah, Hari Anggota dan Majalah tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan terhadap program loyalitas JCARD.</p> <p>c) Sementara itu, untuk loyalitas pelanggan, ada hubungan yang positif dan signifikan antara program loyalitas dan loyalitas pelanggan. Mitra Belanja Program, Hari Anggota yang, Rabat Gift Voucher dan Harga Khusus berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Namun, temuan juga menegaskan bahwa Penebusan Hadiah, Perlindungan Asuransi, dan Majalah tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas</p>

			pelanggan dan terhadap program loyalitas JCARD.
12	Harsono, Wijaya, Subagio, Dan Sugiharto. (2013).	Analisa Retail Mix Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Toko 39 Semarang	<p>a) Variabel independen yaitu <i>customer service, location, pricing, store design and display, merchandise assortments</i>, dan <i>communication mix</i> di Toko 39 Semarang berpengaruh signifikan pada variabel dependen yaitu <i>customersatisfaction</i>.</p> <p>b) Customer Service Variabel <i>customer service</i> ini menjadi variabel yang signifikan dan positif mempengaruhi <i>customer satisfaction</i> secara <i>partial</i>.</p> <p>c) <i>Location, Pricing, Store Display and display, merchandise assortment, communication</i> ini menjadi variabel yang signifikan mempengaruhi <i>customer satisfaction</i> secara <i>partial</i> di Toko 39 Semarang</p>
13	Setiawan Dan Kunto,(2013).	Pengaruh Retail Mix Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Toko Musik Melodia Surabaya	<p>a) Variabel <i>merchandise assortInent, pricing, communication mix, store design & display, customer service</i> dan <i>location</i> secara simultan berpengaruh signifikan, hanya pada <i>customer service</i> dan <i>location</i> secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Musik Melodia Surabaya.</p> <p>b) Variable <i>Merchandise Assortment</i> merupakan variabel yang berpengaruh paling dominan terhadap Kepuasan Pelamrnan.</p>
14	Singh (2013)	<i>Relationshipbetween a) Service Quality and Customer Satisfaction in Organized Retail Outlet</i>	<p>a) Penelitian dilakukan untuk mengetahui hubungan antara lima dimensi yaitu aspek fisik, reliabilitas, interaksi personal, pemecahan masalah dan kebijakan, ditemukan empat faktor menjadi sangat signifikan; interaksi personal, kehandalan, pemecahan masalah, dan aspek fisik mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kualitas layanan secara keseluruhan dirasakan di toko-toko rite!</p> <p>b) Kehandalan muncul sebagai faktor terkuat memiliki hubungan dengan kualitas keseluruhan yang diikuti oleh interaksi personal, pemecahan masalah, dan aspek fisik.</p> <p>c) Pelanggan yang mengunjungi gerai rite! lebih banyak akan membeli lebih banyak dan karni juga pelanggan akan lebih loyal ke outlet rite! di masa depan juga, dibandingkan yang mengunjungi gerai rite! dengan jumlah kurang dari kunjungan 2-3 kali/ bulan</p> <p>d) Hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan di toko-toko rite!, korelasi sangat signifikan pada tingkat ($p = 0,01$). Tiga dimensi yaitu kebijakan, pemecahan masalah dan kehandalan muncul sebagai faktor signifikan untuk memprediksi</p>

			kepuasan pelanggan. pelanggan.
15	Sia dan Subagio. (2013)	Analisa Pengaruh Price, Service Quality, Dan Corporate Image Terhadap Customer Loyalty Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Konsumen Ipo Korean Cafe Dan Restaurant Surabaya	<p>a) <i>Price, Service quality</i> dan <i>Corporate image</i> berpengaruh signifikan terhadap customer satisfaction Ketiga variabel menunjukkan hubungan yang positif terhadap <i>customer satisfaction</i>.</p> <p>b) <i>Customer satisfaction</i> sebagai variabel intervening juga berpengaruh signifikan terhadap customer loyalty. Selain itu, ada pengaruh yang positif antara <i>customer satisfaction</i> dan <i>customer loyalty</i>.</p> <p>c) Faktor yang berpengaruh dominan terhadap customer satisfaction di Ipo Korean Cafe and Restaurant Surabaya adalah <i>service quality</i> karena mempunyai nilai <i>standardized regression weight</i> terbesar, selanjutnya adalah <i>corporate image</i> dan terakhir adalah <i>price</i>.</p>
16	Foster B. (2013)	Peranan Bauran Penjualan Eceran (Retailing Mix) Yang Baik Dalam Membangun Industri Ritel Modern Yang Tangguh Di Indonesia	<p>a) Lokasi toko sangat mempengaruhi tingkat profitabilitas dan keberhasilan usaha dalam jangka panjang.</p> <p>b) Pelayanan kepada konsumen dilakukan pedagang eceran untuk memberikan: (1) kemudahan kepada konsumen potensial dalam berbelanja atau mengenal tempat barang/jasa yang disediakan, (2) kemudahan pelaksanaan transaksi pembelian, (3) kepuasan pelanggan terhadap jasa atau barang setelah transaksi.</p> <p>c) Harga merupakan faktor utama penentuan posisi dan harus diputuskan sesuai dengan pasar sasaran, bauran ragam produk, dan pelayanan, serta persaingan.</p> <p>d) Agar konsumen merasa senang berkunjung, maka pedagang eceran harus senantiasa mengusahakan suasana yang menyenangkan bagi para pengunjung suasana tersebut dapat diciptakan melalui 3 hal yaitu eksterior, interior dan tata letak.</p> <p>e) Pramuniaga yang berkualitas akan menunjang suatu perusahaan untuk dapat mempertahankan konsumennya.</p> <p>f) Ragam produk dan kualitas produk haruslah diperhatikan dalam ritel modern sehingga konsumen dapat dengan senang hati untuk menjadi pelanggan ritel tersebut dan tidak mudah berpaling kepada pesaing.</p> <p>g) Metode promosi ritel modern dirancang dengan sangat baik jika dibandingkan dengan ritel tradisional. Konsumen ritel modern sangat menyadari keberadaan toko, produk yang di jual beserta barganya dan juga program-program promosi lainnya.</p>
17	Curran, Healy, Brian.	<i>The Loyalty Continuum:</i>	Penelitian terhadap 11 variabel (barga, type tetap, pen11:bindaran risiko, program reward oroduk,

	(2014)	<i>Differentiating Between Stages Of Loyalty Development</i>	<p>layanan, komitmen, harapan pertemuan, nilai yang dirasakan, keunggulan dirasakan, ikatan sosial) dimana variabel-variabel m1 telah mempengaruhi loyalitas.</p> <p>Loyalitas pelanggan memiliki 3 segmentasi ; Loyalitas rendah, Loyalitas menengah dan Loyalitas Tinggi. Segmentasi Loyalitas tidak menetap pada satu segemen namun dapat berpindah kepada segmen lainnya, produk, layanan, dan merek merupakan factor yang beroen2aruh untuk oer2eseran se2entasi tersebut.</p>
18	Tayyab And Rajput. (2014)	<i>Service Quality Orientation With Customer Satisfaction And Customer Loyalty Revisited Through Literature</i>	<p>a) Kualitas layanan penting bagi perusahaan untuk mencapai keunggulan kompetitif atas pesaing perusahaan.</p> <p>b) Perusahaan-perusahaan harus selalu fokus pada peningkatan kualitas pelayanan.</p> <p>c) Kepuasan pelanggan juga tergantung pada kualitas layanan.</p> <p>d) Kepuasan pelanggan meningkatkan loyalitas pelanggan.</p>
19	Pallas, Groening, Mittal (2014)	<i>Allocation of Resources to Customer Satisfaction and Delight Based on Utilitarian and Hedonic Benefits</i>	<p>Hasil penelitian menunjukkan pentingnya memperhatikan kepuasan pelanggan berdasarkan tingkat manfaat, bahwa terdapat perbedaan berdasarkan tingkat manfaat hedonis dan utilitarian yang tertanam dalam penawaran perusahaan. Perusahaan-perusahaan yang menawarkan jasa atau produk dalam kategori hedonis tinggi bisa mendapatkan keuntungan dari investasi di tingkat yang lebih tinggi dari kepuasan pelanggan. Sedangkan layanan atau produk terutama memberikan manfaat utilitarian, memuaskan pelanggan hanya akan memiliki efek yang kecil. Perusahaan harus hati-hati meninjau konteks hedonis atau utilitarian untuk menyesuaikan strategi manajemen pelarnrnan.</p>
20	Muthuvel dan Sirajudeen. (2014)	<i>Impact of Service Quality Dimensions on Customer Satisfaction- An Empirical Study Using RSQS in Shopping Mall</i>	<p>Temuan dari studi bahwa kualitas pelayanan merupakan bagian penting dari kepuasan pelanggan. Studi ini menemukan hubungan positif antara semua dimensi kualitas layanan ritel (<i>Retail service quality, Physical aspect, Reliability, Personal Interaction, Problem solving, Policy</i>) dan kepuasan pelanggan. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa keandalan dan hubungan antar pribadi adalah prediktor signifikan dari kepuasan pelanggan. Retailer perlu memahami dimensi ini dengan hati-hati dan untuk memberikan kualitas layanan yang lebih baik. Dengan memahami dimensi ini mereka harus mengembangkan strategi mereka di pasar untuk mencapai kepuasan pelanggan yang maksimal.</p>

21	Rahman, dan Jalil. (2014)	<i>Exploring Factors Influencing Customer Loyalty: An Empirical Study on Malaysian Hypermarkets Perspective</i>	Kualitas pelayanan, lcuualitas produk dan strategi harga memiliki hubungan yang signifikan dengan loyalitas pelanggan pada gerai rite! dalam konteks hypermarket di Malaysia. Secara empiris hubungan kausal antar konstruk memiliki hubungan yang berpengaruh secara bersamaan terhadap loyalitas pelanggan.
22	Ene & Ozkaya. (2014)	<i>A Study On Corporate Image, Customer Satisfaction And Brand Loyalty In The Context Of Retail Stores</i>	Citra perusahaan akan bermanfaat untuk meningkatkann kepuasan pelanggan dan penciptaan loyalitas merek, sehingga disimpulkan variabel " <i>Reatil Corporate Image</i> " memiliki efek positif pada "Kepuasan Pelanggan". Selain itu, kepuasan pelanggan berpengaruh positif dalam meningkatkan loyalita.s merek.
23	Chou. (2014)	<i>An Evaluation Of Service Quality, Trust, And Customer Loyalty In Home-Delivery Services</i>	<ul style="list-style-type: none"> a) Kualitas pelayanan secara positif mempengaruhi loyalitas pelanggan. b) Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif pada kepercayaan c) Terdapat hubungan positif antara kepercayaan dan loyalitas pelanggan pada pelayanan antar rumah di Taiwan
24	Rahman. (2014)	<i>Empirical Evaluation Of Customer Loyalty Jn Malaysian Retail Outlets</i>	<ul style="list-style-type: none"> a) Hipermarket Malaysia dikunjungi lebih banyak pelanggan perempuan daripada laki-laki ini menandakan bahwa hipermarket menawarkan produk yang lebih cocok bagi perempuan dibandingkan dengan laki-laki. b) Produk dan makanan Hypermarket lebih cocok untuk melayani pelanggan menikah, oleh karena itu, pelanggan menikah masih setia dan mereka ingin membeli semua makanan segar di satu tempat. c) Promosi dengan mengurangi harga penting karena aspek pendapatan dari pelanggan, tingkat pendapatan pelanggan yang rendah, memiliki komitmen lebih tinggi disbanding pelanggan tingkat pendapatan menengah dan tinggi. Karena memiliki penawaran dan pilihan yang lebih banyak dan mereka mudah untuk beralih ke outlet lain karena pilihan yang lebih baik dengan barang dan jasa yang lebih baik.
25	Beneke, Blampied, Cumming dan Parkfelt, (2015)	<i>Scrotinising the effectiveness of customer loyalty programmes: A study of two large supermarket chains in South Africa</i>	<p>Membandingkan Pogram loyalitas berupa <i>Accumulated Point Reward (APR)</i> and <i>Item-Based Discount (IBD)</i>.</p> <p>Pelanggan lebih memilih IDB yang diwakili oleh diskon tunai. karena merupakan imbalan langsung.</p> <p>Terdapat perbedaan yang signifikan antara program. program IDB memiliki efek lebih besar pada kepuasan pelanggan daripada program APR. Harga imbalan diskon adalah dan imbalan terukur untuk pelanggan serta jauh lebih mudah daripada mengumpulkan atau memperoleh poin.</p> <p>Program IDB memiliki efek lebih besar pada</p>

			retensi pelanggan daripada program APR. Hasil ini menyatakan bahwa kepuasan pelanggan dapat menjadi penentu atau diperlukan untuk retensi pelanggan.
26	Thu Ha, Hue Minh, Chi Anh & Matsui. (2015)	<i>Retailer Service Quality and Customer Loyalty: Empirical Evidence in Vietnam</i>	Diantara komponen berkualitas 6 layanan; Aspek Fisik, Pemecahan Masalah, Interaksi pribadi, Kebijakan, dan Informasi Merchandise, menunjukkan dampak positif yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan sedangkan Keandalan (<i>Reliability</i>) hanya menunjukkan hubungan positif tetapi tidak signifikan secara statistik. Namun Interaksi Pribadi dan Aspek fisik adalah dua faktor yang mengungkapkan dampak yang terkuat. Pelanggan dengan pendapatan rendah memberikan evaluasi lebih baik tentang beberapa komponen kualitas pelayanan supermarket dan juga memiliki tingkat loyalitas yang lebih tinggi terhadap supermarket, dibandingkan tingkat penghasilan yang tinggi.
27	Ameed, dan Rani. (2015)	<i>Impact Of Membership Card On Retention Of Customers In Retail Sector In Chennai</i>	Kartu keanggotaan tidak memberikan dampak signifikan terhadap retensi pelanggan

Lampiran 3. Multi Karakteristik Pelanggan

Jenis Kelamin, Usia, Pekerjaan, Suku Bangsa dan Jarak tempat tinggal

Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan	Suku Bangsa	Jarak tempat tinggal	Jumlah Pelanggan		
					Pria	Wanita	Total
20-35 tahun	ibu rumah tangga	lat. ak	- 6 km	1.6%	0.0%	0.1	
		... Total		1.2%	0.0%	0.1	
		... Total		2.8%	0.1%	1.	
		... Total	12- 6km	0.8%	0.0%	0.5	
		... Total		0.8%	0.1%	0.5	
		... Total	- 6 km	2.8%	0.0%	1.6	
		... Total		0.8%	0.0%	0.5	
		... Total		3.6%	0.1%	2.1	
		... Total	16-10 km	0.4%	0.0%	0.2	
		... Total	- lain Total	0.4%	0.1%	0.2	
	... Total	Melayu	2.4%	0.0%	1.4		
	... Total	... law Total	2.4%	0.1%	1.4.		
	... Total	... lughoa	2.8%	0.1%	1.6		
	... Total		0.8%	0.0%	0.5		
	... Total	... MO. Total	3.6%	0.1%	2.1		
	... Total	ibu rumah tangga - Total	13.5%	0.1%	7.7		
	Dryawan 5WUla	ibu rumah tangga	lat. ak	- 6 km	1.6%	1.1%	1.4.
			... Total	6-10 km	1.2%	0.5%	0.9
			... Total		2.8%	1.6%	2.3.
			... Total	- 6 km	0.8%	0.1%	0.5
... Total			- 10 km	0.4%	0.5%	0.	
... Total			... Total	1.2%	0.5%	0.7	
... Total			awa	0.8%	0.0%	0.5	
... Total			- 6 km	1.2%	0.5%	0.9	
... Total			Wal 10 km	0.4%	0.5%	0.	
... Total			ibowah2 km	0.0%	1.1%	0.5	
... Total	awa Total	2.4%	2.2.	2.3.			
... Total	lain-lain	0.4%	0.0%	0.2			
... Total	- 6 km	0.4%	0.5%	0.2			
... Total	... lain Total	0.4%	0.5.	0.5			
... Total	l-clayu	0.8%	0.5.	0.7			
... Total	- 10 km	0.0%	1.1%	0.5			
... Total	... aata* 10 km	0.0%	0.5%	0.2			
... Total	ibowah2 km	0.4%	1.1%	0.7			
... Total	... law Total	1.2%	3.3.	2.1			
... Total	ioDghoa	0.8%	2.2.	1.4.			
... Total	... lughoa	0.4%	0.5%	0.5			
... Total	... lughoa	0.8%	0.0%	0.5			
... Total	... Total	2.0%	2.7.	2.3			
... Total	... Total	9.9%	10.9.	10.8			
... Total	... Total	0.0%	0.5%	0.2			
... Total	... Total	0.0%	0.5.	0.2			
W...lain ... Total	ibu rumah tangga	lat. ak	- 6 km	0.4%	0.0%	0.2	
		... Total	- 10 km	0.4%	0.0%	0.1	
		... Total		0.8%	0.0.	0.5	
		... Total	- 10 km	0.8%	0.5.	0.7	
		... Total	ibowah2 km	0.4%	0.1%	0.2	
		... Total	awa Total	1.2%	0.5.	0.7	
		... Total	- lain	0.4%	0.1%	0.2	
		... Total	... lain Total	0.4%	0.1.	0.2	
		... Total	... Total	1.2%	0.5.	0.7	
		... Total	... Total	1.2%	0.5.	0.7	
... Total	... Total	3.6%	1.1.	2.5			
Wimawaat.&	ibu rumah tangga	lat. ak	- 6 km	3.2%	1.6%	2.	
		... Total	ibowah2 km	0.8%	0.5%	0.7	
		... Total		3.2%	0.5%	2.1	
		... Total	lat. ak Total	7.6%	2.7	5.3	
		... Total	... Total	0.0%	0.5.	0.2.	
		... Total	... Total	0.0%	0.5.	0.2.	
		... Total	... Total	0.4%	2.2%	1.1	
		... Total	... Total	0.4%	0.5%	0.5	
		... Total	awa Total	1.6%	1.1.	1.4.	
		... Total	... Total	2.4%	3.8.	3.1	
... Total	lain-lain	0.0%	0.5%	0.1			
... Total	ibowah2 km	0.0%	0.5%	0.1			
... Total	... lain Total	0.0%	1.1.	0.5			
... Total	... Total	1.6%	1.1.	1.4.			
... Total	- 6 km	1.6%	1.1.	1.4.			
... Total	ibowah2 km	0.4%	1.1.	0.			
... Total	Melayu Total	2.0%	2.1.	2.3.			
... Total	... Total	0.4%	1.6%	0.7			
... Total	... Total	0.8%	0.0%	0.5			
... Total	ibowah2 km	1.2%	1.1.	1.4.			
... Total	... Total	2.4%	3.3.	2.8			
... Total	Wiruwut.& Total	13.1%	14.2.	14.1			
20-35 tahun Total		64.1%	26.8.	30.1			

6-Sotalm	ibu rumah		-10 km ibawah1 km	4.0%	0.4%	0.2%
		Tot*		4.8%	0.8%	2.0%
			-10 km ibawah2 km	0.8%	0.4%	0.4%
		Tot*		2.0%	0.4%	0.4%
		ToW	0.8 km ibawah1 km	4.4%	1.6%	0.8%
		Tot*		6.7%	0.5%	0.5%
		Lain-lain	0 km ibawah1 km	0.0%	0.4%	0.4%
		Tot*		0.4%	0.5%	0.5%
		-lain Total	1.6 km ibawah2 km	1.6%	0.4%	0.4%
		Tot*		2.4%	0.4%	0.4%
		layu	1.6 km ibawah2 km	3.6%	2.0%	0.8%
		Tot*		6.3%	0.8%	0.8%
				22.6%	0.0%	13.6%
				0.0%	4.0%	2.1%
		ibu rumah	T*1		-10 km ibawah2 km	0.0%
Tot*				0.0%	1.1%	0.7%
	-10 km ibawah2 km			0.4%	1.6%	0.9%
Tot*				0.4%	1.6%	0.9%
ToW	1 km ibawah2 km			0.8%	2.2%	1.4%
Tot*				3.6%	2.2%	3.4%
-T*1	0.8 km ibawah2 km			4.8%	0.4%	5.1%
-Jam	0.4%			0.4%	0.2%	
-lain Total	0.4%			0.4%	0.2%	
layu	0.4%			1.1%	0.5%	
Tot*	0.0%			1.1%	0.5%	
layu Total	0.4%			3.8%	1.1%	
Tot*	0.0%			0.4%	0.5%	
Tot*	0.4%			0.4%	2.5%	
ibu rumah	T*1				-10 km ibawah2 km	6.7%
		Tot*		6.7%	2.4%	14.3%
			0.0%	0.5%	0.2%	
		Tot*		0.4%	0.5%	0.2%
		-lain Total	0.4%	1.1%	0.5%	
		Tot*		0.4%	0.5%	0.7%
		Tot*		0.4%	2.2%	1.1%
		-T*1	1.2 km ibawah2 km	1.2%	0.5%	0.5%
		-T*1	0.8 km ibawah2 km	0.8%	1.1%	0.5%
		-Jam	2.0%	1.1%	1.1%	
		-lain Total	0.0%	0.5%	0.2%	
		@layu	0.4%	1.1%	0.5%	
		layu Total	0.0%	0.5%	0.2%	
		Tot*	0.8%	2.2%	1.4%	
		Wirausaha	Totm		-10 km ibawah2 km	0.0%
Tot*				0.0%	0.5%	0.2%
	0 km ibawah1 km			0.0%	1.1%	0.5%
Tot*				0.0%	1.1%	0.5%
Tot*				0.0%	0.5%	0.2%
Tot*				0.0%	0.5%	0.2%
Tot*				0.0%	0.5%	0.2%
Tot*				0.0%	0.5%	0.2%
Tot*				0.0%	0.5%	0.2%
Tot*				0.0%	0.5%	0.2%
Tot*				0.0%	0.5%	0.2%
Tot*				0.0%	0.5%	0.2%
Tot*				0.0%	0.5%	0.2%
Tot*				0.0%	0.5%	0.2%
Wirausaha Total				0.0%	2.2%	0.5%

	Javn Total		2.8%	3.3	
			1.2%		0.7
		-10 km	0.8%	0.1	0.5%
		dibawah 2 km	0.0%	0.5	0.2
Tot&	Tot*	2.0%	11.1	1.6
			5.2%		7.
	...W-lain	Tot*	0.4%	0.1	0.2
	-lain Total		0.4%	0.1	0.2%
	-pegawai negeri	Tot&	0.4%	0.5	0.
		Tot&	0.4%	0.5	0.
		0 - 6km	0.0%	0.5	0.2
		Tot&	0.0%	0.5	0.2
		10 km	0.0%	0.5	0.2
			0.0%	0.5	0.2
	law	Tot&	0.0%	0.5	0.2
		Tot&	1.2%	2.	
			0.0%	0.5	0.2
			1.6%	4.4	0.2
			0.0%	0.5	0.2%
	"lirastwa.		0.0%	0.5	
	uawa Total		0.0%	1.1	0.
	r'lirastw& Total		0.0%	1.1	0.
11.dibawah 20 tahun Total			11.1%	17.5	13.
Tot*			100.0%	100.	100.0%

Lampiran 4. Karakteristik Pelanggan, Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan

Jenis kelamin	Usia	Pekerjaan	Pendapatan	Sutuban	Data					
					AVG KEPUAS	AVG LOYALITAS				
Pria	20-35 tahun	Karyawan swasta	Rp 1.000.001-Rp 18.000.000	Batak India Melayu Tionghoa	3.32 3.85 3.75 3.23	2.61 3.50 2.67 2.17				
			Ro 13.000.001-Ro 18.000.000 Total		3.41	2.56				
			Rp 3.000.001-Rp 8.000.000	Jawa Melayu	3.60 3.56	2.75 3.17				
			Rn 3.000.001-Rn 8.000.000 Total		3.57	3.05				
			Rp 8.000.001-Rp 13.000.000	Jawa Tionghoa	3.20 3.38	2.42 2.67				
			Ro 8.000.001-Ro 13.000.000 Total		3.29	2.54				
			Dibawah Ro 3.000.000	I Lalah	3.05	2.17				
			Dibawah Rn 3.000.000 Total		3.05	2.17				
			karyawan swasta Total		3.42	2.71				
			lain-lain							
			Rn 3.000.001-Ro 8.000.000	Batak	4.50	3.17				
			Ro 3.000.001-Ro 8.000.000 Total		4.50	3.17				
			lain-lain Total		4.50	3.17				
			Pegawai negeri	Ro 13.000.001-Rn 18.000.000	I Jawa	3.00	2.00			
				Ro 13.000.001-Rn 18.000.000 Total		3.00	2.00			
				Rn 8.000.001-Rn 13.000.000	I Melayu	3.20	2.50			
				Ro 8.000.001-Ro 13.000.000 Total		3.20	2.50			
				Pegawai negeri Total		3.10	2.15			
			Wiruwaata	Rp 13.000.001-Rp 18.000.000	Balak India Jawa Lalah Tionghoa	2.85 2.60 4.30 3.05 3.43	2.67 2.33 3.17 3.00 2.25			
				Ro 13.000.001-Ro 18.000.000 Total		3.28	2.61			
				Rp 3.000.001-Rp 8.000.000	Batak Jawa Lalah Melayu Tionghoa	4.03 3.16 3.05 3.18 3.38	3.50 2.60 2.83 2.63 3.00			
				Rn 3.000.001-Rn 8.000.000 Total		3.31	2.81			
				Rp 8.000.001-Rp 13.000.000	Jawa Tionghoa	3.25 3.35	2.67 2.92			
				Ro 8.000.001-Ro 13.000.000 Total		3.32	2.83			
				Dibawah Rp 3.000.000	Batak Melayu	3.65 3.25	2.33 2.83			
				Dibawah Rn 3.000.000 Total		3.45	2.58			
				Diatas Ro 18.000.000	I Batak	3.85	3.17			
				Diatas Rn 18.000.000 Total		3.85	3.17			
				Wiruwaata Total		3.33	2.76			
				20-35 tahun Total		3.38	1.73			
				36-50 tahun	ibu rumah tangga	Rn 3.000.001-Rn 8.000.000	I Lain-lain	3.65	3.83	
						Ro 3.000.001-Ro 8.000.000 Total		3.65	3.83	
						Dibawah Rn 3.000.000	I Jawa	2.85	3.00	
			Dibawah Ro 3.000.000 Total				2.85	3.00		
			ibu rumah tangga Total				3.25	3.12		
			Karyawan-an swasta			Rp 1.000.001-Rp 18.000.000	Batak India Jawa Melayu Tionghoa	3.14 3.45 3.09 3.29 3.22	2.65 3.50 2.93 2.93 2.69	
						Rn 1.000.001-Rn 18.000.000 Total		3.18	2.81	
						Rp 3.000.001-Rp 8.000.000	Batak India Jawa Tionghoa	4.10 3.43 3.68 3.05	3.83 2.92 3.08 2.78	
						Ro 3.000.001-Rn 8.000.000 Total		3.43	3.02	
						Rp 8.000.001-Rp 13.000.000	India Melayu Tionghoa	2.70 3.15 2.20	2.33 2.50 2.17	
						Ro 8.000.001-Ro 13.000.000 Total		2.68	2.33	
						Dibawah Rp 3.000.000	Batak Jawa Melayu	2.75 2.80 2.85	2.50 2.83 1.50	
						Dibawah Rn 3.000.000 Total		2.78	2.39	
						karyawan swasta Total		3.14	2.76	
						lain-lain				
						Diatas Rp 18.000.000	Batak Melayu	2.95 2.70	2.83 2.17	
						Diatas Ro 18.000.000 Total		2.83	2.50	
						lain-lain Total		2.83	2.50	
						Pegawai negeri	Rp 1.000.001-Rp 18.000.000	Batak Jawa Lain-lain Tionghoa	2.94 3.53 3.35 3.25	2.63 2.67 2.67 2.67
							Rp 1.000.001-Rp 18.000.000 Total		3.18	2.65
			Rp 3.000.001-Rp 8.000.000				I Melayu	2.30	2.50	

		Rn 3000.001-Rn 8.000000 Total		2.30	2.50		
		Dibawah Rp 3.000.000	Jawa	2.60	2.33		
			Melayu	2.75	2.50		
			TionL:hoa	3.25	2.33		
		Dibawah Rn 3.000.000 Total		2.87	2.39		
		Diatas Rn 18.000.000	Melayu	2.90	2.67		
		Diaas Rn 18.000.000 Total		2.90	2.67		
		Peuwaincxcri Total		3.01	2.58		
	Viruwas.ta	Rp 13000.001-Rp 18.000000	India	3.45	2.67		
			Jawa	3.68	3.25		
			Melayu	3.25	2.17		
			Tioruzhoa	3.82	3.00		
		Rn 13000.001-Rn 18.000000 Total		3.65	2.98		
		Rp 3.000.001-Rp 8.000000	Botak	3.88	3.06		
			Melayu	3.18	2.67		
		Rn 3000.001-RD 8.000000 Total		3.60	2.90		
		Rp 8000.001-Rp 13000.000	India	3.10	2.50		
			Melayu	2.15	1.67		
		Rn 8.000.001-Rn 13.000.000 Total		2.93	2.08		
		Diatas Rp 18.000.000	Jawa	3.65	2.50		
			Tioruzhoa	3.80	2.33		
		Diaas Rn 18.000.000 Total		3.73	2.42		
		Wiraswasta Total		3.56	2.80		
	36-50 tahun Total			3.21	2.75		
	Diatas 50 tahun						
	karyawan swasta	Rp 3000.001-Rp 8.000000	Batak	3.70	3.17		
			Jawa	3.40	2.50		
			Melayu	3.10	2.50		
		Rn 3000.001-Rn 8.000000 Total		3.45	2.72		
		Ro 8.000.001-Ro 13.000.000	TionL:hoa	3.30	2.67		
		Rn 8000.001-Rn 13000.000 Total		3.30	2.67		
		Dibawah Rp 3.000.000	India	3.15	2.33		
			Jawa	3.18	3.08		
		Dibawah Rn 3000.001 Total		3.17	2.83		
		Diatas Rp 18.000.000	Jawa	4.05	4.00		
			Tiorurhoa	3.40	3.83		
		Diaas Ro 18.000.000 Total		3.73	3.92		
		karyawan Swasta Total		3.41	2.94		
	Pegawai negeri	Rp 3.000.001-Rp 8.000000	Botak	2.60	2.67		
			Jawa	3.15	3.33		
			Melayu	3.58	3.17		
		Rn 3000.001-RD 8.000000 Total		3.23	3.08		
		Ro 8.000.001-Rn 13.000.000	Botak	3.53	3.33		
		Ro 8.000.001-Ro 13.000.000 Total		3.53	3.33		
		Pcaawai necri Total		3.33	3.17		
	Wiraswasta	Rp 3000.001-Rp 8.000000	Jawa	3.75	3.17		
			Melayu	3.50	2.33		
		Ro 3000.001-RD 8.000000 Total		3.63	2.75		
		Diatas Ro 18.000.000	TiorL2hoa	3.45	3.67		
		Diatas Rn 18.000.000 Total		3.45	3.67		
		Wiraswas.ta Total		3.57	3.06		
	Diatas 50 tahun Total			3.1	3.02		
	dibawah 20 tahun						
	karyawan swasta	Rp 13000.001-Rp 18.000000	Jawa	3.10	3.00		
		Ro 13000.001-Ro 18.000000 Total		3.20	3.00		
		Rp 3000.001-Rp 8.000000	Balak	3.50	3.20		
			Jawa	3.48	2.63		
			Lain-lain	4.10	3.17		
			Melayu	3.15	2.61		
			Tioruzhoa	2.95	2.50		
		Rn 3000.001-Rn 8.000000 Total		3.41	2.83		
		Ro 8.000.001-Ro 13.000.000	Tioruzhoa	3.00	2.33		
		Rn 8.000.001-RD 13.000.000 Total		3.00	2.33		
		Dibawah Rn 3.000.000	Jawa	3.35	3.33		
		Dibawah Ro 3.000.000 Total		3.35	3.33		
		karyawan swasta Total		3.38	2.84		
	Pegawai negeri	Rp 13000.001-Rp 18.000000	Botak	3.10	2.67		
			Melayu	3.40	3.08		
		Ro 13000.001-Ro 18.000000 Total		3.30	2.94		
		Rp 3000.001-Rp 8.000000	India	3.20	3.00		
			Jawa	3.25	2.00		
			Melayu	3.23	2.83		
		Ro 3000.001-Ro 8.000000 Total		3.23	2.70		
		P.../ia necri Total		3.26	2.79		
	Wiraswas.ta	Rp 3.000.001-Rp 8.000000	Balak	3.45	3.17		
			Jawa	2.93	2.50		
		Ro 3000.001-Ro 8.000000 Total		3.10	2.72		
		Wiraswasta To<Al		3.10	2.72		
	dibawah 20 tahun Total			3.32	2.82		
				3.30	2.79		
	Pria Total						
	Wanita	20.35 tahun	ibu rumah tangga	Rn 13.000.001-Rn 18.000.000	TionL'hoa	3.40	2.17
				Ro 13000.001-Rn 18.000000 Total		3.40	2.17
				Rp 3.000.001-Rp 8.000000	India	4.50	3.67
					Jawa	3.27	2.89
					LaiD-lain	3.75	3.33
				Rn 3000.001-Rn 8000.000 Total		3.61	3.13
				Dibawah Rp 3.000.000	Batak	2.90	2.50
					Jawa	2.80	2.39

		Melayu	2.97	2.61
		Tl.....hna	2.70	2.83
		DibawahRn 3.000.000 Total	2.86	2.54
		Diatas Rp 18.000.000	3.32	2.36
			3.05	2.67
		, ,	3.08	2.28
			3.07	2.61
		T'-	3.56	3.14
		0 18.000.000 Total	3.32	2.68
		Rp 13.000.001-Rp 18.000.000	3.25	2.71
			3.73	2.67
			2.60	2.83
			2.75	2.00
		T'-i...a	3.80	3.00
		Rn 13.000.001- 18.000.000 Total	3.32	2.63
		Rp3.000.001-Rp 8.000.000	3.80	2.42
			4.17	3.17
		Jawa	3.93	2.67
		Rn 3.000.001-Rn 8.000.000 Total	3.99	2.81
		Rp 8.000.001-Rp 13.000.000	2.93	3.00
			2.30	2.33
			4.40	3.17
		Rn 8.000.001-Rn 13.000.000 Total	3.14	2.88
		DbawahRn 3.000.000	3.00	1.00
		Dbawah Rn 3.000.000 Total	3.00	2.00
		Diatas Rp18.000.000	3.87	3.07
		Jawa	3.40	2.67
			3.40	2.67
		0 18.000.000 Total	3.69	1.92
		swasta Total	3.59	2.79
	Pegawai negeri	Rp 13.000.001-Rp 18.000.000	3.70	3.00
		Lain-lain	3.45	2.67
		Rn 13.000.001- 18.000.000 Total	3.58	1.83
		Rp8.000.001-Rp 13.000.000	2.75	2.50
			3.75	2.83
			3.30	3.08
		Rn 8.000.001-Rn 13.000.000 Total	3.37	1.87
		Diatas Rp 18.000.000	3.15	1.50
			3.30	1.67
		0 18.000.000 Total	3.23	2.58
		Wnuwula Total	3.38	1.80
		Rp 13.000.001-Rp 18.000.000	3.52	2.88
			2.98	2.56
		Rn 13.000.001- 18.000.000 Total	3.37	2.19
		Rp 3.000.001-Rp 8.000.000	3.55	3.00
			2.25	1.42
			3.38	3.00
		ltn 3.000.001-ltn 8.000.000 Total	3.18	2.85
		Kn 8.000.001-Kn 13.000.000	3.10	3.33
		.KD 8.000.001-.KD 13.000.000 Total	3.10	3.33
		DbawahRp3.000.000	3.00	2.44
			3.38	2.92
		T'--a	3.05	1.33
		Dbawah Kn 3.000.000 Total	3.13	1.58
		Diatas Rp 18.000.000	3.40	3.28
			2.81	2.39
			3.15	1.44
		W.. 18.000.000 Total	3.12	2.70
		Wtr81W811:a Total	3.22	2.7.
		20-35 talnm Total	3.33	2.71
	36-50 talnm	ibumaha tangga	3.48	3.13
		Rp 13.000.001-Rp 18.000.000	3.23	3.00
			3.13	2.96
			3.00	3.00
			3.20	2.94
		Rn 13.000.001- 18.000.000 Total	3.23	3.01
		Rp 3.000.001-Rp 8.000.000	3.57	3.17
			3.18	3.00
		Jawa	3.50	3.13
		Lain-lain	4.20	4.00
			3.20	3.33
		T'- i...a	3.43	3.37
		Rn 3.000.001- Rn 8.000.000 Total	3.46	3.24
		Rp 8.000.001-Rp 13.000.000	2.81	2.25
			2.80	3.00
		TID-i...a	4.00	3.17
		Rn 8.000.001- Rn 13.000.000 Total	3.01	2.53
		Dbawah Rn 3.000.000	3.20	3.00
		Dbawah Kn 3.000.000 Total	3.20	3.00
		Diatas Rp 18.000.000	4.00	2.75
			3.55	1.00
)Btu 18.000.000 Total	3.85	2.50
			3.35	3.64
	Ru1>	Rp 13.000.001-Rp 18.000.000	3.95	3.50
		Jawa	3.70	2.83
		Lain-lain	3.50	1.83
		Rn 13.000.001- 18.000.000 Total	3.71	3.00
		Rp 3.000.001-Rp 8.000.000	3.95	3.00
		Jawa	3.60	3.17

			Melayu	3.00	3.00
			Tiorurboa	2.95	2.83
		Ro 3.000.001-Ro 8.000.000 To<al		3.52	3.11
		Rn 8.000.001-Rn 13.000.000	Jawa	3.80	2.83
		Rn 8.000.001-Rn 13.000.000 Total		3.80	2.83
		Diatas Rn 18.000.000	Jawa	3.45	2.50
		Diatas Rn 18.000.000 To 1111		3.45	2.50
		Jarvawan swasta Total		3.58	3.03
		lainlain			
		Rn 3000.001-Rn 8.000000	Jawa	3.30	2.83
		Rn 3000.001-Rn 8.000000 To<al		3.30	2.83
		lain-lain To 1111		3.30	2.83
		Pegawai negeri			
		Rp 13000.001-Rp 18.000000	Batu	2.85	3.00
			Jawa	3.43	3.11
			Melayu	2.85	3.00
		Rn 13000.001-Rn 18.000000 To<al		3.20	3.07
		Rp 3000.001-Rp 8.000000	Jawa	3.50	3.00
			Melayu	2.55	2.67
			Tion'hoa	2.85	2.17
		Rn 3000.001-Rn 8.000000 To<al		2.97	2.61
		Dibawah Rn 3.000.000	Jawa	3.20	2.67
		Dibawah Rn 3.000.000 Total		3.20	2.67
		Peizawai negeri Total		3.12	2.87
		Wiraswata			
		Ro 13000.001-Ro 18.000000	Jawa	4.05	3.00
		Ro 13000.001-Rn 18.000000 To<al		4.05	3.00
		Rp 3000.001-Rp 8.000000	Jawa	3.05	2.17
			Melayu	2.80	2.83
		Rn 3000.001-Ro 8.000000 To<al		2.93	2.50
		Wir'aswas.ta Total		3.30	2.67
		36-50 tahun Total		3.37	3.01
		Di atas 50 tahun			
		ibu rumah tangga			
		Rp 3000.001-Rp 8.000000	Batu	3.68	3.08
			India	3.05	3.00
			Jawa	3.80	2.78
			Lain-lain	2.75	3.00
			Melayu	2.80	3.17
			Tion'hoa	3.55	3.33
		Ro 3.000.001-Ro 8.000000 To<al		3.48	3.02
		Rp 8.000.001-Rp 13.000.000	Batalc	3.15	1.83
			Jawa	2.90	2.17
			Tio02hoa	4.35	3.00
		Rn 8000.001-Rn 13000.000 To<al		3.47	2.33
		Diatas Rp 18.000.000	India	3.80	2.67
			Melayu	3.90	2.67
		Dims Rn 18.000.000 Total		3.85	2.67
		ibu rumah tangga Total		3.52	2.84
		karyawan swasta			
		Rn 13000.001-Ro 18.000000	Melayu	3.80	2.67
		Ro 13000.001-Rn 18.000000 To<al		3.80	2.67
		Rp 3.000.001-Rp 8.000000	Batalc	4.05	3.00
			Jawa	3.15	2.33
			Lain-lain	3.85	2.83
			Tiorurboa	4.15	2.83
		Rn 3000.001-Rn 8.000000 To<al		3.15	2.81
		Rn 8.000.001-Rn 13.000000	Batalc	3.15	3.00
		Rn 8000.001-Rn 13000.000 Total		3.15	3.00
		Jarvawan swasta Total		3.81	2.80
		Jair.la.in			
		Ro 3000.001-Rn 8.000000	Batalc	2.25	2.33
		Rn 3000.001-Rn 8.000000 To<al		2.25	2.33
		Jain-lain Total		2.25	2.33
		Pegawai negeri			
		Rp 3000.001-Rp 8.000000	Batu	3.40	2.83
			Jawa	3.65	3.42
			Lain-lain	4.05	3.17
			Melayu	3.50	2.67
		Rn 3000.001-Rn 8.000000 To<al		3.65	3.10
		Peizawai negeri Total		3.65	3.10
		Wiraswata			
		Ro 3.000.001-Rn 8.000000	Batalc	2.60	1.33
		Rn 3000.001-Rn 8.000000 To<al		2.60	1.33
		Rn 8.000.001-Rn 13.000.000	Jawa	3.10	2.83
		Rn 8000.001-Rn 13000.000 To<al		3.10	2.83
		Diatas Rn 18.000.000	Jawa	4.20	3.33
		Diatas Rn 18.000.000 To<al		4.20	3.33
		Wiraswata Total		3.30	2.50
		Di atas 50 tahun Total		3.56	2.82
		dibawah 20 tahun			
		ibu rumah tangga			
		Rp 3000.001-Rp 8.000000	Betak	3.55	3.00
			Jawa	2.93	2.33
			Lain-lain	3.15	3.00
			Melayu	3.70	3.00
			Tioruzhoa	3.21	3.29
		Rn 3000.001-Rn 8.000000 To<al		3.23	2.98
		Ro 8.000.001-Ro 13.000.000	Melayu	3.15	3.17
		Rp 8.000.001-Rp 13.000.000 Total		3.15	3.17
		ibu rumah tangga Total		3.22	3.00
		bryawan swasta			
		Rp 13000.001-Rp 18.000000	Melayu	3.00	2.50
			Tioruzhoa	3.70	3.28
		Ro 13000.001-Rn 18.000000 To<al		3.53	3.08
		Rp 3.000.001-Rp 8.000000	Lain-lain	3.20	2.17

		Correlations															
		NP1	NP2	NP3	Nil	NI2	NI3	NA1	NA2	NA3	NRI	NR2	NR3	NK1	NK2	NK3	
NPI	Pearson Correlation	1	.600 ^o	.432 ^o	.684 ^o	.W/S ^o	.568 ^o	.S41 ^o	.579 ^o	.491 ^o	.39S'	.278	.419	.531 ^o	.S30 ^o	.327	
	Sia. 2-<ailed)		.000	.017	.000	.000	.001	.002	.001	.006	.031	.137	.021	.003	.003	.777	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
NP2	Pearson Correlation	.600 ^o	1	.082	.SS2 ^o	.478 ^o	.660 ^o	.394 ^o	.279	.089	.638 ^o	.330	.768 ^o	.245	.286	.510 ^o	
	Sia. 2-<ailed)	.000		.66S	.002	.007	.000	.031	.13S	.640	.000	.07S	.000	.191	.126	.004	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
NP3	Pearson Correlation	.432 ^o	.082	1	.344	.381 ^o	.104	.623 ^o	.676 ^o	.s99 ^o	.413 ^o	.311	.984	.718 ^o	.s6S ^o	.412 ^o	
	Sia. 2-<ailed)	.017	.66S		.062	.038	.58S	.000	.000	.000	.023	.094	.657	.000	.001	.024	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
Nil	Pearson Correlation	.684 ^o	.552 ^o	.344	1	.801 ^o	.696 ^o	.380 ^o	.542 ^o	.587 ^o	.447 ^o	.379 ^o	.411 ^o	.463 ^o	.574 ^o	.402 ^o	
	Sia. 2-<ailed)	.000	.002	.062		.000	.000	.039	.002	.001	.013	.039	.024	.010	.001	.028	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
I12	Pearson Correlation	.705 ^o	.478 ^o	.381 ^o	.801 ^o	1	.748 ^o	.636 ^o	.533 ^o	.625 ^o	.638 ^o	.619 ^o	.393 ^o	.5261 ^o	.735 ^o	.469 ^o	
	Sia. 2-<ailed)	.000	.007	.038	.000		.000	.000	.002	.000	.000	.000	.032	.003	.000	.009	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
N13	Pearson Correlation	.568 ^o	.660 ^o	.104	.696 ^o	.748 ^o	1	.465 ^o	.23S	.277	.548 ^o	.sS0 ^o	.595 ^o	.313	.597 ^o	.424 ^o	
	Sia. 2-<ailed)	.001	.000	.S8S	.000	.000		.010	.211	.138	.002	.002	.001	.092	.001	.020	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
NA1	Pearson Correlation	.541 ^o	.394 ^o	.623 ^o	.380 ^o	.636 ^o	.465 ^o	1	.578 ^o	.630 ^o	.140 ^o	.589 ^o	.429 ^o	.681 ^o	.641 ^o	.689 ^o	
	Sia. 2-<ailed)	.002	.031	.000	.039	.000	.010		.001	.000	.000	.001	.018	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
NA2	Pearson Correlation	.579 ^o	.279	.676 ^o	.542 ^o	.533 ^o	.23S	.578 ^o	1	.719 ^o	.421 ^o	.433 ^o	.244	.590 ^o	.512 ^o	.419 ^o	
	Sia. 2-<ailed)	.001	.13S	.000	.002	.011	.001		.000	.020	.017	.193	.001	.017	.004	.021	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
NA3	Pearson Correlation	.491 ^o	.089	.599 ^o	.S87 ^o	.625 ^o	.277	.630 ^o	.719 ^o	1	.467 ^o	.572 ^o	.207	.7S4 ^o	.604 ^o	.4S4 ^o	
	Sia. 2-<ailed)	.006	.640	.000	.001	.138	.000	.138	.000	.000	.009	.001	.272	.000	.000	.012	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
NRI	Pearson Correlation	.39S	.638	.413 ^o	.447	.638	.548	.740	.421	.467	1	.689	.564	.50S	.563	.7S4 ^o	
	Sia. 2-<ailed)	.031	.000	.023	.013	.000	.002	.000	.020	.009		.000	.001	.004	.001	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
NR2	Pearson Correlation	.330	.330	.311	.379	.619 ^o	.5S0 ^o	.58S ^o	.433	.S71 ^o	.689 ^o	1	.46S ^o	.441	.46S ^o	.437 ^o	
	Sia. 2-<ailed)	.137	.07S	.094	.039	.000	.002	.001	.017	.001	.000		.010	.01S	.010	.016	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
NR3	Pearson Correlation	.419	.768 ^o	-.084	.411	.393	.59S	.429	.244	.207	.564	.46S	1	.148	.189	.459 ^o	
	Sia. 2-<ailed)	.021	.000	.657	.024	.032	.001	.018	.193	.272	.001	.010		.437	.317	.010	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
NK1	Pearson Correlation	.S3t ^o	.24S	.718 ^o	.463 ^o	.526 ^o	.313	.681 ^o	.590 ^o	.1S4 ^o	.SOS ^o	.441 ^o	.148	1	.66S ^o	.501 ^o	
	Sia. 2-<ailed)	.003	.191	.000	.010	.003	.092	.000	.001	.000	.004	.01S	.437		.000	.00S	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
NK2	Pearson Correlation	.530 ^o	.286	.56S ^o	.574 ^o	.73S ^o	.597 ^o	.647 ^o	.512 ^o	.604 ^o	.563 ^o	.46S ^o	.189	.66S ^o	1	.429 ^o	
	Sia. 2-<ailed)	.003	.126	.001	.001	.000	.001	.000	.004	.000	.001	.010	.317	.000		.018	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
NK3	Pearson Correlation	.327	.510 ^o	.412 ^o	.402 ^o	.469 ^o	.424 ^o	.689 ^o	.419 ^o	.454 ^o	.7S4 ^o	.437 ^o	.459 ^o	.501 ^o	.429 ^o	1	
	Sia. 2-<ailed)	.077	.004	.024	.028	.009	.020	.000	.021	.012	.000	.016	.010	.00S	.018		
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	

^oCorrelation is signifikan at the 0.01 level of significance.

HO1	Pearson Correlation	LK1 .558	LK2 .487	LIO .447	LOI .637	L02 .519	1.03	L04 .751	1.05 .147	L06 .671	CS1 .389	CS2 .710	CS3 .624	CS4 .330	CS5 .448	CS6 .581	CS7 .243	CS8 .230	CS9 .410
HG2	S**	.001	.007	.013	.000	.003	.000	.000	.437	.000	.034	.000	.000	.075	.013	.001	.196	.222	.024
	N	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30
HG3	Pearson Correlation	.211	.231	.225	.316	.400	.531	.544	.151	.614	.424	.614	.253	.451	.550	.526	-.039	.088	.275
	S***	.264	.219	.019	.039	.028	.002	.002	.427	.000	.020	.000	.177	.012	.002	.003	.838	.645	.142
PD1	Pearson Correlation	.428	.328	.389	.711	.001	.555	.446	.341	.373	.361	.550	.453	.361	.389	.421	.500	.403	.511
	S***	.018	.077	.033	.000	.001	.001	.014	.065	.043	.050	.002	.012	.050	.034	.020	.005	.027	.004
PD2	Pearson Correlation	.649	.574	.840	.368	.378	.310	.463	.374	.490	.570	.752	.442	.409	.355	.752	.543	.751	
	S***	.000	.001	.010	.000	.045	.039	.096	.010	.042	.006	.001	.000	.014	.025	.054	.000	.002	.000
PD6	Pearson Correlation	.321	.084	.025	.000	.001	.184	.021	.001	.134	.036	.024	.001	.008	.037	.010	.024	.003	.009
	S***	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30	.30
PD7	Pearson Correlation	.338	.317	.613	.562	.249	.419	.560	.280	.383	.412	.587	.558	.473	.383	.466	.412	.519	.468
	S***	.068	.087	.000	.004	.021	.000	.000	.023	.000	.000	.000	.011	.000	.000	.000	.170	.008	.011
PD8	Pearson Correlation	.343	.305	.625	.511	.209	.333	.513	.244	.489	.565	.555	.288	.643	.696	.621	.024	.366	.278
	S***	.064	.102	.000	.210	.004	.072	.004	.194	.006	.001	.001	.123	.000	.000	.000	.900	.047	.136
PD9	Pearson Correlation	.743	.619	.564	.686	.518	.387	.309	.873	.518	.562	.448	.536	.60	.543	.499	.468	.562	.511
	S***	.000	.000	.001	.000	.003	.034	.097	.001	.004	.001	.013	.002	.000	.002	.005	.009	.001	.004
PI1	Pearson Correlation	-.093	-.101	.297	.345	.194	.359	.382	.460	.153	.627	.555	.249	.401	.500	.359	.440	.538	.320
	S***	.626	.595	.111	.062	.305	.051	.037	.010	.419	.000	.001	.184	.028	.005	.052	.015	.002	.084
PI2	Pearson Correlation	.236	.104	.422	.541	.274	.310	.274	.623	.098	.594	.539	.423	.329	.461	.394	.563	.52	.307
	S***	.210	.586	.020	.002	.126	.096	.143	.000	.606	.001	.002	.020	.076	.010	.031	.001	.003	.098
PR3	Pearson Correlation	.583	.544	.432	.495	.511	.461	.410	.662	.451	.448	.337	.539	.101	.529	.225	.257	.400	
	S***	.001	.002	.017	.005	.004	.026	.010	.024	.000	.012	.013	.069	.002	.004	.003	.231	.170	.009
PI4	Pearson Correlation	.501	.514	.449	.432	.121	.122	.262	.472	.355	.341	.777	.306	.254	.370	.168	.331	.321	.334
	S***	.005	.004	.013	.017	.525	.519	.161	.009	.055	.065	.109	.100	.175	.044	.375	.074	.084	.071
PI6	Pearson Correlation	.485	.395	.335	.687	.536	.512	.446	.086	.469	.161	.583	.52	.233	.260	.358	.352	.149	.47
	S***	.007	.031	.071	.000	.002	.004	.014	.653	.009	.001	.003	.216	.165	.052	.056	.431	.008	
PJ7	Pearson Correlation	.273	.231	.301	.443	.197	.595	.067	.535	.563	.495	.610	.457	.525	.424	.531			
	S***	.144	.220	.106	.014	.297	.001	.001	.726	.002	.000	.001	.005	.000	.003	.020	.000	.003	
PI8	Pearson Correlation	.398	.277	.529	.795	.579	.621	.310	.581	.363	.619	.609	.602	.265	.674	.453	.594	.453	.511
	S***	.029	.139	.003	.000	.001	.000	.095	.001	.001	.000	.000	.000	.157	.000	.012	.001	.012	
LK1	Pearson Correlation	.516	.405	.466	.619	.622	.654	.583	.153	.720	.448	.668	.530	.392	.591	.654	.086	.081	.353
	S***	.004	.026	.009	.000	.000	.000	.001	.420	.000	.013	.000	.003	.032	.001	.000	.652	.671	.056
LK2	Pearson Correlation	.867	.861	.638	.669	.4	.403	.245	.488	.471	.362	.385	.658	.313	.510	.495	.398	.299	.472
	S***	.000	.000	.000	.000	.008	.027	.191	.006	.009	.050	.036	.000	.092	.004	.005	.029	.108	.008

	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
LK3	Pearson Correlation	.638	.573	.727	.566	.610	.448	.574	.485	.555	.555	.538	.530	.780	.667	.360	.501	.439	
	Sim.	.000	.001	.000	.000	.000	.001	.001	.007	.001	.001	.002	.003	.000	.000	.001	.005	.015	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
LO1	Pearson Correlation	.669	.641	.727	.630	.710	.429	.618	.531	.547	.637	.702	.378	.461	.701	.5	.685		
	S.	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.018	.000	.002	.000	.000	.039	.000	.010	.000	.002	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
L02	Pearson Correlation	.477	.401	.566	.680	.7	.394	.510	.641	.428	.540	.292	.242	.661	.550	.115	.018	.184	
	Sim.	.008	.028	.001	.000	.000	.031	.002	.000	.018	.002	.118	.197	.000	.002	.545	.618	.330	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
L03	Pearson Correlation	.403	.430	.610	.710	.766	.644	.404	.724	.574	.638	.407	.433	.709	.618	.315	.395	.A62	
	Sim.	.027	.018	.000	.000	.000	.000	.027	.000	.001	.000	.026	.017	.000	.000	.090	.031	.010	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
L04	Pearson Correlation		.241	.448	.429	.394	.644	.022	.562	.462	.638	.A05	.570	.111	.636	.147	.473	.354	
	Sim.	.191	.199	.013	.018	.031	.000	.906	.001	.010	.000	.026	.001	.008	.000	.A39	.008	.055	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
LOS	Pearson Correlation	.488	.457	.574	.618	.536	.404	.022	.299	.548	.377	.410	.188	.610	.382	.530	.344	.360	
	Sim.	.006	.011	.001	.000	.002	.027	.906	.002	.108	.002	.040	.024	.319	.000	.037	.002	.063	.051
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
L06	Pearson Correlation	.471	.460	.485	.535	.641	.724	.562	.299	.516	.462	.271	.411	.623	.495	.011	.229	.258	
	Sim.	.009	.011	.007	.002	.000	.000	.001	.108	.004	.010	.147	.024	.000	.000	.790	.224	.168	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
CS1	Pearson Correlation	.362	.272	.558	.547	.428	.574	.462	.548	.516	.586	.571	.679	.784	.717	.382	.562	.443	
	Sim.	.050	.146	.001	.002	.018	.001	.010	.002	.004	.001	.001	.000	.000	.000	.037	.001	.014	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
CS2	Pearson Correlation	.385	.244	.585	.637	.540	.638	.638	.317	.462	.586	.645	.538	.663	.753	.322	.346	.A35	
	Sim.	.036	.194	.001	.000	.002	.000	.000	.040	.010	.001	.000	.002	.000	.000	.083	.061	.016	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
CS3	Pearson Correlation	.658	.602	.538	.702	.292	.405	.410	.271	.571	.645	.435	.453	.572	.61	.488	.661		
	Sim.	.000	.000	.002	.000	.118	.026	.026	.024	.147	.001	.000	.016	.012	.001	.000	.006	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
CS4	Pearson Correlation	.313	.265	.510	.378	.42	.433	.570	.188	.411	.679	.538	.435	.016	.525	.707	.334	.730	.569
	Sim.	.092	.157	.003	.039	.197	.017	.001	.319	.024	.000	.002	.016	.000	.000	.71	.000	.001	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
CSS	Pearson Correlation	.510	.379	.786	.609	.661	.709	.477	.610	.623	.784	.663	.453	.5	.791	.190	.349	.337	
	Sim.	.004	.039	.000	.000	.000	.000	.008	.000	.000	.000	.000	.012	.003	.000	.316	.059	.069	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
CS6	Pearson Correlation	.495	.293	.667	.461	.550	.618	.636	.382	.717	.153	.572	.111	.791	.142	.391	.295		
	Sim.	.005	.116	.000	.010	.002	.000	.000	.037	.005	.000	.000	.001	.000	.000	.A53	.033	.113	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
CS7	Pearson Correlation	.398	.479	.360	.701	.115	.315	.147	.11	.051	.382	.322	.61	.334	.142	.734	.8		
	Sim.	.029	.007	.051	.000	.545	.090	.439	.002	.790	.037	.115	.000	.071	.316	.453	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
CS8	Pearson Correlation	.299	.352	.501	.546	.095	.395	.473	.344	.229	.562	.346	.488	.730	.349	.391	.74	.695	
	Sim.	.108	.056	.005	.002	.618	.031	.008	.063	.224	.001	.061	.006	.000	.059	.033	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
CS9	Pearson Correlation	.472	.5	.439	.685	.184	.462	.354	.360	.258	.443	.435	.661	.569	.337	.295	.6		
	Sim.	.008	.001	.015	.000	.330	.010	.055	.051	.168	.014	.016	.000	.001	.069	.113	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

Lampiran 7. Uji Validitas Kepuasan Pelanggan

		HKP1	HKP2	HKP3	HKP4	HKPS	HKP6	HKP7	HKP8	HKP9	HKP10	HKP11	HKP13	HKP14	HKP15	HKP16	HKP17	HKP18
HKP1	Pearson Correlation	1	.722	.170	.516	.297	-.097	.000	.546	.562	.346	.538	.305	.210	.508	.264	.070	-.034
	Sio. I-tailed		.000	.000	.004	.112	.611	1.000	.002	.001	.061	.002	.102	.265	.004	.159	.714	.858
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
HKP2	Pearson Correlation	.722	1	.634	.422	.361	.118	.118	.464	.243	.242	.465	.115	.563	.504	.402	.170	.235
	Sia. I2-tailed	.000		.000	.020	.050	.535	.535	.010	.197	.197	.010	.545	.001	.005	.028	.369	.211
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
HKP3	Pearson Correlation	.670	.634	1	.749	.396	.118	.118	.632	.664	.427	.762	.128	.385	.517	.584	.362	.104
	Sia. I2-tailed	.000	.000		.000	.030	.534	.534	.000	.000	.018	.000	.A99	.Q36	.003	.001	.049	.584
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
HKP4	Pearson Correlation	.516	.422	.749	1	.585	.235	.034	.390	.760	.708	.565	.28a	.131	.274	.389	.412	.225
	Sia. I2-tailed	.004	.020	.000		.001	.211	.860	.033	.000	.000	.001	.123	.490	.143	.034	.024	.233
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
HKP5	Pearson Correlation	.297	.361	.396	.585	1	.699	.589	.541	.496	.599	.379	.471	.383	.279	.577	.610	.622
	Sio. I2-tailed	.112	.050	.030	.001		.000	.001	.002	.005	.000	.039	.009	.037	.136	.001	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
HKP6	Pearson Correlation	.699	.118	.118	.235	.699	1	.769	.362	.216	.322	.124	.334	.501	.224	.655	.527	.677
	Sio. I2-tailed	.611	.535	.534	.211	.000		.000	.050	.252	.083	.514	.071	.005	.234	.000	.003	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
HKP7	Pearson Correlation	.000	.118	.118	.034	.589	.769	1	.460	.28a	.234	.217	.459	.501	.336	.655	.527	.677
	Sia. I2-tailed	.000	.535	.534	.860	.001	.000		.011	.123	.213	.250	.011	.005	.069	.000	.003	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
HKP8	Pearson Correlation	.546	.464	.132	.390	.541	.362	.460	1	.529	.380	.487	.371	.428	.747	.194	.450	.162
	Sia. I2-tailed	.002	.010	.000	.033	.002	.050	.011		.003	.038	.006	.044	.018	.000	.000	.013	.393
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
HKP9	Pearson Correlation	.562	.243	.664	.760	.496	.216	.288	.529	1	.750	.573	.304	.094	.377	.539	.415	.059
	Sia. I2-tailed	.001	.097	.000	.000	.005	.252	.123	.003		.000	.001	.102	.622	.040	.002	.023	.757
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
HKP10	Pearson Correlation	.346	.242	.427	.708	.599	.322	.234	.380	.750	1	.ASS	.359	-.038	.222	.439	.591	.237
	Sio. I2-tailed	.061	.197	.018	.000	.000	.083	.213	.038	.000		.012	.052	.842	.239	.Q15	.001	.208
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
HKP11	Pearson Correlation	.538	.465	.762	.565	.379	.124	.217	.487	.573	.455	1	.306	.363	.559	.422	.380	.338
	Sio. I2-tailed	.002	.010	.000	.001	.039	.514	.250	.006	.001	.012		.100	.049	.001	.020	.039	.068
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
HKP13	Pearson Correlation	.305	.115	.128	.288	.471	.334	.459	.371	.304	.359	.306	1	.163	.389	.114	.211	.455
	Sia. I2-tailed	.102	.545	.499	.123	.009	.071	.011	.044	.102	.052	.100		.390	.034	.550	.264	.012
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
HKP14	Pearson Correlation	.210	.563	.385	.131	.383	.501	.428	.094	-.038	.363	.163	1	.681	.546	.000	.000	.529
	Sio. I2-tailed	.265	.001	.036	.490	.037	.008	.005	.018	.622	.842	.049	.390		.000	.002	1.000	.003
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
HKP15	Pearson Correlation	.508	.504	.577	.274	.279	.336	.747	.111	.222	.559	.389	.681	1	.534	.081	.210	
	Sio. I2-tailed	.004	.005	.003	.143	.136	.234	.069	.000	.040	.239	.001	.034	.000		.002	.671	.265
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
HKP16	Pearson Correlation	.264	.402	.584	.389	.577	.655	.655	.694	.539	.439	.422	.114	.546	.534	1	.661	.277
	Sio. I2-tailed	.159	.028	.001	.034	.001	.000	.000	.000	.002	.018	.020	.550	.002	.002		.000	.139
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
HKP17	Pearson Correlation	.070	.170	.362	.412	.610	.527	.527	.450	.415	.591	.380	.211	.000	.081	.661	1	.293
	Sio. I2-tailed	.714	.369	.049	.024	.000	.003	.003	.013	.023	.001	.039	.264	1.000	.671	.000		.116
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
HKP18	Pearson Correlation	-.034	.235	.104	.225	.622	.677	.6	.162	.059	.237	.338	.455	.529	.210	.277	.293	1
	Sia. I2-tailed	.858	.211	.584	.233	.000	.000	.000	.393	.757	.208	.068	.012	.003	.265	.139	.116	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
HKP19	Pearson Correlation	.395	.396	.465	.377	.721	.632	.550	.639	.396	.437	.361	.247	.322	.368	.805	.674	.319

	Sia, 12-tailed\	,031	,030	,010	,040	,000	,000	,002	,000	,030	,016	,050	,187	,083	,045	,000	,000	086
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
HKP20	Pearson Correlation	,281	,425	,167	,097	,629	,598	,598	,525	,158	,325	,063	,144	,389	,301	,648	,509	,373
	Sia, 12-tailed\	,133	,019	,377	,609	,000	,000	,000	,003	,406	,080	,739	,446	,034	,106	,000	,004	,042
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
HKP21	Pearson Correlation	,378	,358	,385	,481	,479	,501	,200	,428	,281	,419	,444	,380	,391	,486	,410	,217	,411
	Sia, 12-tailed\	,039	,052	,036	,007	,007	,005	,288	,018	,133	,021	,014	,038	,032	,006	,025	,250	,024
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
HKP22	Pearson Correlation	,041	,173	,062	,261	,494	,525	,404	,117	,106	,455	,280	,464	,210	,141	,220	,408	,653
	Sia, 12-tailed\	,831	,360	,745	,164	,005	,003	,027	,537	,578	,012	,135	,010	,265	,457	,243	,025	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
HKP23	Pearson Correlation	,372	,357	,749	,925	,554	,346	,157	,408	,747	,572	,565	,283	,287	,330	,471	,363	,254
	Sia, 12-tailed\	,043	,053	,000	,000	,002	,061	,407	,025	,000	,001	,001	,130	,125	,075	,009	,049	,175
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
HKP24	Pearson Correlation	,305	,499	,513	,725	,711	,459	,334	,371	,538	,644	,507	,321	,489	,389	,455	,391	,602
	Sia, 12-tailed\	,102	,005	,004	,000	,000	,011	,071	,044	,002	,000	,004	,083	,006	,034	,012	,033	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
HKP25	Pearson Correlation	,153	,274	,244	,557	,503	,462	,202	,262	,384	,675	,277	,248	,113	,151	,453	,604	,295
	Sia, 12-tailed\	,420	,142	,193	,001	,005	,010	,284	,162	,036	,000	,139	,187	,553	,425	,012	,000	,114
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
HKP26	Pearson Correlation	,532	,648	,541	,303	,456	,352	,271	,551	,193	,280	,528	,241	,494	,505	,591	,391	,305
	Sia, 12-tailed\	,002	,000	,002	,104	,011	,056	,148	,002	,308	,133	,003	,200	,006	,004	,001	,033	,101
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
HKP27	Pearson Correlation	,347	,525	,594	,384	,296	,336	,336	,563	,320	,325	,565	,178	,481	,469	,526	,339	,343
	Sia, 12-tailed\	,060	,003	,001	,036	,113	,070	,070	,001	,084	,080	,001	,345	,007	,009	,003	,067	,064
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
HKP28	Pearson Correlation	,482	,587	,481	,392	,366	,368	,258	,447	,358	,431	,468	,351	,575	,600	,502	,212	,233
	Sia, 12-tailed\	,007	,001	,007	,032	,047	,045	,169	,013	,052	,017	,009	,057	,001	,000	,005	,260	,215
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
HKP29	Pearson Correlation	,512	,781	,692	,335	,315	,180	,180	,602	,188	,143	,520	,003	,637	,539	,508	,148	,281
	Sia, 12-tailed\	,004	,000	,000	,071	,090	,341	,341	,000	,321	,451	,003	,988	,000	,002	,004	,434	,133
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
HKP30	Pearson Correlation	,320	,504	,517	,567	,707	,560	,336	,459	,377	,562	,469	,267	,389	,348	,687	,646	,342
	Sia, 12-tailed\	,085	,005	,003	,001	,000	,001	,069	,011	,040	,001	,009	,153	,034	,060	,000	,000	,065
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

		HKP19	HKP20	HKP21	HKP22	HKP23	HKP24	HKP25	HKP26	HKP27	HKP28	HKP29	HKP30
HKP1	Pearson Correlation	,395	,281	,378	,041	,372	,305	,153	,532	,347	,482	,512	,320
	Sia, 12-tailed\	,031	,133	,039	,831	,043	,102	,420	,002	,060	,007	,004	,085
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
HKP2	Pearson Correlation	,396	,425	,358	,173	,357	,499	,274	,648	,525	,587	,781	,504
	Sia, 12-tailed\	,030	,019	,052	,360	,053	,005	,142	,000	,003	,001	,000	,005
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
HKP3	Pearson Correlation	,465	,167	,385	,062	,749	,513	,244	,541	,594	,481	,692	,517
	Sia, 12-tailed\	,010	,377	,036	,745	,000	,004	,193	,002	,001	,007	,000	,003
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
HKP4	Pearson Correlation	,377	,097	,481	,261	,925	,725	,557	,303	,384	,392	,335	,567
	Sia, 12-tailed\	,040	,609	,007	,164	,000	,000	,001	,104	,036	,032	,071	,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
HKP5	Pearson Correlation	,721	,629	,479	,494	,554	,711	,503	,456	,296	,366	,315	,707
	Sia, 12-tailed\	,000	,000	,007	,005	,002	,000	,005	,011	,113	,047	,090	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
HKP6	Pearson Correlation	,632	,598	,501	,525	,346	,459	,462	,352	,336	,368	,180	,560
	Sia, 12-tailed\	,000	,000	,005	,003	,061	,011	,010	,056	,070	,045	,341	,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

HKP7	Pearson Correlation	.550-	.598-	.200	_.404*	.157	.334	.202	.271	.336	.258	.180	.336
	Sia. f2-tailedl	.002	.000	.288	.027	.407	.071	.284	.148	.070	.169	.341	.069
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
HKP8	Pearson Correlation	.639**	.525***	.428*	.117	<i>AO..</i>	.371*	.262	.551..	.563**	.447*	.602***	.459*
	Sill. 2-talledi	.000	.003	.018	.537	.025	.044	.182	.002	.001	.013	.000	.011
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
HKP9	Pearson Correlation	.396	.158	.281	.106	.747	.538	.384	.193	.320	.358	.188	.377
	Sia. f2-tailedl	.030	.408	.133	.578	.000	.002	.036	.308	.084	.052	.321	.040
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
HKP10	Pearson Corralallon	.437	.325	A19	A55	.572	.844	.875	.280	.325	.431	.143	.582
	Sia. f2-tailed\	.018	.080	.021	.012	.001	.000	.000	.133	.080	.017	A51	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
HKP11	Pearson Corralallon	.361	.063	A44	.280	.565	.507	.277	.528	.565	.488	.520	A89
	Sia. l2-talledl	.050	.739	.014	.135	.001	.004	.139	.003	.001	.009	.003	.009
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
HKP13	Pearson Correlation	.247	.144	.380	.464	.283	.321	.248	.241	.178	.351	.003	.287
	Sia. f2-tallacn	.187	.448	.038	.010	.130	.083	.187	.200	.345	.057	.988	.153
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
HKP14	Pearson Correlallon	.322	.389	.391	.210	.287	A89	.113	A94	A81	.575	.63	.389
	Sia. l2-talledJ	.083	.034	.032	.265	.125	.006	.553	.006	.007	.001	.000	.034
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
HKP15	Pearson Correlation	.368	.301	.488	.141	.330	.389	.151	.505	A89	.000	.539	.348
	Sia. f2-talledl	.045	.106	.008	.457	.075	.034	A25	.004	.009	.000	.002	.080
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
HKP16	Pearson Correlation	.805	.848	A10	.220	A71	.455	A53	.591	.526	.502	.508	.887
	Sia. f2-tailed\	.000	.000	.025	.243	.009	.012	.012	.001	.003	.005	.004	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
HKP17	Pearson Correlation	.674	.509	.217	A08	.383	.391	.804	.391	.339	.212	.148	.848
	Sia. f2-tailedl	.000	.004	.250	.025	.049	.033	.000	.033	.087	.260	A34	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
HKP18	Pearson Correlallon	.319	.373	A11	.853	.254	.802	.295	.305	.343	.233	.281	.342
	Sia. f2-talledl	.088	.042	.024	.000	.175	.000	.114	.101	.084	.215	.133	.085
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
HKP19	Pearson CorralatiOn	1	.828	.537	.340	.335	.337	.448	.728	.377	.405	.485	.768
	Sia. l2-tallec:lJ		.000	.002	.068	.070	.089	.013	.000	.040	.028	.010	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
HKP20	Pearson Correlation	.829	1	.369	.297	.018	.233	.329	.569	.311	.395	A34	.617
	Sia. f2-tallecn	.000		.034	.111	.935	.216	.076	.001	.095	.031	.016	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
HKP21	Pearson Correlation	.531	.389	1	.528	.450	A89	A89	.835	.569	.671	A3B	.563
	Sia. ""-lalledl	.002	.034		.003	.013	.006	.006	.000	.001	.000	.016	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
HKP22	Pearson Corralalian	.340	.287	.528	1	.191	.596	.588	.518	.155	.283	.151	.376
	Sia. f2-tailedl	.088	.111	.003		.311	.001	.001	.003	.413	.181	A25	.040
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
HKP23	Pearson Correlallon	.335	.016	A50	.191	1	.892	A42	.235	A31	.373	.343	.513
	Sia. f2-tailed\	.070	.935	.013	.311		.000	.015	.212	.017	.042	.064	.004
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
HKP24	Pearson Correlation	.337	.233	.489	.598	.692	1	.823	.417	.397	.471	.421	.510
	Sia. l2-talladl	.089	.216	.008	.001	.000		.000	.022	.030	.009	.020	.004
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
HKP25	Pearson Correlallon	.448	.329	.489	.588	.442	.823	1	.444	A06	.420	.230	.856
	Sia. f2-tallecl	.013	.076	.008	.001	.015	.000		.014	.026	.021	.222	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
HKP26	Pearson Correlation	.728	.589	.835	.518	.235	.417	A44	1	.445	.534	.710	.883
	Sia. l2-tailedl	.000	.001	.000	.003	.212	.022	.014		.014	.002	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
HKP27	Pearson Correlatioo	.377	.311	.589	.155	.431	.377	A08		.445	1	.681	A89

	Sia. f2-tailed	.040	.095	.D01	.413	.017	.030	.026	.014		.D0D	.000	.009
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
HKP28	Pearson Correlation	.405	.395	.671	.263	.373	.A71	.A20	.534	.681	1	.537	.600
	Sia. f2-tailed	.028	.031	.000	.161	.042	.009	.021	.002	.0D0		.002	.0D0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
HKP29	Pearson Correlation	.465	.A34	.A36	.151	.343	.421	.230	.710	.739	.537	1	.A64
	Sia. f2-tailed	.010	.016	.016	.A25	.064	.020	.222	.0D0	.000	.002		.010
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
HKP30	Pearson Correlation	.768-	.611-	.583-	.376*	.513-	.510**	.656***	.663**	.469***	.600**	■ ■ ■	1
	Sia. f2-tailed	.0D0	.000	.001	.040	.004	.004	.D0D	.0D0	.009	.000	.010	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30



Lampiran 8. Validitas data Kuesioner Pelanggan

Variabel	Suh Variobel	Indil<Btor	SFL	Mouuremonl Error	Validil''
Bouran Pemasarm titil:cl	Produk	PD1	0.77	088	Baik
		PD6	0.81	084	Baik
		PD7	0.84	088	Baik
		PD8	0.71	048	Baik
		PD9	0.54	068	Baik
	H''''a	HG1	0.74	043	Baik
		HG2	0.73	044	Baik
		H03	0.72	048	Baik
		L04	0.83	03	Baik
		LOS	0.85	026	Baik
La)Oill & Deoign	LO6	0.88	021	Baik	
	LO7	0.42	09	K=mo	
	LOS	0.47	06	K=mo	
	L09	0.79	06	Baik	
	Pelayanan Pelanggan.	CS1	0.88	02	Baik
		CS1	0.89	02	Baik
		CS3	0.78	08	Baik
		CS4	0.6	061	Baik
		CS5	0.46	07	K=mo
		CS6	0.83	03	Baik
CS7		0.82	081	Baik	
Promoli	CS9	0.59	063	Baik	
	PR1	0.7	049	Baik	
	PR2	0.84	08	Baik	
	PR3	0.82	081	Baik	
	PR4	0.64	06	Baik	
	PR5	0.43	09	Baik	
	PR6	0.85	07	Baik	
	PR7	0.87	04	Baik	
I.om	PR8	0.49	073	Kunin*	
	LIC1	0.74	05	Baik	
	LIC2	0.85	07	Baik	
	LK3	0.74	04	Baik	
Pmgun Loyalllu	NWmbalm TurW	NIL	0.86	029	Baik
		NI2	0.61	06	Baik
		NI3	0.56	015	Baik
	NilaiPmtobuan	NP1	0.63	061	Baik
		NP2	0.64	071	Baik
		NP3	0.56	06	Baik
	NilaiAljlimsi	NAL	0.68	06	Baik
		NA2	0.59	04	Baik
		NA3	0.68	019	Baik
	Nw llolavuW	NR1	0.6	014	Baik
		NR2	0.58	013	Baik
		NR3	0.54	09	Baik
Nilai-	NKL	0.66	075	Baik	
	NK1	0.56	02	Baik	
	NK3	0.55	011	Baik	
LovalilllsPolaoman	LPL	0.8	06	Baik	
	LP2	0.73	07	Baik	
	LP3	0.73	047	Baik	
	LP4	0.65	08	Baik	
	LPS	0.64	08	Baik	
	LP6	0.51	04	Baik	
Ktpuan Pelangpn	r-Mlo	KP1S	0.77	041	Baik
		KP2S	0.68	054	Baik
		KP3S	0.55	07	Baik
		KP4S	0.44	08	Baik
	Reli&blo	KP6S	0.83	081	Baik
		KP9S	0.73	047	Baik
		KPIOS	0.68	054	Baik
		KPIIS	0.69	052	Baik
	iu..nm.ive	KPI3S	0.72	049	Baik
		KP14S	0.72	049	Baik
		KP15S	0.67	054	Baik
		KP16S	0.62	061	Baik
	Aillrarloe	KP17S	0.81	064	Baik
		KP19S	0.68	054	Baik
		KP20S	0.7	05	Baik
		KP21S	0.49	06	A.man*
		KP23S	0.63	061	Baik
	''''''	KP24S	0.56	069	Baik
		KP28S	0.57	068	Baik
		KP29S	0.64	069	Baik

Lampiran 9. Uji Normalitas Sample Kuesioner

	N	Mean	Skownool	Std.	Kur.l.om	Std	Z-Skewnesl	Z-Kurtar.is		
		Stm:iotic	Staktic	Error	Stilitic	Ernr				
HG1	30	3.83	0.04	0.43	-0.08	0.83	0.10	Normal	-0.21	Mcoolwrtik/Normal
HG2	30	3.73	-1.40	0.43	3.39	0.83	-3.52	kiri	8.75	Platilwrtik
HG3	30	3.7	-0.99	0.43	2.04	0.83	-2.56	Normal	5.27	Platilwrtik
PD1	30	3.83	-0.43	0.43	-0.08	0.83	-1.72	Normal	-0.21	M090lrurtik/Normal
PD2	30	4.03	-0.79	0.43	0.45	0.83	-2.03	Normal	1.15	Mcoolurtik/Normal
PD6	30	3.97	-1.19	0.43	2.87	0.83	-3.07	kiri	7.42	Platilwrtik
PD7	30	3.4	-0.21	0.43	-0.23	0.83	-0.54	Normal	-0.60	Moookurtik/Normal
PD8	30	3.23	0.34	0.43	-0.12	0.83	0.89	Normal	-0.30	Mmolwrtik/Normal
PD9	30	3.87	0.10	0.43	-0.32	0.83	0.25	Normal	-0.83	Mcoolwrtik/Normal
PR3	30	4.03	-0.04	0.43	-0.59	0.83	-0.10	Normal	-1.52	Mmolwrtik/Normal
PR4	30	3.53	-0.11	0.43	-0.33	0.83	-0.29	Normal	-0.84	MOIOlcurtik/Normal
PRS	30	3.77	-0.18	0.43	0.01	0.83	-0.46	Normal	0.03	Morokurtik/Normal
PR6	30	3.83	-0.25	0.43	0.00	0.83	-0.64	Normal	-0.01	Mmolwrtik/Normal
PR7	30	3.5	0.00	0.43	-0.63	0.83	0.00	Normal	-1.63	Mmolwrtik/Normal
PRB	30	3.57	-0.21	0.43	-0.57	0.83	-0.55	Normal	-1.47	Mcoolwrtik/Normal
LK1	30	3.77	-0.34	0.43	-0.12	0.83	-0.89	Normal	-0.30	Mcoolurtik/Normal
LK2	30	3.5	0.00	0.43	-0.63	0.83	0.00	Normal	-1.63	Mmookurtik/Normal
LK3	30	3.73	-0.45	0.43	-0.20	0.83	-1.16	Normal	-0.52	Mcllokurtik/Normal
L04	30	3.83	-0.25	0.43	0.00	0.83	-0.64	Normal	-0.01	Moookurtik/Normal
LOS	30	3.53	0.06	0.43	-0.51	0.83	0.17	Normal	-1.30	MeIokurtik/Normal
L06	30	3.67	-0.16	0.43	-0.24	0.83	-0.41	Normal	-0.63	Mcllokurtik/Normal
L07	30	4.03	0.02	0.43	0.62	0.83	0.06	Normal	1.61	MeI0Icurtik/Normal
L09	30	3.83	-0.58	0.43	0.42	0.83	-1.50	Normal	1.09	Moookurtik/Normal
CS\	30	3.23	0.52	0.43	0.35	0.83	1.33	Normal	0.91	Mmookurtik/Normal
CS2	30	3.53	-0.13	0.43	-0.10	0.83	-0.34	Normal	-0.27	Mcllokurtik/Normal
CS3	30	3.63	-0.16	0.43	0.09	0.83	-0.40	Normal	0.23	Mcllocurtik/Normal
CS4	30	3.7	-0.27	0.43	-0.10	0.83	-0.71	Normal	-0.25	Meookurtik/Normal
CSS	30	3	0.29	0.43	0.38	0.83	0.76	Normal	0.98	Mcllokurtik/Normal
CS6	30	3.63	0.09	0.43	-0.19	0.83	0.24	Normal	-0.49	Mcllokurtik/Normal
CS7	30	3.63	-0.73	0.43	0.42	0.83	-1.88	Normal	1.07	Mcllokurtik/Normal
CS9	30	3.87	-0.64	0.43	-0.05	0.83	-1.64	Normal	-0.12	Mcllokurtik/Normal
NII	30	3.33	0.38	0.43	-0.20	0.83	0.99	Normal	-0.52	Meaolrurtik/Normal
NI2	30	3.63	-0.27	0.43	-0.33	0.83	-0.69	Normal	-0.86	Meaolrurtik/Normal
NI3	30	3.53	0.06	0.43	-0.51	0.83	0.17	Normal	-1.30	Meoookurtik/Normal
NP1	30	3	0.24	0.43	-0.21	0.83	0.61	Normal	-0.53	Maiokurtik/Normal
NP2	30	3.6	-0.35	0.43	-0.17	0.83	-0.89	Normal	-0.01	Meoookurtik/Normal
NP3	30	3.33	-0.54	0.43	0.24	0.83	-1.38	Normal	0.61	Meaolrurtik/Normal
NA1	30	3.5	0.17	0.43	-0.49	0.83	0.45	Normal	-1.27	Mcoolurtik/Normal
NA2	30	3.23	-0.40	0.43	-0.96	0.83	-1.02	Normal	-2.47	Mcoolurtik/Normal
NAJ	30	3.57	-0.05	0.43	-0.48	0.83	-0.12	Normal	-1.25	Meoookurtik/Normal
NR1	30	3.5	0.00	0.43	-0.09	0.83	0.00	Normal	-0.23	Meoookurtik/Normal
NR2	30	3.63	-0.50	0.43	0.32	0.83	-1.30	Normal	0.83	Maiokurtik/Normal
NR3	30	3.7	-0.27	0.43	-0.10	0.83	-0.71	Normal	-0.25	Meaolrurtik/Normal
NK1	30	3.3	0.27	0.43	-0.10	0.83	0.71	Normal	-0.25	Meaolrurtik/Normal
NK2	30	2.9	0.76	0.43	1.47	0.83	1.97	Normal	3.78	Platilwrtik
NK3	30	3.4	0.35	0.43	-0.17	0.83	0.89	Normal	-0.04	Maiokurtik/Normal
KP1	30	3.47	0.12	0.43	-0.07	0.83	0.32	Normal	-0.17	Mmookurtik/Normal
KP2	30	3.37	-0.26	0.43	-0.44	0.83	-0.67	Normal	-1.14	Meoookurtik/Normal
KP3	30	3.57	-1.10	0.43	1.77	0.83	-2.83	kiri	4.56	Platilwrtik
KP4	30	3.8	-0.64	0.43	0.68	0.83	-1.66	Normal	1.75	Maiokurtik/Normal
KP5	30	3.23	0.04	0.43	-0.40	0.83	0.10	Normal	-1.04	Mmookurtik/Normal
KP6	30	3.3	0.34	0.43	-0.37	0.83	0.86	Normal	-0.95	Meaolrurtik/Normal
KP9	30	3.27	-0.29	0.43	-0.55	0.83	-0.75	Normal	-1.43	Maiokurtik/Normal
KP10	30	3.13	0.36	0.43	0.29	0.83	0.92	Normal	0.76	Maiokurtik/Normal
KP11	30	3.4	0.41	0.43	0.15	0.83	1.05	Normal	0.38	Meoookurtik/Normal
KP13	30	3.63	0.07	0.43	-0.80	0.83	0.19	Normal	-2.06	Mcoolurtik/Normal
KP14	30	3.57	-0.27	0.43	-0.01	0.83	-0.69	Normal	-0.03	Mcoolurtik/Normal
KP15	30	3.83	-0.43	0.43	-0.08	0.83	-1.12	Normal	-0.21	Meaolrurtik/Normal
KP16	30	3.87	-0.71	0.43	0.80	0.83	-1.83	Normal	2.06	Platilwrtik
KP17	30	3.8	-0.51	0.43	0.93	0.83	-1.33	Normal	2.41	Platilwrtik
KP19	30	3.53	0.12	0.43	-0.23	0.83	0.31	Normal	-0.60	Maiokurtik/Normal
KP20	30	3.47	-0.12	0.43	-0.23	0.83	-0.31	Normal	-0.60	Meoookurtik/Normal
KP21	30	3.67	-0.26	0.43	-0.78	0.83	-0.67	Normal	-1.94	Meaolrurtik/Normal
KP23	30	3.73	-0.56	0.43	0.86	0.83	-1.44	Normal	2.23	Platilwrtik
KP24	30	3.93	0.00	0.43	0.23	0.83	-0.01	Normal	0.59	Meaolrurtik/Normal
KP2B	30	3.73	-0.39	0.43	0.10	0.83	-1.01	Normal	0.26	Meoookurtik/Normal
KP29	30	3.8	-0.46	0.43	0.12	0.83	-1.19	Normal	0.31	Meoookurtik/Normal
KP30	30	3.77	-0.01	0.43	-0.17	0.83	-0.03	Normal	-0.03	Maiokurtik/Normal
LP1	30	3.4	0.35	0.43	-0.17	0.83	0.89	Normal	-0.04	Meaolrurtik/Normal
LP2	30	3.3	-0.09	0.43	-0.58	0.83	-0.23	Normal	-1.48	Meaolrurtik/Normal
LP3	30	3.53	0.06	0.43	-0.51	0.83	0.17	Normal	-1.30	Mcoolurtik/Normal
LP4	30	3.43	0.25	0.43	0.01	0.83	0.64	Normal	0.03	Maiokurtik/Normal
LPS	30	3.43	-0.09	0.43	-0.67	0.83	-0.24	Normal	-1.74	Mmookurtik/Normal
LP6	30	3.17	-0.32	0.43	1.29	0.83	-0.81	Normal	3.32	Platilwrtik

Lampiran 10. Uji Normalitas Bauran Pemasaran Ritel dan Program Loyalitas

Data Penelitian

Descriptive Statistics

	N	Mean	Skewness		Kurtosis	
	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
HG1	30	.33	.040	.427	-.082	.833
HG2	30	.33	-.1403	.427	.3387	.833
HG3	30	.30	-.993	.427	.2041	.833
PD1	30	.33	.432	.427	-.083	.833
PD2	30	.403	-.787	.427	.445	.833
PD6	30	.37	-1.190	.427	.2873	.833
PD7	30	.30	-.210	.427	-.234	.833
PD8	30	3.23	.343	.427	-.117	.833
PD9	30	.37	.098	.427	-.321	.833
PR3	30	.403	-.037	.427	-.589	.833
PR4	30	.33	-.114	.427	-.327	.833
PR5	30	.37	-.178	.427	.110	.833
PR6	30	.33	.247	.427	-.003	.833
PR7	30	.30	.000	.427	-.632	.833
PR8	30	.37	.214	.427	-.569	.833
LK1	30	.37	-.343	.427	-.117	.833
LK2	30	.30	.000	.427	-.632	.833
LK3	30	.33	.448	.427	-.200	.833
LO4	30	.33	-.247	.427	-.003	.833
LOS	30	.33	.064	.427	-.505	.833
LO6	30	.37	-.159	.427	-.243	.833
LO7	30	.403	.022	.427	.623	.833
LO9	30	.33	-.580	.427	.421	.833
CS1	30	.33	.515	.427	.354	.833
CS2	30	.33	-.133	.427	-.104	.833
CS3	30	.33	-.155	.427	.090	.833
CS4	30	.30	.274	.427	-.098	.833
CS5	30	.30	.294	.427	.379	.833
CS6	30	.33	.094	.427	-.189	.833
CS7	30	.33	-.728	.427	.415	.833
CS9	30	.37	.637	.427	-.046	.833
NI1	30	.33	.382	.427	-.200	.833
NI2	30	.33	-.268	.427	-.334	.833
NI3	30	.33	.064	.427	-.505	.833
NP1	30	.30	.236	.427	.207	.833
NP2	30	.30	-.346	.427	-.169	.833
NP3	30	.33	-.536	.427	.237	.833
NA1	30	.30	.174	.427	-.491	.833
NAZ	30	.33	-.396	.427	-.957	.833
NA3	30	.37	.046	.427	-.484	.833
NR1	30	.30	.000	.427	-.089	.833
NR2	30	.33	-.504	.427	.320	.833
NR3	30	.30	.274	.427	-.098	.833
NK1	30	.30	.274	.427	-.098	.833
NK2	30	.30	.762	.427	.1465	.833
NK3	30	.30	.346	.427	-.169	.833
Vaid N l listwise\	30					

Lampiran 11. Uji Normalitas Loyalitas Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan

Descriptive Statistics

	N	Mean	Skewness		Kurtosis	
			Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
LP1	30	3,40	,346	,427	,169	,833
LP2	30	3,30	-,091	,427	-,575	,833
LP3	30	3,53	,064	,427	-,505	,833
LP4	30	3,43	,247	,427	,010	,833
LP5	30	3,43	-,093	,427	-,674	,833
LP6	30	3,17	-,315	,427	1,285	,833
SKP1	30	3,47	,123	,427	-,065	,833
SKP2	30	3,37	-,259	,427	-,440	,833
SKP3	30	3,57	,097	,427	1,766	,833
SKP4	30	3,80	-,644	,427	,679	,833
SKP5	30	3,23	,137	,427	-,403	,833
SKP6	30	3,30	,335	,427	-,369	,833
SKP9	30	3,27	-,291	,427	-,554	,833
SKP10	30	3,13	,355	,427	,293	,833
SKP11	30	3,40	,406	,427	,148	,833
SKP13	30	3,63	,074	,427	-,796	,833
SKP14	30	3,57	-,268	,427	-,011	,833
SKP15	30	3,83	-,432	,427	-,083	,833
SKP16	30	3,87	-,707	,427	,797	,833
SKP17	30	3,80	-,514	,427	,034	,833
SKP19	30	3,53	,119	,427	-,232	,833
SKP20	30	3,47	-,119	,427	-,232	,833
SKP21	30	3,67	-,261	,427	-,751	,833
SKP23	30	3,73	-,556	,427	,864	,833
SKP24	30	3,93	-,003	,427	,229	,833
SKP28	30	3,73	-,393	,427	,099	,833
SKP29	30	3,80	-,459	,427	,120	,833
SKP30	30	3,77	-,013	,427	-,168	,833
Valid N listwise	30					

Lampiran 12. Uji Normalitas Data Penelitian

Variabel	Skewno..		Kurtom		SkewnoH and Kurlollil	
	Z-Scmo	P-Valuo	Z-Scono	P-Valuo	Chi-"-"	P-Valuo
PD1	1.885	0.059	-0.715	0.475	4.064	0.131
PD6	0.173	0.863	-1.672	0.094	2.827	0.243
PD7	0.840	0.401	0.246	0.805	0.767	0.681
PD8	0.608	0.543	-1.633	0.102	3.037	0.219
PD9	1.689	0.091	1.947	0.052	6.643	0.036
H01	1.332	0.183	0.254	0.800	1.839	0.399
H02	1.247	0.212	-0.075	0.940	1.560	0.558
HG3	0.937	0.349	-1.018	0.809	1.914	0.884
L04	1.687	0.092	1.644	0.100	5.547	0.062
LOS	1.875	0.061	1.919	0.055	7.201	0.027
L06	0.980	0.327	-0.730	0.465	1.493	0.774
L07	1.606	0.108	-0.043	0.965	2.583	0.275
LOS	1.182	0.217	-0.258	0.796	1.463	0.481
L.09	1.802	0.071	1.492	0.136	5.474	0.065
CS1	1.560	0.119	0.380	0.704	2.578	0.276
CS2	1.093	0.274	-0.432	0.666	1.382	0.501
CS3	0.575	0.565	-1.122	0.262	1.591	0.451
CS4	0.195	0.427	-0.662	0.508	1.069	0.586
CS5	0.793	0.428	0.581	0.561	0.967	0.617
CS6	0.714	0.476	0.133	0.894	0.527	0.768
CS7	-0.153	0.878	-1.822	0.068	3.344	0.188
CS9	1.597	0.110	0.779	0.436	3.157	0.066
PR1	1.362	0.173	1.425	0.154	3.886	0.143
PR.2	1.101	0.271	1.164	0.245	2.567	0.277
PR3	0.951	0.341	1.129	0.259	2.179	0.336
PR.4	0.869	0.385	-0.979	0.328	1.713	0.425
PR.5	0.167	0.867	0.135	0.893	0.046	0.777
PR.6	0.629	0.529	0.818	0.413	1.065	0.587
PR.7	1.220	0.223	-0.624	0.532	1.878	0.891
PR.8	0.754	0.451	2.251	0.024	5.660	0.059
LK.1	0.055	0.956	1.289	0.197	1.666	0.435
LK.2	1.802	0.071	1.492	0.136	5.474	0.065
LK.3	0.279	0.780	2.007	0.045	4.106	0.128
NI	-1.080	0.280	-0.764	0.445	1.750	0.417
NI2	0.542	0.588	-0.544	0.587	0.589	0.745
ND	0.231	0.817	-0.257	0.797	0.120	0.942
NP1	-1.031	0.303	-0.590	0.555	1.411	0.494
NP2	0.192	0.847	0.249	0.803	0.099	0.952
NP3	-0.796	0.426	0.171	0.864	0.663	0.718
NA1	1.149	0.251	1.370	0.171	3.196	0.202
NA2	0.576	0.565	1.044	0.296	1.421	0.491
NA3	-0.545	0.586	-0.334	0.738	0.408	0.815
NRI	1.170	0.242	1.416	0.157	3.773	0.185
NR2	0.760	0.447	0.976	0.329	1.530	0.465
NR.3	1.045	0.296	0.744	0.457	1.646	0.439
NK1	1.016	0.310	1.279	0.201	2.669	0.263
NK2	1.170	0.242	1.616	0.106	3.981	0.137
NK3	1.298	0.194	1.155	0.079	4.765	0.092
LP1	-0.482	0.630	-0.075	0.940	0.238	0.888
LP2	-0.434	0.664	0.364	0.716	0.321	0.852
LP3	-0.525	0.600	0.162	0.871	0.302	0.860
LP4	-0.605	0.545	-0.017	0.986	0.366	0.833
LPS	-0.405	0.685	-0.933	0.351	1.055	0.596
LT6	-0.198	0.843	0.591	0.550	0.396	0.820
KP1	0.237	0.812	-0.350	0.727	0.179	0.915
KP2	-0.106	0.916	0.661	0.508	0.449	0.799
KP3	0.639	0.523	-1.046	0.295	1.503	0.472
KP4	0.325	0.745	0.503	0.615	0.359	0.836
KP6	0.279	0.780	0.229	0.819	0.130	0.937
KP9	0.433	0.665	-0.203	0.839	0.228	0.892
KPIO	0.240	0.810	0.667	0.505	0.503	0.778
KP11	1.115	0.265	0.269	0.788	1.315	0.518
KP13	0.156	0.450	1.392	0.164	2.508	0.285
KP14	0.555	0.519	0.336	0.737	0.420	0.810
KP15	0.319	0.750	0.794	0.427	0.732	0.674
KP16	0.049	0.961	1.594	0.111	2.542	0.281
KP17	1.160	0.246	0.231	0.817	1.400	0.497
KP19	0.359	0.720	0.135	0.892	0.147	0.929
KP20	0.618	0.537	0.686	0.493	0.852	0.653
KP21	0.467	0.640	1.687	0.092	3.065	0.216
KP23	1.119	0.263	-0.011	0.992	1.253	0.534
KP24	0.663	0.507	0.620	0.536	0.823	0.663
KP28	1.078	0.281	-0.271	0.786	1.236	0.539
KP29	0.754	0.451	0.078	0.938	0.575	0.750
KP30	-1.045	0.296	-2.023	0.043	5.184	0.075

9.00Q.EJLJL

....
....

.....

TIII

JPI

III

III

III

..

...

■ ■

8.00Q.CICL - CIII.000

..

6-10b.

oID

III

Z7

WVI-

8.00Q.CICL - CIDD.000
1.000.CICL - 13.CIDD.000

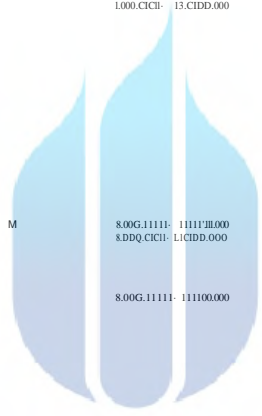
IZIrl.

1-iiIul.II.

.....Zim

TIII

36<0 ...
● ● ● ● ● ● ● ●



..

.....

.....

M

8.00G.11111- 11111JL000
8DDQ.CICL- 1.CIDD.000

1-iibuah.
1-1bIIall

.....

TalmPalbdWII
Tam Palladrum

● ●

.....

.....

8.00G.11111- 111100.000

....

1-iibuah.

■ ■ ■

TalmPal.IIdWII

■

UNIVERSITAS

MERCU BUANA

diII. U.ZIIbIua
.. b I I b II ZD
● ● ● ● ● ● ● ●

IIUQQ.II111- 1111DDDD

....

omPIIadwa

■

ILD&

■

....

1-2bul.II

■ ■

Talm 5'm PIBI

32

WVI-

1.000.CICL- 13.CIDD.000

L -iiIul.II.

T

IIII

.....

9.00Q.CICL- II(100.000

1-21-b

6-10bi.

TIIuPaiW''''''

■ ■

.....

■ ■ ■ ■
● ● ● ● ● ● ● ●

11D8.00Q.CICL- 13.CIDD.000

....

..

■ ■ ■

TolmPIIadII11:11

■

WI

RDI.000.HI-RDS.HO.OOO
- 1111111.DDD

....

1-2'-b

■ ■ ■

TolmSuaPma

21>4

JS

I'ria

DI1111SOWD.m

IIUQQ.II111
RDB.000.CICL- RDI3.CIDD.000

3-iiIul.II.

.....ZIm

TIII:PI1W11:11

diIIawah:ZIIcIW.

..

111DQCICL.II.CIDD.000

....

1-1111111
1-21-b

■ ■ ■ ■
6-10bi.

TalmPalbdWII
TIIuPaiW1oII11

■ ■ ■
● ● ● ● ● ● ● ●

.....

''8.000.CICL11.wI.CIC0.000

M

TIII:PIIIdII11:11

4.1
● ●

D 1-1S01M m
● ● ● ● ● ● ● ●

b.annihI

■ ■ ■

11D8.00Q.CICL- 13.CIDD.000

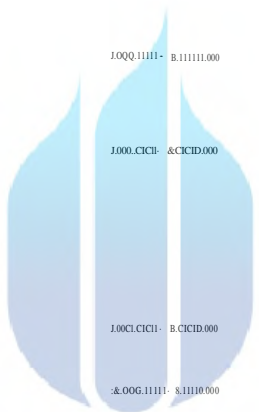
.....

.....

■ ■ ■ ■

Talm 9mi'ulI

91	I'ria	<ll>-lSlabm.	Wi- Wl....m	J.OQQ.Dal- a.aaa.000	j-•bul..b.	1-****	T TlHEPllMl11:11
		J.DDQ.CICl1- 8.CIClD.000	Hkañ	1-1bua11	Talm!UnPbla
92	l'ria	DI.aa ISOalm.		:&.00G.11111- 8.CIClD.000 S.OOQ.CICl1- 8.CIClD.000	4lmll M ****	1-3buah. 1-2'-1a 6-10b. *****	TalmSunPna TlmPllMl11:11
		DI-ISOallam		1000.CICl1- 8.CIClD.000	4Zrl1.	L.-Z-.n.	ToIm'lladlum
				J.OQQ.11111- 8.111111.000	1.-Zrml	J-•Mab *****	TlHmiwil'tn1
		DI-ISOwD.m.		J.OOQ.CICl1- 8.CIClD.000		3-•Hul.11.	Tom!lllPm1
				J.OOCl.CICl1- 8.CIClD.000	HmJ.	1-411mh	Talm'llmPb111
97		dib'Wll:12Dtlbu	Wl-	:&.00G.11111- 8.111110.000	4lmll	3-•buah. Zkm	TalmSunPna
108		DllH15ofmum		- &CIClD.000			
		dib'Wll:1ZDtlbaa					
100				1000.CICl1- 8.CIClD.000	12rl1.	L.-2-.n.	6-10&. ToIm'llad111:11
10Z		dib-U.:ZlHllaa		3.000.CICl1		L.-2'-b	TlmPllMl11:11
				J.OQQ.11111- 8.111111.000			
		dibawah2Ct11bam.	Wl-	J.OOQ.11111- a.11110.000	:M	T....	6-tDb. TalmPallldlum
		tiib-2Cblii.om		S.OOQ.CICl1- 8.CIClD.000	1241i	1.-21-.b	T'liuSun
				1000.CICl1- 8.CIClD.000	****		om



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

					3.000.000	H	1-2buah	6-10cm	Tolm'liladum
					900.000	H	1-2buah	1-2m	Tolm'liladum
					10011.000	H	1-2buah	6-10l-cm	TolmP.liladum
					4.000.000	H	1-2buah	1-2m	TokDSun'lino
					1111.000	121o-ll			Tolm'lil'blno
					3.000.000	DikluH'ali	1-2buah		
					3.000.000 3.000.000 1.900.000	12kdl	1-2buah 1-2lil'h 1-2buah		TolmDSun'lal Tomsu.l'11:11 TakDSunPno
					3.000.000		1-Zbuah		Tolm'liladum



					3.000.000				TokDSunPno
					1.000.000	H			
					3.000.000	w	1-2lil'h	6-10lm'	TolmSU.l'11:11
							3-4buah	6-10mt	Tolm>...l'lml
					3.000.000 3.000.000	H	1-Zbuah		Tolouloloi6''

18.1.1

18.1.1

1



TolmS...

2

.Pno

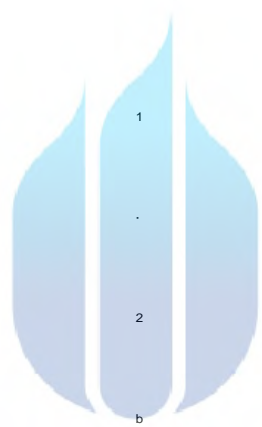
TolmSu

k

nL>oa

d

i



UNIVERSITAS MERCU BUANA

l

l

h

1-2 k/



18.1.1

18.1.1

18.1.1

18.1.1

18.1.1

18.1.1

18.1.1

buah

Tolm'liladum

18.1.1

18.1.1

18.1.1



1- Huh

TomSunIn l

18.1.1

12koh

1-2buah

Tolou"Uod:"

18.1.1

18.1.1

bl-50111nm

1-2buah

d
1
1
2
b
u
h
1
1
L
O
O
D
0
0
0
1
2
1
:
t
1



1

-

2

b

u

o

h

Tolm-11to11
TokDFalodi
um

Talmium/b>

a



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

D

i

S

o

4

b

i

i

m	111.000.000	12kdi	1-2buah	6-10ml	ToD>SuulTazo
---	-------------	-------	---------	--------	--------------

DililiISOlahu.	18.000.DDO	1-2kdi	3-4buah		Toki>SuulTazo
----------------	------------	--------	---------	--	---------------

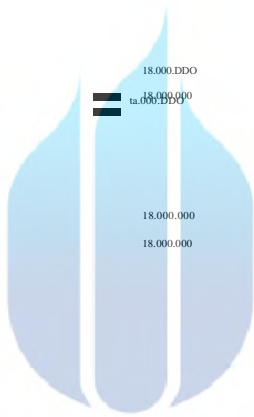
			1-2buah		
--	--	--	---------	--	--

	18.000.000		1-2buah	6-10ml	ToD>SuulPino
--	------------	--	---------	--------	--------------

	18.000.DDO	1-2kdi	1-2buah	6-10ml	Toki>SuulTazo Toki>SuulTazo
--	------------	--------	---------	--------	--------------------------------

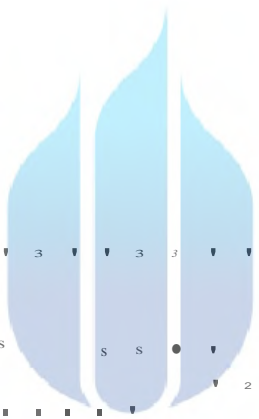
	18.000.000				ToD>SuulPino
--	------------	--	--	--	--------------

	18.000.000	1-2kdi	1-2buah		Toki>SuulTazo Toki>SuulTazo
--	------------	--------	---------	--	--------------------------------

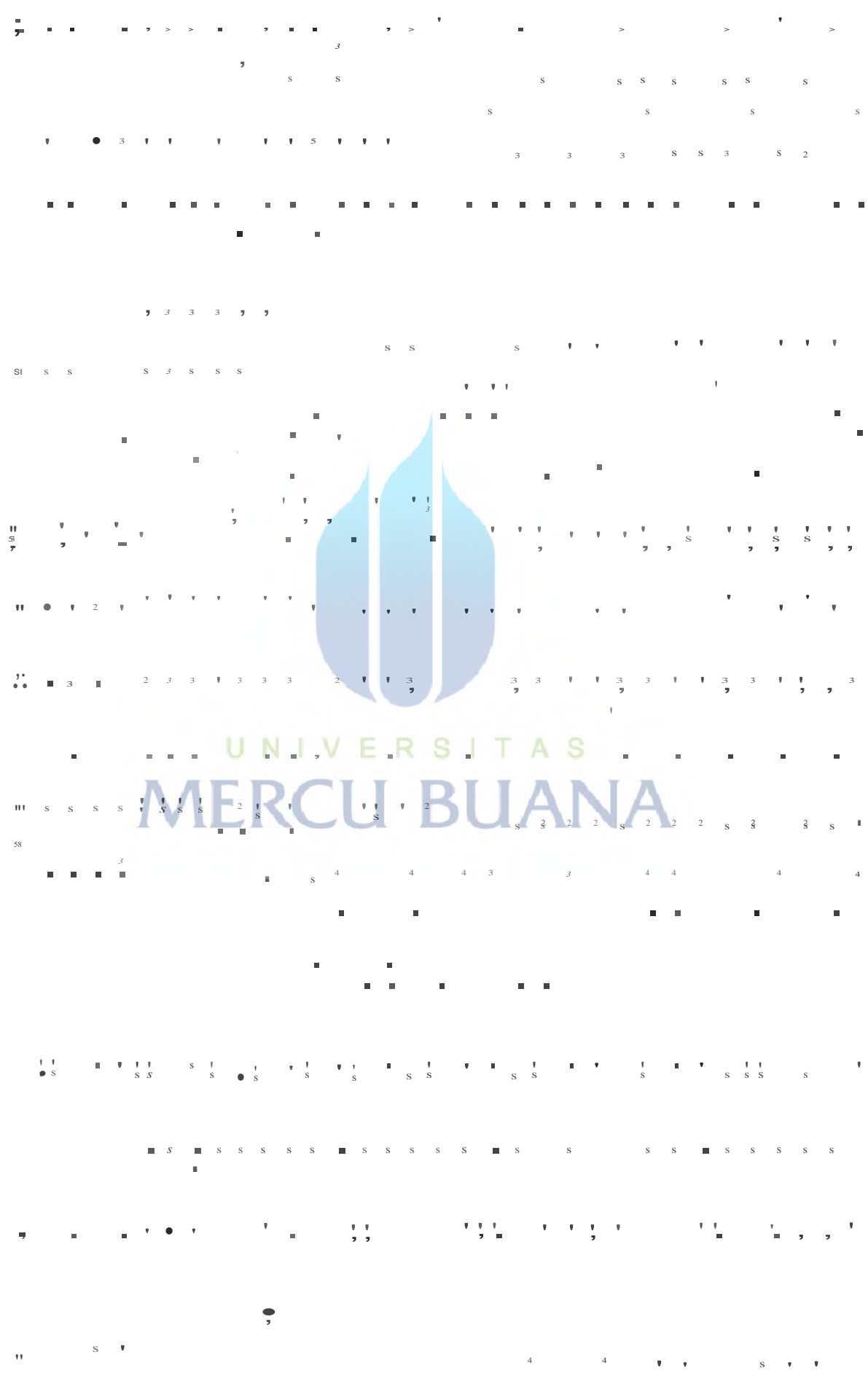


UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Fragmented text and symbols including numbers (4, 3, 2, 5), letters (S), and various symbols (vertical bars, dots, squares) scattered across the page.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA





121 1 2 3 4 S

122 S

123 S

124 2 2

125

126 4

127

128

129

130

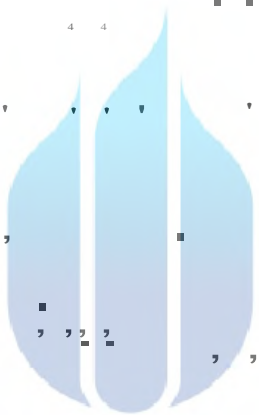
131 3

132 S

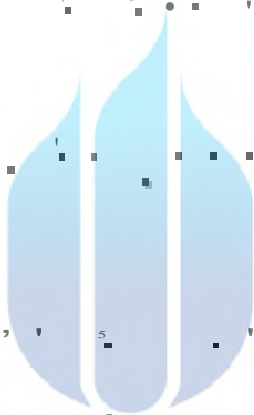
133 S

134 3 S

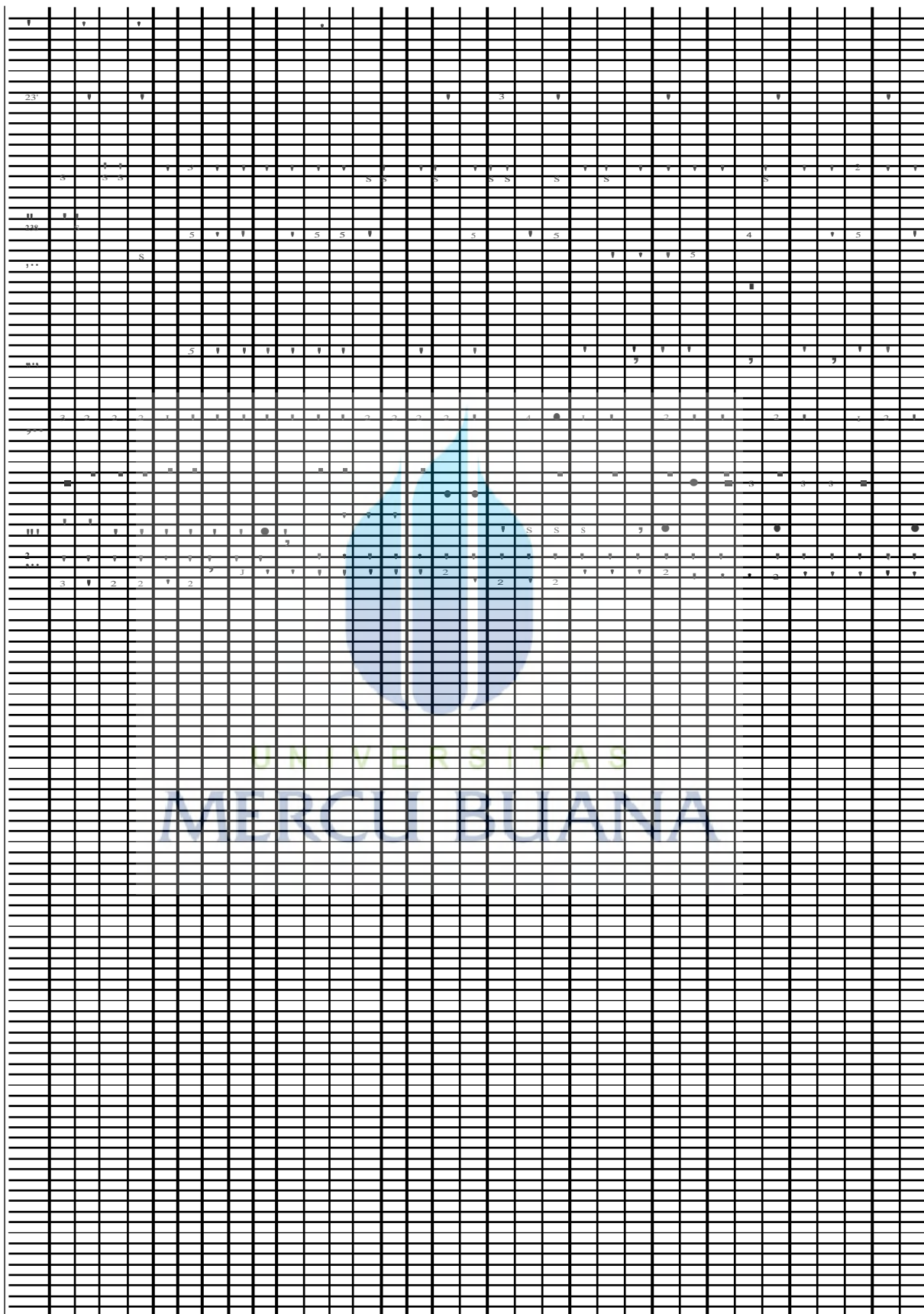
135 S



UNIVERSITAS
MERCU BUANA



UNIVERSITAS
MERCU BUANA



246
5*

241
3**

31*

249

251
252

311

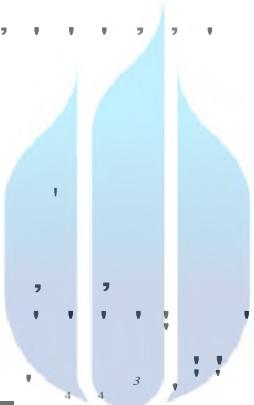
311

256

258

259

31



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

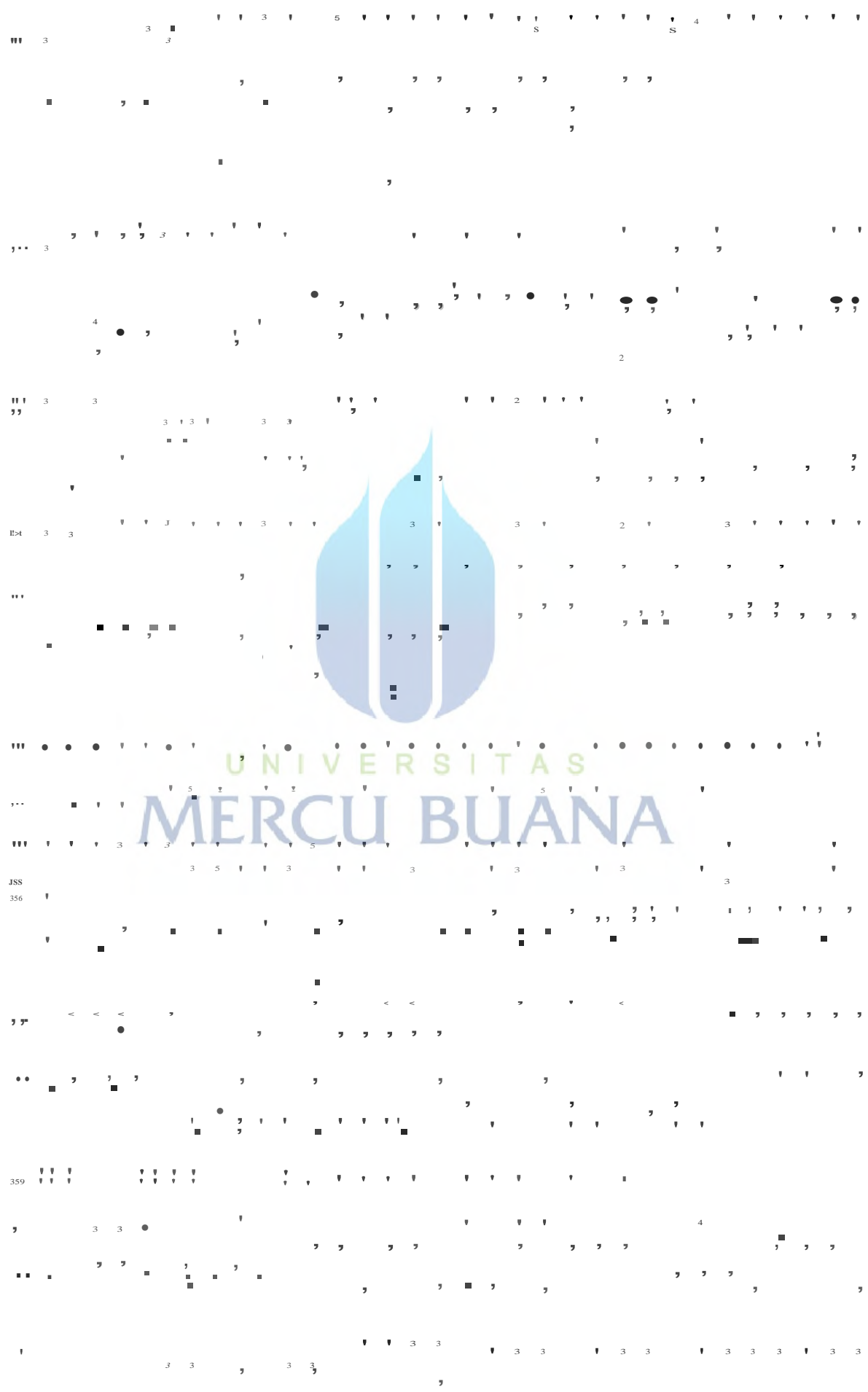
279
2
IU
283
m
28>

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

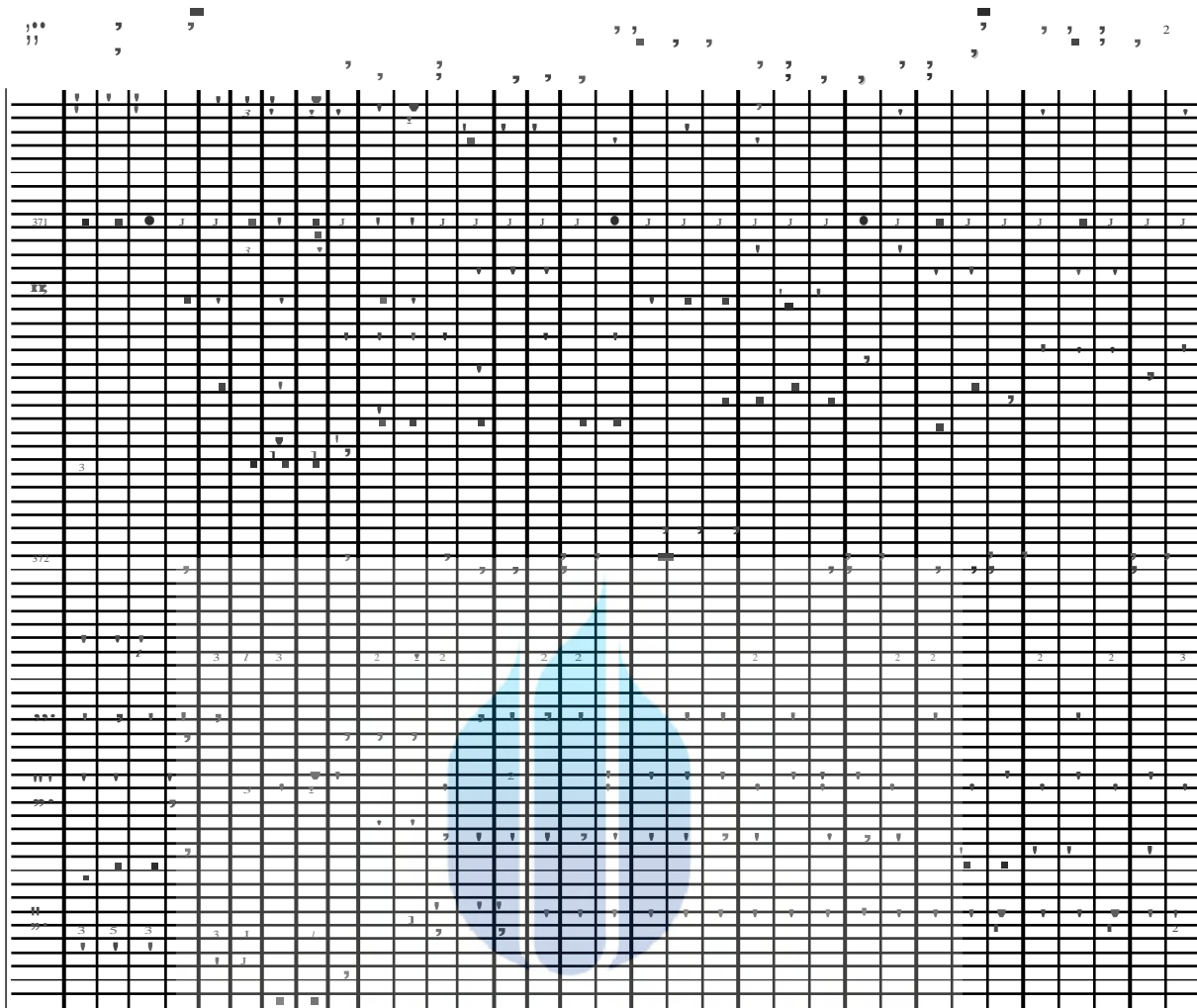
296
297
301
302
408
302

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

<http://digilib.mercubuana.ac.id/>







UNIVERSITAS
MERCU BUANA

371

372

373

374

375

376

377

378

379

380

381

382

383

384

385

386

387

388

389

390

391

392

393

394

395

396

397

398

399

400

403

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

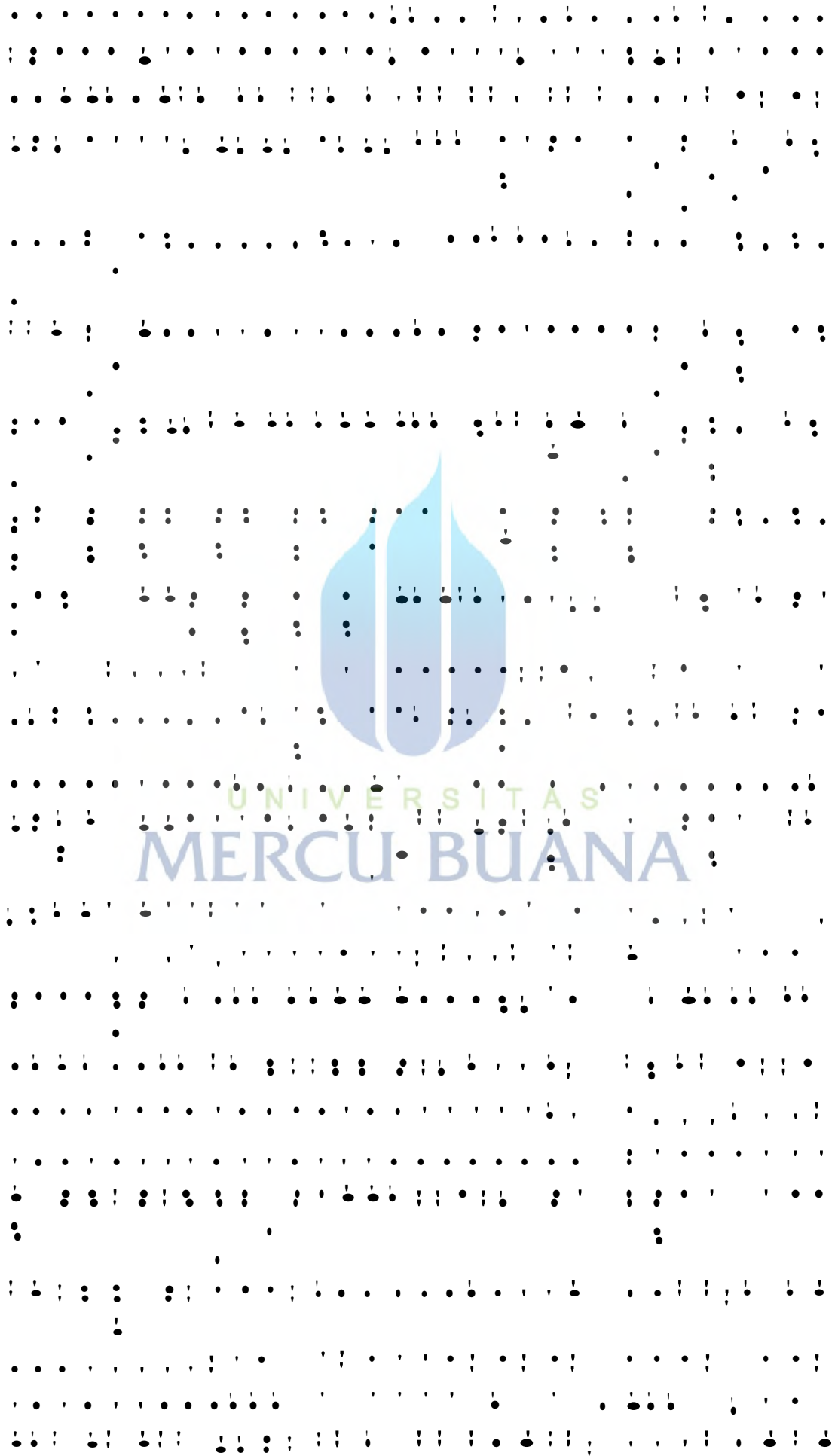
The image displays a musical score with multiple staves. A large, semi-transparent blue logo of Universitas Mercu Buana is centered over the score. The logo consists of a stylized blue shape resembling a flame or a leaf, with the text 'UNIVERSITAS' in green and 'MERCU BUANA' in blue below it. The musical notation includes various symbols such as notes, rests, and dynamic markings like 'p' and 'f'. The score is organized into systems, with some systems starting with Roman numerals (I, II, III, IV) and others with numbers (02, 4:15).

MW RNBUBIMI MW MW LOYAU TAim.AHGGAJI KPIABAN PULANGGAN KONHIBIKIEHIVHIIYA

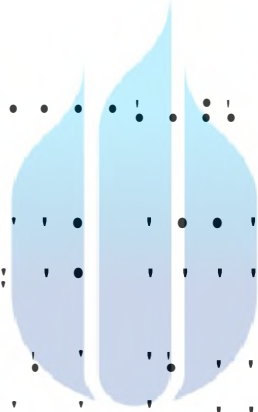


UNIVERSITAS
MERCU BUANA

<http://digilib.mercubuana.ac.id/>



UNIVERSITAS
MERCU BUANA



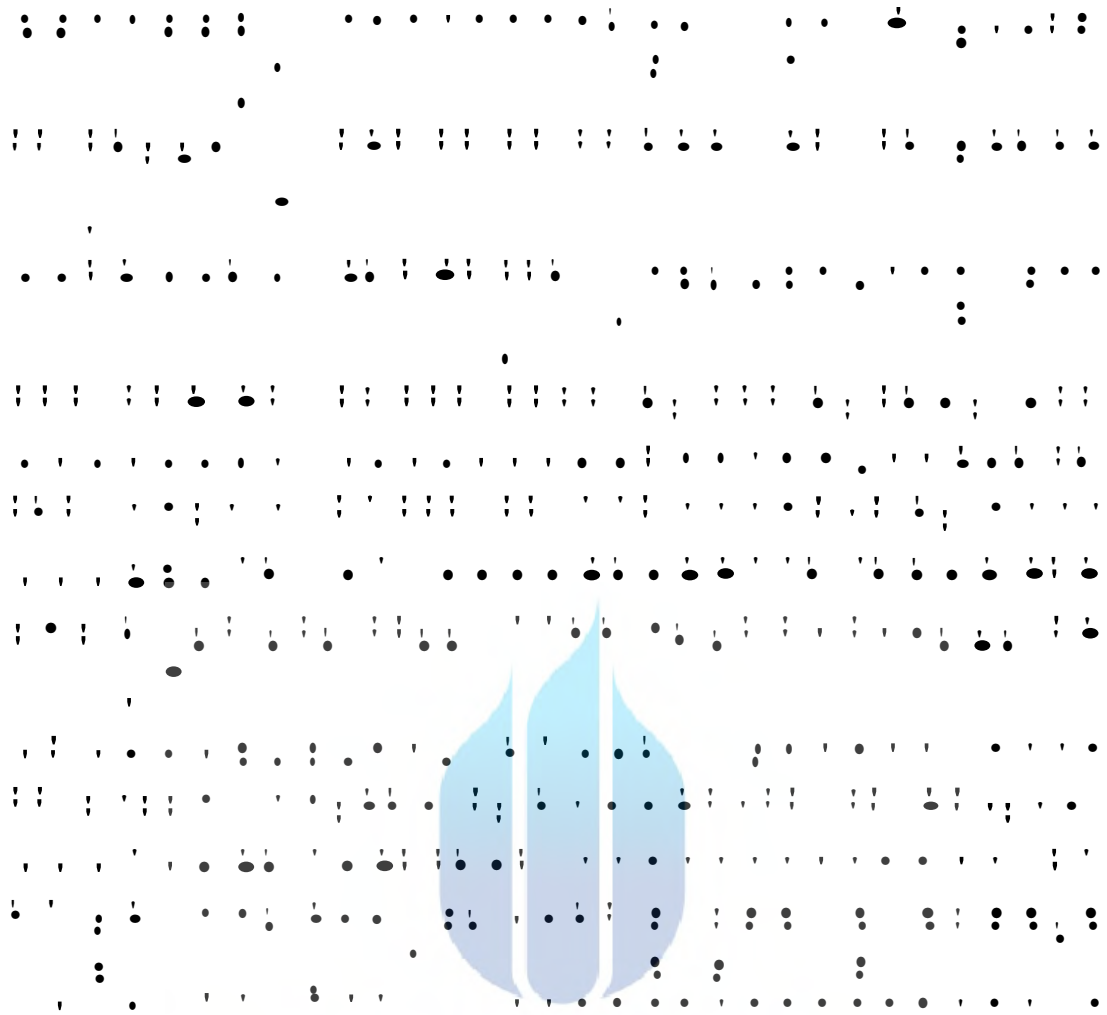
UNIVERSITAS
MERCU BUANA

The image displays a musical score on a grid. The score is written in black ink on a white background. The grid consists of 12 horizontal lines and 24 vertical lines. The musical notation includes various notes, stems, and rests. A large, semi-transparent watermark is centered on the page. The watermark features a blue circular logo with a stylized flame or leaf shape inside. Below the logo, the text "UNIVERSITAS" is written in green, and "MERCU BUANA" is written in blue. The watermark is positioned over the middle of the musical score.

The image displays a page of musical notation, likely a score for a piece of music. The notation is arranged in a grid format, with multiple staves (horizontal lines) and measures (vertical lines). The notes and symbols are represented by black dots and vertical stems. A large, semi-transparent watermark is overlaid on the center of the page. The watermark consists of a blue circular logo with a stylized flame or leaf shape inside, and the text "UNIVERSITAS MERCU BUANA" written in a light blue, sans-serif font below it.

A musical score is displayed on a white background. The score consists of multiple staves of music, each with a treble clef and a key signature of one flat. The notes and rests are printed in black. In the center of the page, there is a large, semi-transparent watermark. The watermark features a stylized blue and white logo that resembles a flame or a leaf. Below the logo, the text "UNIVERSITAS" is written in a light green, sans-serif font, and "MERCU BUANA" is written in a larger, light blue, sans-serif font. At the bottom center of the page, the URL "http://digilib.mercubuana.ac.id/" is printed in a small, black, sans-serif font.

A musical score consisting of multiple staves of music notation. The notation includes various note values, stems, and rests. A large, semi-transparent watermark is centered over the score. The watermark features a stylized blue flame-like logo above the text "UNIVERSITAS" in green and "MERCU BUANA" in blue. The background of the page is white.

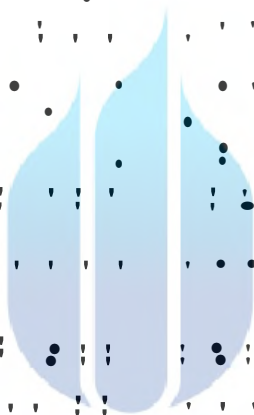


61E

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

The image displays a musical score for the piece 'MERCURIUS' by 'MERCURIUS'. The score is written on a grand staff consisting of 12 staves. The notation includes various musical symbols such as notes, rests, and bar lines. A large, semi-transparent watermark is centered over the score, featuring a blue flame-like logo above the text 'UNIVERSITAS' and 'MERCURIUS' in a stylized font. The watermark is positioned over the middle staves of the score.

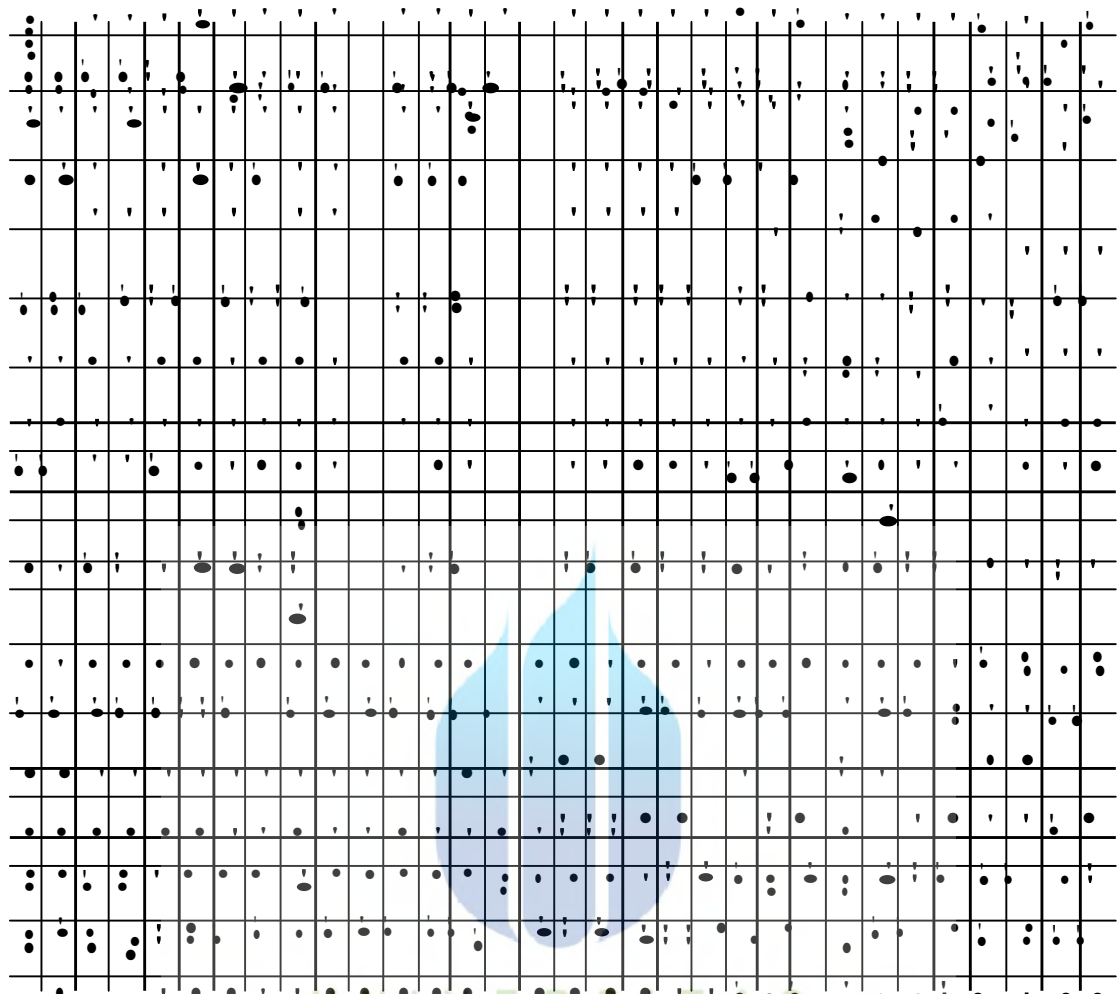
UNIVERSITAS
MERCUBUANA



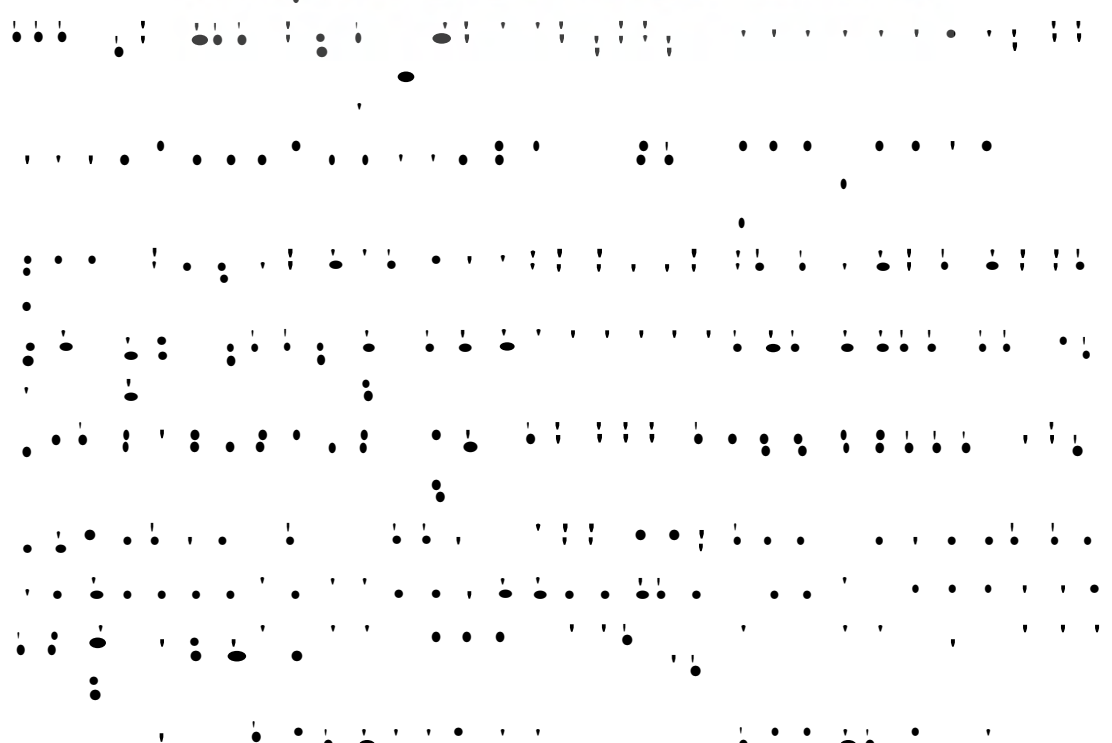
UNIVERSITAS
MERCU BUANA

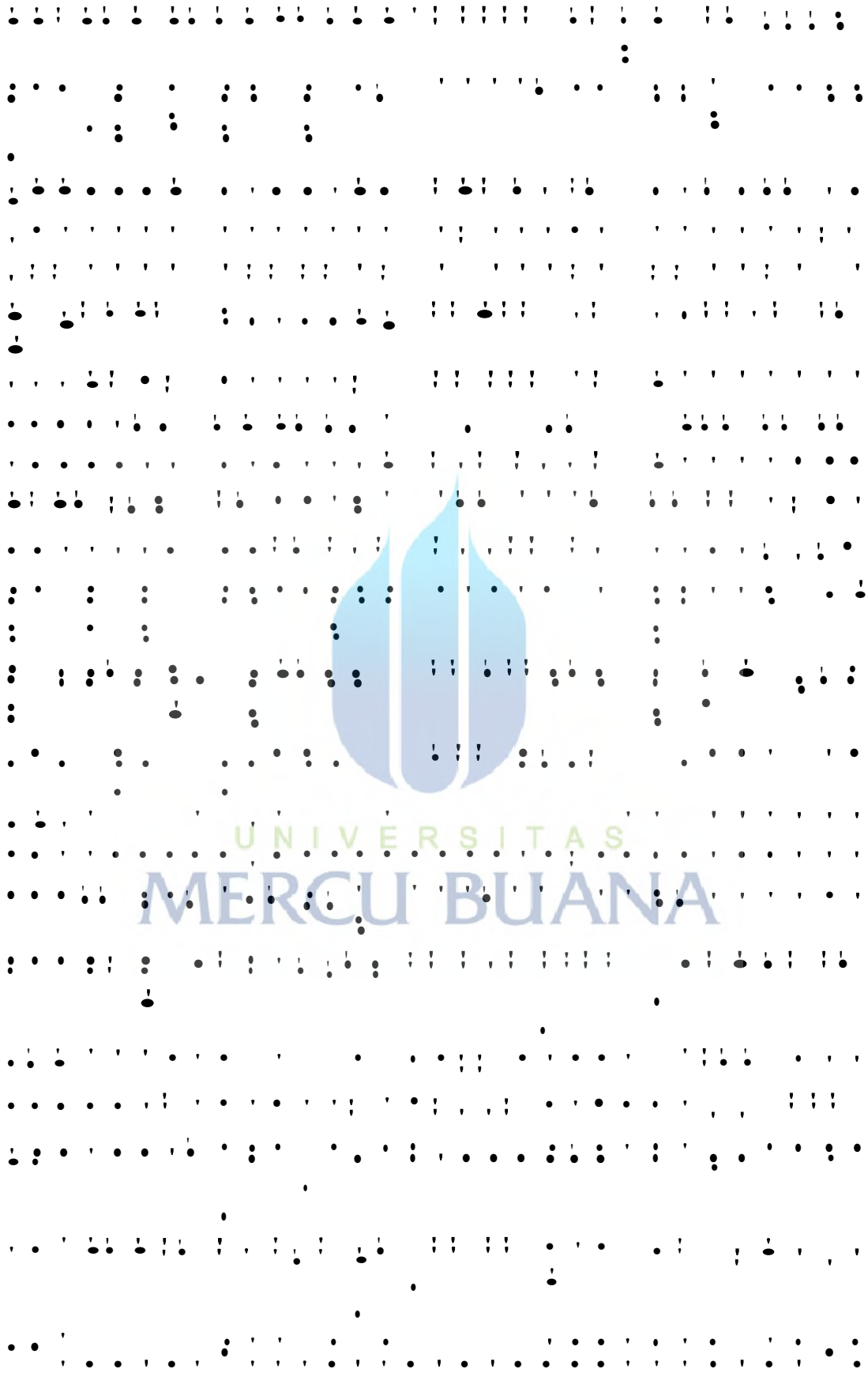
The image displays a musical score for the piece "OZE". The score is written on ten staves, each containing a series of musical notes and rests. A large, semi-transparent watermark is centered over the score. The watermark consists of a stylized blue and light blue logo resembling a flame or a leaf, with the text "UNIVERSITAS" in green and "MERCU BUANA" in blue below it. The word "OZE" is printed in a small, black, sans-serif font at the bottom left of the page.

OZE

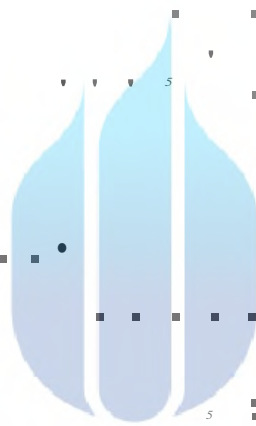


UNIVERSITAS
MERCU BUANA

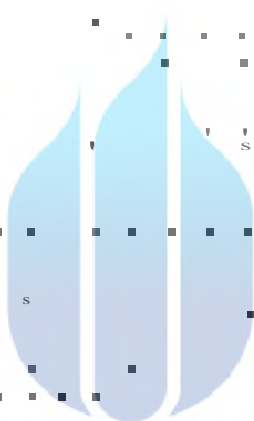








UNIVERSITAS
MERCU BUANA



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

59

60

62

66

67

70

11



UNIVERSITAS
MERCU BUANA



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

2 2 3 3 S 1

1 2

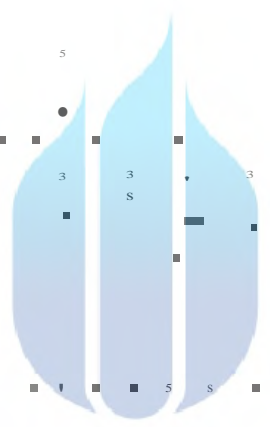
2 3 3 5

4

3 3 3 3

3 3 3 3 5

3 3 3 3 5



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

95 4 4 3 3 3 J

100 2 2 2

0 2 3 2 J 3 3

102 3 3 3

103
106
108
110
111
112

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

S



121

m

128

m

125

126

129

131

132



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

133

III
II

136

III*

III

III

III

III

III

III

III

III

III

III

The image displays a musical score with various rhythmic notations such as eighth notes, quarter notes, and rests. The score is organized into systems, with some systems containing multiple staves. A large, semi-transparent blue logo of Universitas Mercu Buana is centered on the page. The logo consists of a stylized flame or leaf shape with a vertical line through the center. Below the logo, the text 'UNIVERSITAS' is written in a light green, sans-serif font, and 'MERCU BUANA' is written in a larger, blue, serif font. The background of the page is white, and the musical notation is in black.

..

|||

S

150

|||

S S S

153
154



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

2 3 S S 5 3 S S

156

157

158

159

160

161

162

163

164

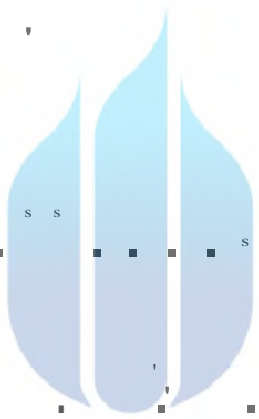
165

166

167

168

169



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

178 S

179 J J

180 4 2 3

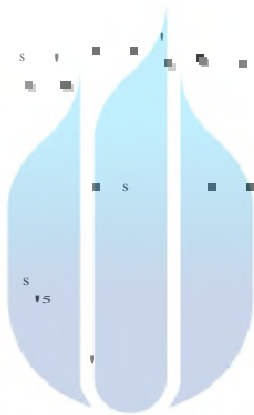
181 2 2

182 S S

183 2

184 J J

185 3



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

186

187

188

189

190

191

192

193

194

195

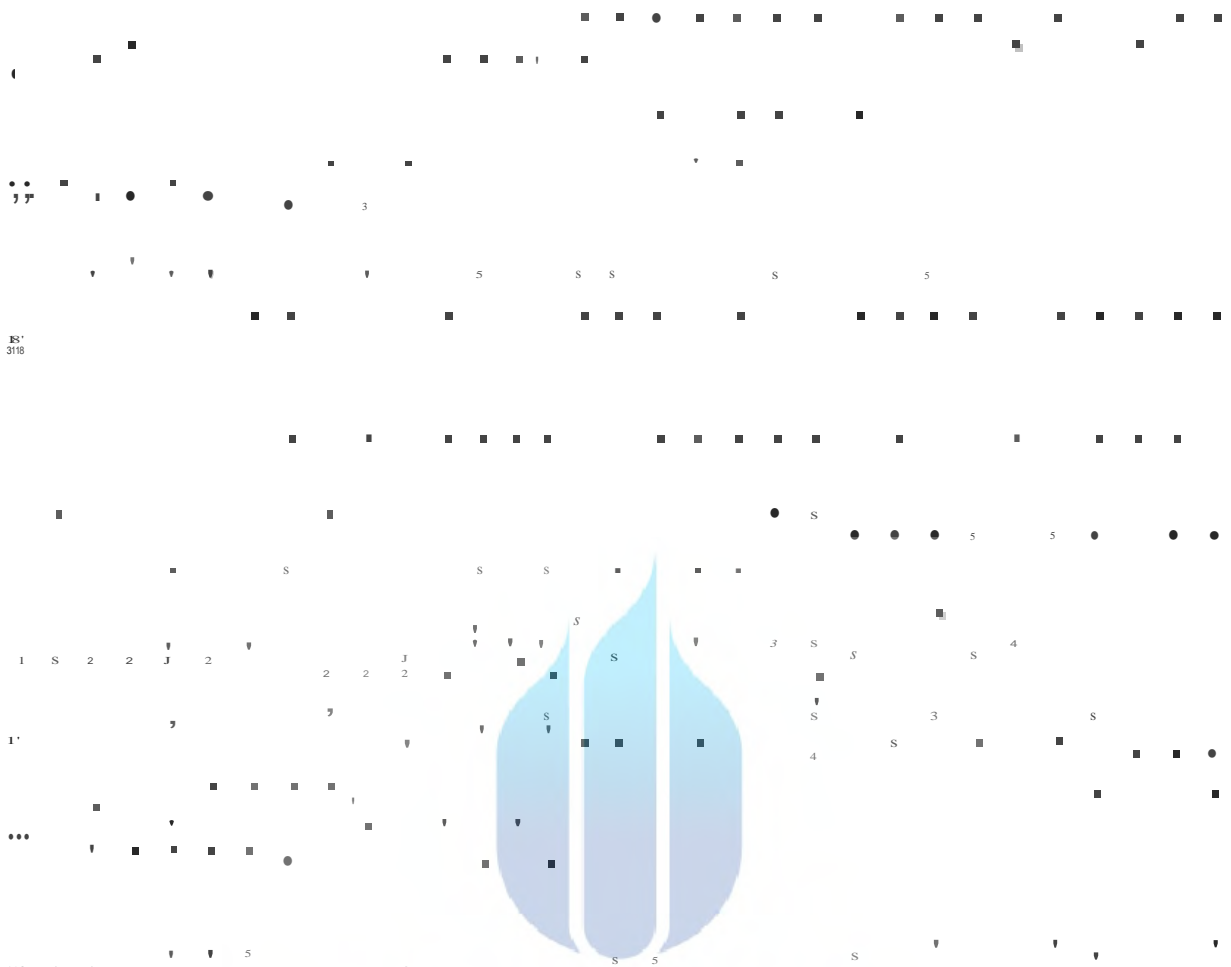
196

197

198

199

200



318

192
193

195

196

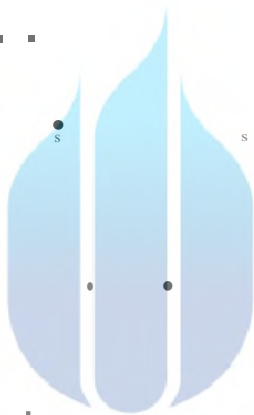
200

197

201

UNIVERSITAS MERCU BUANA

202
204
206
207
208
209
210
211
212
213
214
215
216
217
218
219
220
221
222
223
224
225
226
227
228
229
230
231
232
233
234
235
236
237
238
239
240
241
242
243
244
245
246
247
248
249
250
251
252
253
254
255
256
257
258
259
260
261
262
263
264
265
266
267
268
269
270
271
272
273
274
275
276
277
278
279
280
281
282
283
284
285
286
287
288
289
290
291
292
293
294
295
296
297
298
299
300
301
302
303
304
305
306
307
308
309
310
311
312
313
314
315
316
317
318
319
320
321
322
323
324
325
326
327
328
329
330
331
332
333
334
335
336
337
338
339
340
341
342
343
344
345
346
347
348
349
350
351
352
353
354
355
356
357
358
359
360
361
362
363
364
365
366
367
368
369
370
371
372
373
374
375
376
377
378
379
380
381
382
383
384
385
386
387
388
389
390
391
392
393
394
395
396
397
398
399
400
401
402
403
404
405
406
407
408
409
410
411
412
413
414
415
416
417
418
419
420
421
422
423
424
425
426
427
428
429
430
431
432
433
434
435
436
437
438
439
440
441
442
443
444
445
446
447
448
449
450
451
452
453
454
455
456
457
458
459
460
461
462
463
464
465
466
467
468
469
470
471
472
473
474
475
476
477
478
479
480
481
482
483
484
485
486
487
488
489
490
491
492
493
494
495
496
497
498
499
500



UNIVERSITAS
MERCU BUANA



III
III

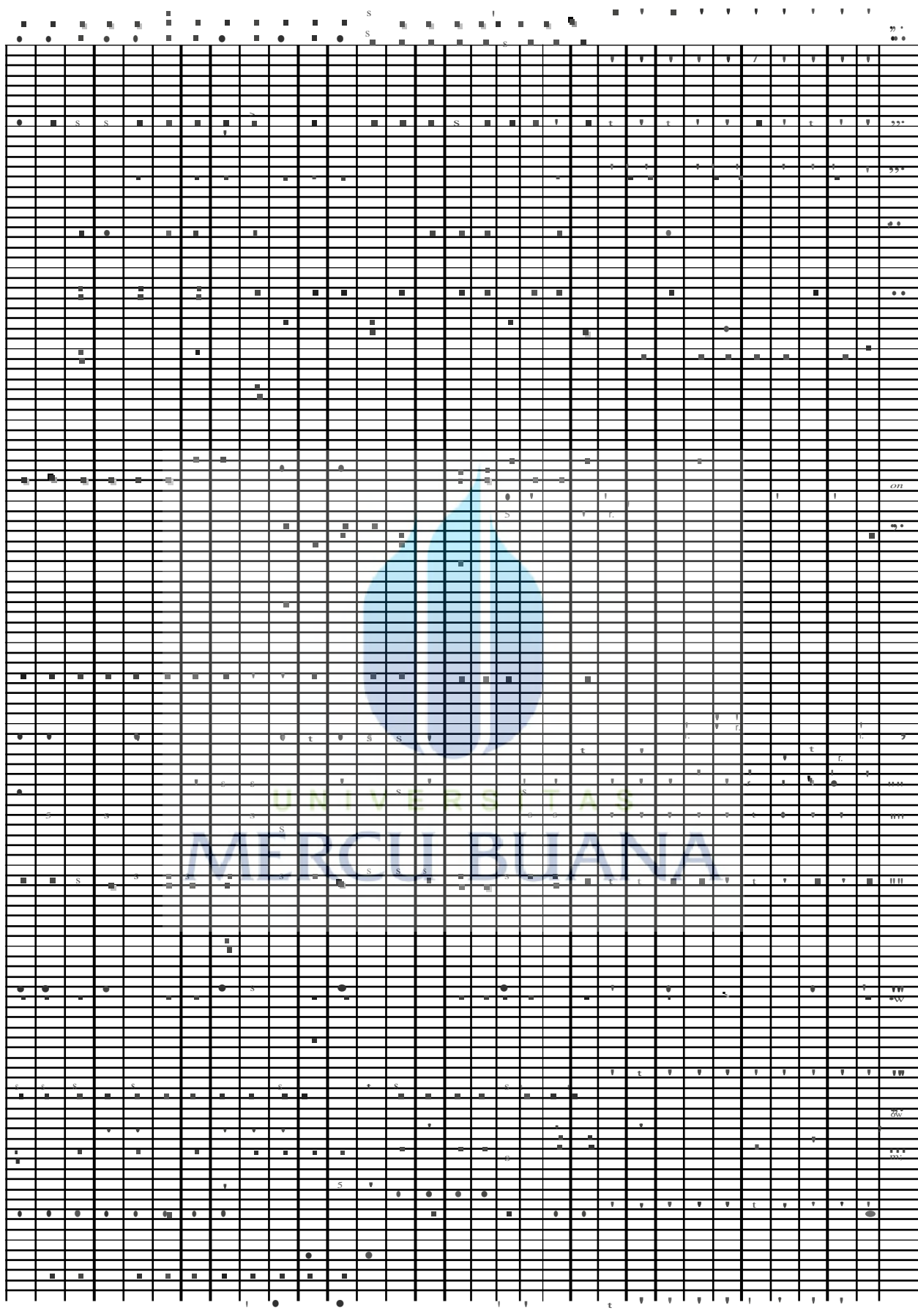
241

242

243

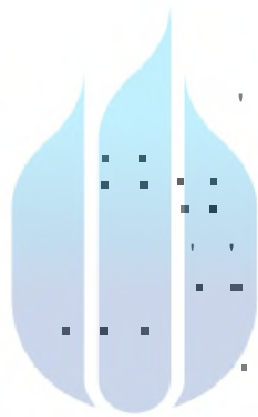


UNIVERSITAS
MERCU BUANA

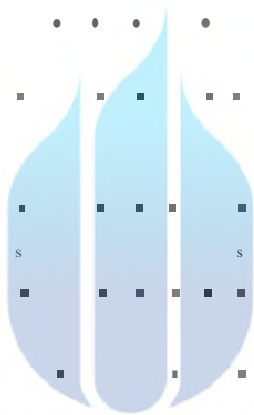




UNIVERSITAS
MERCU BUANA

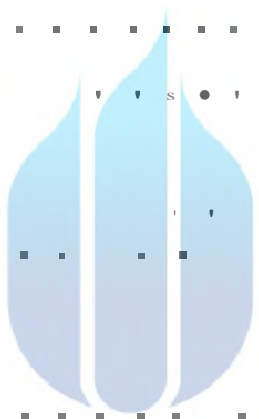


UNIVERSITAS
MERCU BUANA



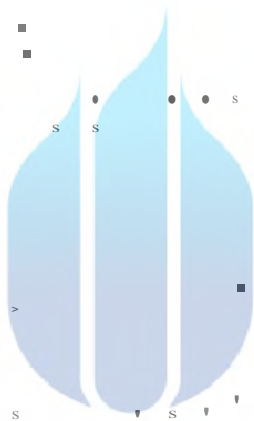
UNIVERSITAS
MERCU BUANA

S S S

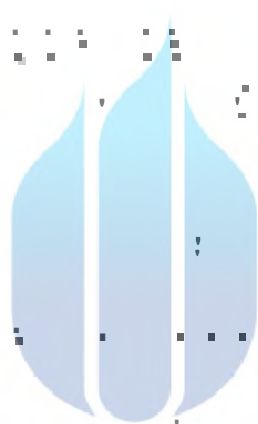


UNIVERSITAS
MERCU BUANA

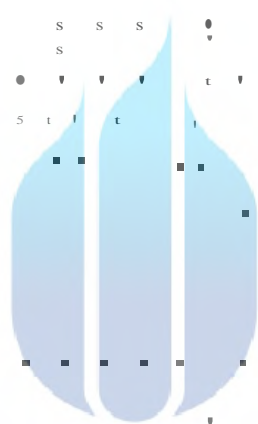




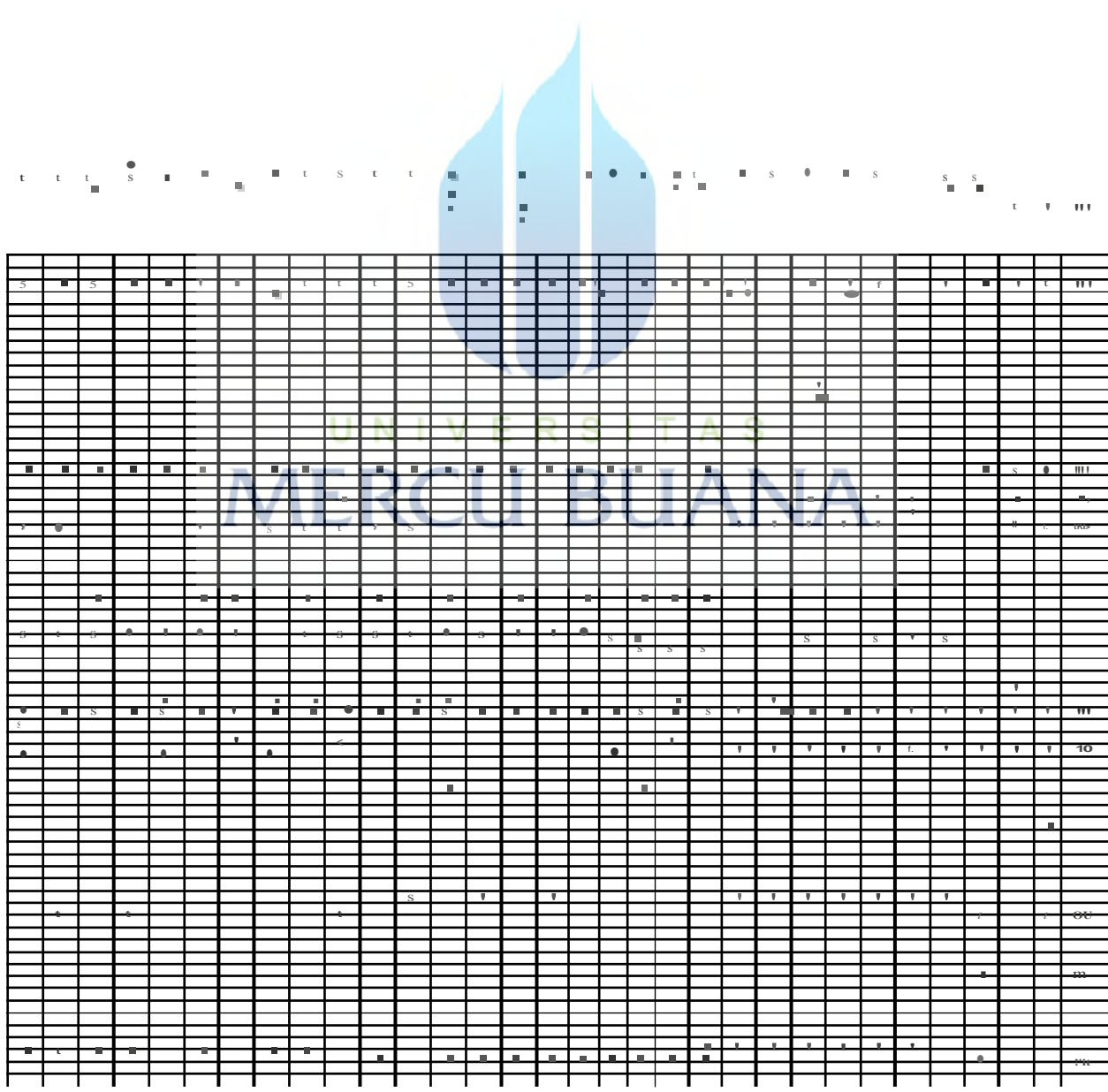
UNIVERSITAS
MERCU BUANA

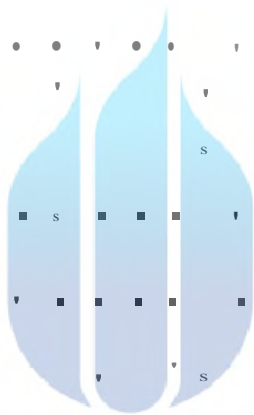


UNIVERSITAS
MERCU BUANA

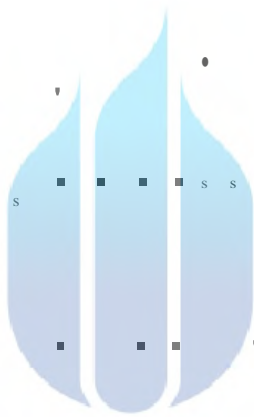


UNIVERSITAS
MERCU BUANA





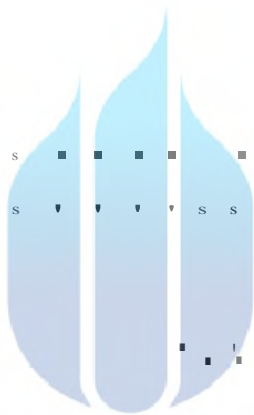
UNIVERSITAS
MERCU BUANA



UNIVERSITAS
MERCU BUANA



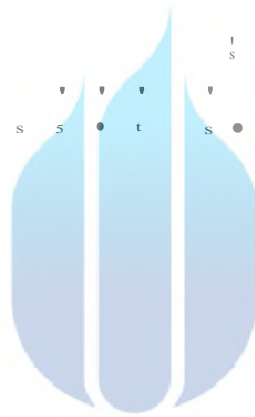
UNIVERSITAS
MERCU BUANA



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Illegible text and symbols scattered across the page, possibly representing a corrupted document or a specific code.

Szf:



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Lampiran 14. Hasil Perhitungan SEM dengan LISREL 8.80

DATE: 10/12/2015
TIME: 9:59

L I S R E L 8.80

BY

Karl G. Joreskog & Dag Sorbom

This program is published exclusively by
Scientific Software International, Inc.
7383 N. Lincoln Avenue, Suite 100
Lincolnwood, IL 60712, U.S.A.
Phone: (800)247-6113, (847)675-0720, Fax: (847)675-2140
Copyright by Scientific Software International, Inc., 1981-2006
Use of this program is subject to the terms specified in the
Universal Copyright Convention.
Website: www.ssicentral.com

The following lines were read from file C:\HYPERMART\THESISBEN\TesisAll-REV.Spl:

Digram Alur Model Hybrid Variabel dan Sub Variabel
Raw Data from file 'C:\HYPERMART\DATA18\DATA18BBM.psf'
Sample Size = 435
Latent Variables Produk Barga Layout Customer Promosi Lokasi BPRitel Nimbal
NPenebus NAspira NRelevan NKenyam Progloya Tangible Reliable Responsiv
Assuran Empathy KEPUAS LOYALITA
Relationships
PD1 Produk
PD6 Produk
PD7 Produk
PDB Produk
HG1 Harga
HG2 Harga
HG3 Harga
L04 Layout
106 Layout
L09 Layout
CS1 Customer
CS2 Customer
CS3 Customer
CS4 Customer
CS6 Customer
CS7 Customer
CS9 Customer
PR1 Promosi
PR2 Promosi
PR3 Promosi
PR4 Promosi
PR6 Promosi
PR7 Promosi
LK1 Lokasi
LK2 Lokasi
LK3 Lokasi

Nil - NI3 Nimbal
 NP - NP3 NPenebus
 NA1 - NA3 NAspira
 NR1 - NR3 NRelevan
 NK1 - NK3 NKenyam

KP - KP3 = Tangible
 KP6 = Reliable
 KP9 - KP11 Reliable
 KP13 - KP16 Responsiv
 KP17 Assuran
 KP19 - KP20 Assuran
 KP23 - KP24 Empathy
 KP28 - KP29 Empathy

Tangible KEPUAS
 Reliable KEPUAS
 Responsiv KEPUAS
 Assuran KEPUAS
 Empathy = KEPUAS

LP1 - LP6 LOYALITA

Nimbal NPenebus NAspira NRelevan NKenyam = Progloya
 Produk Harga Layout Customer Promosi Lokasi = BPRitel
 KEPUAS BPRitel Progloya
 LOYALITA = KEPUAS BPRitel Progloya

Kondisi BPRitel

Let Error Covariance of CS2 and L09 Free

Kondisi Program Loyalitas

Let Error Covariance of NI2 and NR3 Free
 Let Error Covariance of NR2 and NK3 Free
 Let Error Covariance of NI3 and NP2 Free
 Let Error Covariance of NI3 and NP3 Free
 Let Error Covariance of NP1 and NA3 Free

Kondisi Kepuasan Pelanggan

Let Error Covariance of KP23 and KP28 Free
 Let Error Covariance of KP24 and KP28 Free
 Let Error Covariance of KP3 and KP28 Free
 Let Error Covariance of KP3 and KP29 Free

Let Error Covariance of KP? and KP24 Free
 Let Error Covariance of KP9 and KP15 Free
 Let Error Covariance of KP29 and KP28 Free
 Let Error Covariance of KP29 and KP1 Free
 Let Error Covariance of KP6 and KP1 Free
 Let Error Covariance of KP6 and KP13 Free
 Let Error Covariance of KP23 and KP24 Free

Kondisi Loyalitas Pelanggan

Let Error Covariance of LP2 and LPS Free
 Let Error Covariance of LP2 and LP1 Free
 Let Error Covariance of LP2 and LP3 Free

LISREL OUTPUT ADOFF
 ITERATIONS > 435
 Path Diagram
 End of Problem

Digram Alur Model Hybrid Variabel dan Sub Variabel

Covariance Matrix

	PD1	PD6	PD7	PD8	HG1	HG2
PD1	0.54					
PD6	0.40	0.73				
PD7	0.37	0.47	0.60			
PD8	0.31	0.42	0.40	0.73		
HG1	0.38	0.42	0.39	0.32	0.61	
HG2	0.27	0.42	0.35	0.35	0.27	0.67
HG3	0.37	0.37	0.37	0.32	0.39	0.37
L04	0.33	0.43	0.40	0.35	0.34	0.37
L06	0.40	0.50	0.48	0.46	0.39	0.46
L09	0.28	0.37	0.36	0.32	0.33	0.30
CS1	0.38	0.46	0.42	0.41	0.39	0.43
CS2	0.39	0.48	0.45	0.41	0.38	0.42
CS3	0.39	0.44	0.43	0.38	0.38	0.31
CS4	0.27	0.29	0.29	0.32	0.24	0.30
CS6	0.34	0.43	0.39	0.38	0.40	0.40
CS7	0.39	0.51	0.46	0.46	0.37	0.51
CS9	0.26	0.31	0.29	0.24	0.25	0.28
PR1	0.24	0.29	0.30	0.26	0.26	0.27
PR2	0.37	0.46	0.40	0.41	0.40	0.41
PR3	0.37	0.43	0.41	0.42	0.36	0.41
PR4	0.23	0.38	0.35	0.34	0.26	0.34
PR6	0.37	0.42	0.43	0.36	0.38	0.40
PR7	0.40	0.49	0.45	0.43	0.43	0.41
LK1	0.42	0.43	0.42	0.39	0.42	0.31
LK2	0.35	0.39	0.36	0.34	0.33	0.36
LK3	0.26	0.34	0.33	0.32	0.29	0.36
Nil	0.19	0.24	0.26	0.22	0.27	0.25
NI2	0.15	0.13	0.15	0.12	0.17	0.14
NI3	0.18	0.26	0.21	0.20	0.19	0.21
NP1	0.18	0.22	0.21	0.19	0.21	0.17
NP2	0.15	0.20	0.19	0.16	0.18	0.18
NP3	0.13	0.15	0.17	0.11	0.16	0.09
NA1	0.17	0.18	0.19	0.18	0.18	0.17
NA2	0.10	0.16	0.17	0.17	0.11	0.16
NA3	0.10	0.16	0.18	0.12	0.15	0.13
NR1	0.14	0.20	0.21	0.17	0.15	0.17
NR2	0.15	0.22	0.21	0.20	0.17	0.17
NR3	0.15	0.22	0.19	0.21	0.19	0.18
NK1	0.11	0.18	0.17	0.15	0.14	0.18
NK2	0.11	0.12	0.13	0.16	0.11	0.08
NK3	0.15	0.16	0.16	0.15	0.14	0.13
LP1	0.21	0.24	0.22	0.20	0.24	0.19
LP2	0.21	0.24	0.23	0.18	0.24	0.17
LP3	0.20	0.20	0.19	0.17	0.23	0.13
LP4	0.17	0.19	0.17	0.13	0.18	0.11
LP5	0.15	0.15	0.17	0.12	0.18	0.15
LP6	0.14	0.15	0.13	0.12	0.16	0.08
KP1	0.31	0.33	0.32	0.29	0.29	0.34
KP2	0.23	0.28	0.25	0.23	0.24	0.23
KP3	0.22	0.23	0.18	0.14	0.20	0.17
KP6	0.35	0.36	0.33	0.30	0.34	0.29
KP9	0.32	0.34	0.30	0.31	0.31	0.27
KP10	0.27	0.30	0.28	0.26	0.27	0.22
KP11	0.28	0.33	0.29	0.29	0.31	0.24
KP13	0.24	0.23	0.20	0.27	0.22	0.17
KP14	0.21	0.24	0.21	0.20	0.19	0.20

KP15	0.19	0.21	0.16	0.17	0.16	0.18
KP16	0.14	0.15	0.13	0.13	0.12	0.13
KP17	0.31	0.35	0.30	0.29	0.30	0.31
KP19	0.25	0.27	0.24	0.22	0.22	0.21
KP20	0.21	0.22	0.19	0.20	0.17	0.23
KP23	0.21	0.21	0.17	0.16	0.16	0.21
KP24	0.16	0.20	0.16	0.17	0.14	0.15
KP28	0.21	0.22	0.17	0.18	0.20	0.18
KP29	0.24	0.25	0.23	0.22	0.23	0.21

Covariance Matrix

	HG3	L04	L06	L09	CS1	CS2
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
HG3	0.66					
L04	0.32	0.55				
L06	0.39	0.45	0.68			
L09	0.31	0.37	0.40	0.48		
CS1	0.36	0.43	0.49	0.38	0.60	
CS2	0.41	0.42	0.50	0.34	0.47	0.64
CS3	0.35	0.36	0.45	0.33	0.41	0.43
CS4	0.27	0.28	0.32	0.25	0.29	0.32
CS6	0.38	0.40	0.47	0.36	0.46	0.46
CS7	0.42	0.42	0.53	0.36	0.48	0.55
CS9	0.25	0.28	0.32	0.20	0.31	0.34
PR1	0.30	0.28	0.30	0.27	0.30	0.33
PR2	0.40	0.37	0.47	0.33	0.43	0.46
PR3	0.40	0.35	0.49	0.32	0.43	0.49
PR4	0.23	0.32	0.38	0.28	0.35	0.39
PR6	0.38	0.40	0.46	0.35	0.45	0.46
PR7	0.38	0.42	0.50	0.35	0.51	0.51
LK1	0.41	0.35	0.46	0.31	0.42	0.43
LK2	0.38	0.36	0.42	0.29	0.39	0.41
LK3	0.37	0.31	0.35	0.28	0.35	0.37
NI1	0.31	0.22	0.25	0.22	0.23	0.27
NI2	0.21	0.13	0.14	0.13	0.16	0.15
NI3	0.16	0.20	0.22	0.14	0.21	0.25
NP1	0.19	0.20	0.24	0.17	0.21	0.20
NP2	0.16	0.17	0.20	0.14	0.21	0.23
NP3	0.11	0.14	0.18	0.11	0.14	0.17
NA1	0.17	0.19	0.19	0.18	0.21	0.23
NA2	0.12	0.16	0.20	0.13	0.17	0.20
NA3	0.15	0.17	0.16	0.16	0.17	0.17
NR1	0.17	0.19	0.18	0.16	0.18	0.21
NR2	0.14	0.21	0.24	0.20	0.21	0.22
NR3	0.19	0.13	0.22	0.15	0.21	0.22
NK1	0.16	0.16	0.19	0.17	0.17	0.17
NK2	0.12	0.10	0.12	0.10	0.10	0.14
NK3	0.14	0.15	0.18	0.16	0.15	0.15
LP1	0.28	0.21	0.24	0.20	0.22	0.25
LP2	0.24	0.20	0.24	0.20	0.21	0.23
LP3	0.25	0.16	0.21	0.16	0.19	0.23
LP4	0.18	0.14	0.18	0.13	0.15	0.20
LPS	0.21	0.17	0.19	0.14	0.16	0.20
LP6	0.18	0.12	0.13	0.13	0.12	0.15
KP1	0.40	0.30	0.39	0.26	0.33	0.35
KP2	0.28	0.23	0.30	0.22	0.26	0.27
KP3	0.20	0.17	0.21	0.16	0.21	0.19
KP6	0.34	0.35	0.38	0.30	0.36	0.37
KP9	0.27	0.30	0.35	0.24	0.33	0.35
KP10	0.29	0.27	0.33	0.26	0.28	0.27
KP11	0.28	0.30	0.33	0.24	0.31	0.30
KP13	0.17	0.22	0.26	0.17	0.24	0.24
KP14	0.20	0.21	0.23	0.17	0.24	0.22
KP15	0.17	0.17	0.20	0.15	0.19	0.18
KP16	0.14	0.15	0.15	0.13	0.14	0.13
KP17	0.32	0.32	0.35	0.24	0.34	0.36
KP19	0.21	0.25	0.30	0.20	0.26	0.28
KP20	0.21	0.23	0.26	0.16	0.24	0.24
KP23	0.19	0.21	0.23	0.16	0.19	0.23
KP24	0.17	0.16	0.19	0.12	0.18	0.18

KP28	0.21	0.17	0.22	0.19	0.20	0.20
KP29	0.24	0.21	0.26	0.19	0.26	0.27

Covariance Matrix

	CS3	CS4	CS6	CS7	CS9	PR1
CS3	0.62					
CS4	0.27	0.58				
CS6	0.38	0.30	0.62			
CS7	0.45	0.34	0.47	0.80		
CS9	0.25	0.18	0.32	0.33	0.61	
PR1	0.26	0.23	0.29	0.33	0.23	0.42
PR2	0.38	0.31	0.41	0.49	0.31	0.30
PR3	0.40	0.33	0.41	0.50	0.30	0.31
PR4	0.31	0.26	0.38	0.43	0.25	0.25
PR6	0.40	0.30	0.43	0.48	0.30	0.29
PR7	0.45	0.32	0.46	0.53	0.33	0.30
LK1	0.40	0.25	0.38	0.45	0.25	0.30
LK2	0.34	0.25	0.36	0.41	0.25	0.25
LK3	0.30	0.27	0.33	0.40	0.23	0.25
NI1	0.24	0.16	0.25	0.28	0.13	0.24
NI2	0.14	0.09	0.14	0.15	0.10	0.18
NI3	0.23	0.14	0.19	0.31	0.14	0.17
NP1	0.18	0.13	0.20	0.23	0.13	0.13
NP2	0.17	0.12	0.20	0.27	0.15	0.16
NP3	0.16	0.09	0.14	0.20	0.08	0.11
NA1	0.21	0.13	0.20	0.21	0.14	0.16
NA2	0.14	0.11	0.15	0.21	0.11	0.13
NA3	0.15	0.08	0.16	0.18	0.09	0.16
NR1	0.14	0.15	0.17	0.21	0.14	0.16
NR2	0.19	0.15	0.21	0.25	0.14	0.18
NR3	0.18	0.14	0.20	0.21	0.13	0.18
NK1	0.13	0.13	0.17	0.18	0.11	0.16
NK2	0.11	0.11	0.10	0.16	0.07	0.11
NK3	0.13	0.12	0.13	0.16	0.12	0.14
LP1	0.23	0.16	0.24	0.27	0.13	0.19
LP2	0.21	0.15	0.21	0.25	0.13	0.16
LP3	0.21	0.15	0.18	0.22	0.14	0.17
LP4	0.20	0.12	0.15	0.20	0.10	0.13
LP5	0.15	0.14	0.17	0.21	0.10	0.10
LP6	0.15	0.09	0.13	0.12	0.09	0.13
KP1	0.33	0.23	0.33	0.37	0.21	0.20
KP2	0.25	0.17	0.25	0.25	0.17	0.21
KP3	0.20	0.12	0.18	0.22	0.11	0.14
KP6	0.36	0.23	0.34	0.41	0.21	0.24
KP9	0.35	0.19	0.32	0.35	0.22	0.21
KP10	0.31	0.21	0.29	0.29	0.19	0.21
KP11	0.35	0.22	0.31	0.32	0.18	0.17
KP13	0.24	0.14	0.25	0.27	0.13	0.15
KP14	0.23	0.14	0.23	0.22	0.18	0.15
KP15	0.20	0.14	0.19	0.22	0.14	0.12
KP16	0.15	0.09	0.15	0.18	0.10	0.10
KP17	0.33	0.26	0.33	0.39	0.24	0.23
KP19	0.28	0.16	0.27	0.27	0.21	0.16
KP20	0.23	0.16	0.22	0.28	0.17	0.16
KP23	0.17	0.15	0.19	0.21	0.17	0.13
KP24	0.18	0.15	0.15	0.18	0.12	0.12
KP28	0.21	0.14	0.17	0.24	0.09	0.11
KP29	0.23	0.16	0.22	0.26	0.18	0.17

Covariance Matrix

	PR2	PR3	PR4	PR6	PR7	LK1
PR2	0.60					
PR3	0.45	0.64				
PR4	0.32	0.33	0.65			
PR6	0.44	0.41	0.32	0.59		
PR7	0.44	0.46	0.39	0.45	0.66	
LK1	0.43	0.41	0.30	0.43	0.44	0.77

LK2	0.40	0.39	0.25	0.38	0.38	0.40
LK3	0.34	0.35	0.27	0.34	0.35	0.32
Nil	0.25	0.24	0.22	0.24	0.25	0.29
NI2	0.17	0.15	0.11	0.13	0.14	0.17
NI3	0.23	0.23	0.21	0.19	0.25	0.18
NP1	0.21	0.21	0.17	0.20	0.23	0.21
NP2	0.20	0.22	0.22	0.19	0.23	0.19
NP3	0.16	0.17	0.15	0.14	0.17	0.16
NA1	0.18	0.19	0.18	0.19	0.21	0.21
NA2	0.16	0.19	0.17	0.15	0.17	0.15
NA3	0.17	0.18	0.17	0.17	0.16	0.18
NR1	0.18	0.19	0.17	0.17	0.20	0.18
NR2	0.20	0.21	0.20	0.21	0.23	0.21
NR3	0.22	0.23	0.21	0.17	0.23	0.25
NK1	0.18	0.16	0.16	0.17	0.17	0.15
NK2	0.15	0.13	0.12	0.12	0.13	0.14
NK3	0.18	0.18	0.11	0.16	0.16	0.16
LP1	0.25	0.22	0.19	0.23	0.23	0.30
LP2	0.22	0.21	0.18	0.21	0.21	0.28
LP3	0.23	0.19	0.15	0.17	0.21	0.27
LP4	0.19	0.17	0.16	0.17	0.20	0.22
LP5	0.18	0.17	0.11	0.14	0.18	0.16
LP6	0.14	0.15	0.09	0.12	0.14	0.19
KP1	0.34	0.36	0.24	0.35	0.34	0.38
KP2	0.27	0.24	0.17	0.26	0.25	0.31
KP3	0.22	0.17	0.12	0.19	0.21	0.23
KP6	0.37	0.35	0.26	0.37	0.36	0.41
KP9	0.31	0.35	0.28	0.33	0.36	0.37
KP10	0.28	0.28	0.23	0.27	0.29	0.30
KP11	0.30	0.26	0.24	0.32	0.34	0.29
KP13	0.22	0.28	0.20	0.25	0.26	0.26
KP14	0.21	0.24	0.19	0.22	0.27	0.22
KP15	0.22	0.23	0.17	0.19	0.22	0.22
KP16	0.14	0.18	0.12	0.15	0.14	0.17
KP17	0.33	0.34	0.26	0.32	0.38	0.32
KP19	0.25	0.28	0.22	0.24	0.30	0.27
KP20	0.24	0.24	0.18	0.25	0.24	0.26
KP23	0.19	0.22	0.16	0.21	0.22	0.20
KP24	0.19	0.18	0.13	0.18	0.19	0.19
KP28	0.23	0.20	0.11	0.19	0.22	0.20
KP29	0.25	0.22	0.16	0.26	0.26	0.26

Covariance Matrix

	LK2	LK3	Nil	NI2	NI3	NP1
LK2	0.48					
LK3	0.30	0.51				
Nil	0.21	0.25	0.50			
NI2	0.12	0.17	0.30	0.55		
NI3	0.17	0.18	0.23	0.13	0.50	
NP1	0.16	0.17	0.20	0.17	0.17	0.47
NP2	0.15	0.19	0.19	0.10	0.22	0.19
NP3	0.13	0.11	0.17	0.15	0.17	0.15
NA1	0.14	0.17	0.22	0.15	0.12	0.14
NA2	0.13	0.15	0.17	0.13	0.15	0.15
NA3	0.13	0.16	0.23	0.17	0.18	0.13
NR1	0.16	0.17	0.21	0.16	0.15	0.17
NR2	0.17	0.17	0.16	0.13	0.14	0.14
NR3	0.15	0.19	0.25	0.19	0.17	0.18
NK1	0.14	0.16	0.22	0.12	0.13	0.17
NK2	0.11	0.13	0.15	0.11	0.10	0.11
NK3	0.14	0.13	0.16	0.13	0.13	0.15
LP1	0.20	0.20	0.20	0.16	0.13	0.13
LP2	0.19	0.19	0.19	0.16	0.13	0.13
LP3	0.17	0.17	0.20	0.18	0.10	0.13
LP4	0.15	0.15	0.13	0.10	0.09	0.11
LP5	0.14	0.13	0.12	0.12	0.05	0.11
LP6	0.15	0.13	0.14	0.11	0.05	0.10
KP1	0.30	0.29	0.29	0.19	0.15	0.18
KP2	0.24	0.19	0.21	0.14	0.12	0.14

KP3	0.17	0.11	0.12	0.08	0.11	0.11
KP6	0.32	0.28	0.25	0.15	0.16	0.19
KP9	0.27	0.22	0.21	0.12	0.16	0.15
KP10	0.24	0.20	0.19	0.13	0.14	0.15
KP11	0.26	0.22	0.17	0.11	0.16	0.12
KP13	0.19	0.17	0.13	0.07	0.14	0.13
KP14	0.19	0.16	0.12	0.10	0.14	0.11
KP15	0.18	0.15	0.10	0.08	0.12	0.09
KP16	0.13	0.11	0.10	0.05	0.08	0.05
KP17	0.31	0.28	0.23	0.15	0.19	0.19
KP19	0.22	0.15	0.15	0.10	0.12	0.14
KP20	0.21	0.17	0.15	0.08	0.08	0.13
KP23	0.20	0.16	0.11	0.09	0.12	0.11
KP24	0.15	0.12	0.09	0.08	0.13	0.09
KP28	0.19	0.13	0.11	0.03	0.10	0.10
KP29	0.22	0.18	0.12	0.07	0.13	0.13

Covariance Matrix

	NP2	NP3	NA1	NA2	NA3	NR1
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
NP2	0.43					
NP3	0.13	0.39				
NA1	0.13	0.10	0.40			
NA2	0.17	0.12	0.11	0.36		
NA3	0.18	0.16	0.14	0.16	0.47	
NR1	0.15	0.13	0.18	0.19	0.15	0.40
NR2	0.14	0.12	0.14	0.15	0.13	0.16
NR3	0.20	0.14	0.20	0.16	0.17	0.21
NK1	0.15	0.12	0.15	0.13	0.16	0.17
NK2	0.09	0.11	0.14	0.11	0.12	0.17
NK3	0.10	0.11	0.12	0.12	0.09	0.16
LP1	0.13	0.11	0.15	0.08	0.15	0.14
LP2	0.14	0.13	0.12	0.09	0.13	0.12
LP3	0.11	0.12	0.14	0.09	0.10	0.11
LP4	0.11	0.09	0.10	0.07	0.09	0.09
LP5	0.09	0.09	0.07	0.06	0.08	0.07
LP6	0.05	0.06	0.09	0.06	0.09	0.07
KP1	0.16	0.13	0.18	0.17	0.16	0.18
KP2	0.11	0.11	0.14	0.10	0.13	0.10
KP3	0.09	0.09	0.10	0.09	0.07	0.08
KP6	0.18	0.16	0.20	0.17	0.19	0.17
KP9	0.17	0.13	0.19	0.13	0.16	0.14
KP10	0.17	0.11	0.15	0.15	0.12	0.12
KP11	0.13	0.11	0.17	0.13	0.11	0.13
KP13	0.11	0.10	0.14	0.14	0.12	0.10
KP14	0.12	0.08	0.13	0.11	0.08	0.10
KP15	0.10	0.09	0.12	0.07	0.12	0.08
KP16	0.07	0.05	0.09	0.07	0.09	0.06
KP17	0.17	0.14	0.17	0.16	0.15	0.16
KP19	0.11	0.12	0.15	0.13	0.09	0.11
KP20	0.10	0.09	0.13	0.12	0.10	0.09
KP23	0.12	0.06	0.11	0.10	0.07	0.10
KP24	0.11	0.06	0.08	0.09	0.07	0.11
KP28	0.08	0.08	0.11	0.10	0.06	0.07
KP29	0.14	0.07	0.12	0.11	0.09	0.10

Covariance Matrix

	NR2	NR3	NK1	NK2	NK3	LP1
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
NR2	0.39					
NR3	0.14	0.45				
NK1	0.15	0.18	0.38			
NK2	0.12	0.16	0.16	0.36		
NK3	0.18	0.11	0.12	0.10	0.36	
LP1	0.11	0.15	0.12	0.12	0.09	0.44
LP2	0.12	0.14	0.11	0.10	0.11	0.26
LP3	0.08	0.15	0.10	0.12	0.09	0.26
LP4	0.07	0.12	0.07	0.11	0.07	0.24
LP5	0.07	0.06	0.08	0.09	0.04	0.19

LP6	0.07	0.10	0.04	0.04	0.05	0.14
KP1	0.17	0.19	0.16	0.11	0.12	0.21
KP2	0.12	0.14	0.14	0.08	0.09	0.19
KP3	0.09	0.10	0.07	0.06	0.08	0.12
KP6	0.19	0.19	0.17	0.14	0.13	0.22
KP9	0.15	0.18	0.14	0.11	0.10	0.18
KP10	0.15	0.15	0.14	0.09	0.11	0.20
KP11	0.15	0.14	0.11	0.09	0.09	0.18
KP13	0.16	0.12	0.10	0.12	0.10	0.14
KP14	0.13	0.12	0.09	0.10	0.08	0.13
KP15	0.13	0.11	0.09	0.09	0.09	0.08
KP16	0.12	0.06	0.09	0.10	0.09	0.06
KP17	0.16	0.16	0.16	0.13	0.12	0.20
KP19	0.13	0.13	0.11	0.08	0.10	0.13
KP20	0.11	0.09	0.12	0.11	0.10	0.15
KP23	0.12	0.12	0.11	0.09	0.09	0.11
KP24	0.09	0.10	0.08	0.07	0.09	0.10
KP28	0.06	0.08	0.08	0.06	0.06	0.12
KP29	0.11	0.13	0.11	0.06	0.08	0.13

Covariance Matrix

	LP2	LP3	LP4	LP5	LP6	KP1
LP2	0.41					
LP3	0.21	0.46				
LP4	0.19	0.24	0.45			
LP5	0.15	0.22	0.18	0.51		
LP6	0.15	0.15	0.13	0.13	0.36	
KP1	0.20	0.15	0.11	0.13	0.12	0.69
KP2	0.15	0.17	0.13	0.15	0.08	0.33
KP3	0.10	0.11	0.10	0.09	0.09	0.23
KP6	0.20	0.18	0.18	0.16	0.12	0.42
KP9	0.15	0.14	0.17	0.11	0.09	0.36
KP10	0.18	0.14	0.14	0.11	0.11	0.33
KP11	0.17	0.14	0.14	0.14	0.11	0.34
KP13	0.11	0.09	0.10	0.09	0.07	0.28
KP14	0.10	0.08	0.08	0.09	0.07	0.27
KP15	0.08	0.06	0.08	0.06	0.03	0.22
KP16	0.08	0.03	0.05	0.06	0.04	0.21
KP17	0.18	0.20	0.18	0.16	0.12	0.33
KP19	0.11	0.13	0.12	0.12	0.07	0.27
KP20	0.11	0.12	0.12	0.12	0.07	0.28
KP23	0.10	0.08	0.09	0.10	0.04	0.22
KP24	0.09	0.10	0.07	0.07	0.05	0.21
KP28	0.09	0.09	0.08	0.11	0.05	0.25
KP29	0.11	0.10	0.07	0.08	0.07	0.34

Covariance Matrix

	KP2	KP3	KP6	KP9	KP10	KP11
KP2	0.60					
KP3	0.23	0.56				
KP6	0.31	0.25	0.63			
KP9	0.29	0.23	0.39	0.66		
KP10	0.30	0.20	0.35	0.31	0.65	
KP11	0.26	0.23	0.36	0.31	0.33	0.62
KP13	0.19	0.17	0.36	0.30	0.27	0.24
KP14	0.20	0.15	0.31	0.28	0.26	0.28
KP15	0.17	0.16	0.28	0.27	0.23	0.22
KP16	0.16	0.15	0.24	0.21	0.21	0.18
KP17	0.28	0.24	0.37	0.35	0.31	0.33
KP19	0.24	0.17	0.32	0.29	0.29	0.25
KP20	0.25	0.17	0.34	0.30	0.27	0.24
KP23	0.20	0.16	0.29	0.27	0.23	0.22
KP24	0.19	0.17	0.24	0.21	0.21	0.22
KP28	0.20	0.22	0.28	0.24	0.22	0.23
KP29	0.26	0.24	0.30	0.28	0.25	0.27

Covariance Matrix

	KP13	KP14	KP15	KP16	KP17	KP19
KP13	0.59					
KP14	0.29	0.56				
KP15	0.26	0.27	0.53			
KP16	0.23	0.21	0.21	0.44		
KP17	0.27	0.29	0.25	0.19	0.53	
KP19	0.28	0.24	0.24	0.21	0.29	0.56
KP20	0.27	0.26	0.22	0.22	0.29	0.28
KP23	0.21	0.26	0.25	0.17	0.26	0.26
KP24	0.19	0.23	0.22	0.15	0.20	0.21
KP28	0.20	0.20	0.19	0.13	0.22	0.19
KP29	0.23	0.23	0.16	0.17	0.28	0.23

Covariance Matrix

	KP20	KP23	KP24	KP28	KP29
KP20	0.51				
KP23	0.25	0.55			
KP24	0.20	0.25	0.54		
KP28	0.20	0.16	0.16	0.58	
KP29	0.23	0.20	0.19	0.29	0.63

Digram Alur Model Hybrid Variabel dan Sub Variabel

Parameter Specifications

	LAMBDA-Y					
	Produk	Barga	Layout	Customer	Promosi	Lokasi
PD1	0	0	0	0	0	0
PD6	1	0	0	0	0	0
PD7	2	0	0	0	0	0
PD8	3	0	0	0	0	0
HG1	0	0	0	0	0	0
HG2	0	4	0	0	0	0
HG3	0	5	0	0	0	0
L04	0	0	0	0	0	0
L06	0	0	6	0	0	0
L09	0	0	7	0	0	0
CS1	0	0	0	0	0	0
CS2	0	0	0	8	0	0
CS3	0	0	0	9	0	0
CS4	0	0	0	10	0	0
CS6	0	0	0	11	0	0
CS7	0	0	0	12	0	0
CS9	0	0	0	13	0	0
PR1	0	0	0	0	0	0
PR2	0	0	0	0	14	0
PR3	0	0	0	0	15	0
PR4	0	0	0	0	16	0
PR6	0	0	0	0	17	0
PR7	0	0	0	0	18	0
LK1	0	0	0	0	0	0
LK2	0	0	0	0	0	19
LK3	0	0	0	0	0	20
NI1	0	0	0	0	0	0
NI2	0	0	0	0	0	0
NI3	0	0	0	0	0	0
NP1	0	0	0	0	0	0
NP2	0	0	0	0	0	0
NP3	0	0	0	0	0	0
NA1	0	0	0	0	0	0
NA2	0	0	0	0	0	0
NA3	0	0	0	0	0	0
NR1	0	0	0	0	0	0
NR2	0	0	0	0	0	0

NR3	0	0	0	0	0	0
NK1	0	0	0	0	0	0
NK2	0	0	0	0	0	0
NK3	0	0	0	0	0	0
LP1	0	0	0	0	0	0
LP2	0	0	0	0	0	0
LP3	0	0	0	0	0	0
LP4	0	0	0	0	0	0
LPS	0	0	0	0	0	0
LP6	0	0	0	0	0	0
KP1	0	0	0	0	0	0
KP2	0	0	0	0	0	0
KP3	0	0	0	0	0	0
KP6	0	0	0	0	0	0
KP9	0	0	0	0	0	0
KP10	0	0	0	0	0	0
KP11	0	0	0	0	0	0
KP13	0	0	0	0	0	0
KP14	0	0	0	0	0	0
KP15	0	0	0	0	0	0
KP16	0	0	0	0	0	0
KP17	0	0	0	0	0	0
KP19	0	0	0	0	0	0
KP20	0	0	0	0	0	0
KP23	0	0	0	0	0	0
KP24	0	0	0	0	0	0
KP28	0	0	0	0	0	0
KP29	0	0	0	0	0	0

LAMBDA-Y

	Nimbal	NPenebus	NAspira	NRelevan	NKenyam	Tangible
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
PD1	0	0	0	0	0	0
PD6	0	0	0	0	0	0
PD7	0	0	0	0	0	0
PDB	0	0	0	0	0	0
HG1	0	0	0	0	0	0
HG2	0	0	0	0	0	0
HG3	0	0	0	0	0	0
L04	0	0	0	0	0	0
L06	0	0	0	0	0	0
L09	0	0	0	0	0	0
CS1	0	0	0	0	0	0
CS2	0	0	0	0	0	0
CS3	0	0	0	0	0	0
CS4	0	0	0	0	0	0
CS6	0	0	0	0	0	0
CS7	0	0	0	0	0	0
CS9	0	0	0	0	0	0
PR1	0	0	0	0	0	0
PR2	0	0	0	0	0	0
PR3	0	0	0	0	0	0
PR4	0	0	0	0	0	0
PR6	0	0	0	0	0	0
PR7	0	0	0	0	0	0
LK1	0	0	0	0	0	0
LK2	0	0	0	0	0	0
LK3	0	0	0	0	0	0
NI1	0	0	0	0	0	0
NI2	21	0	0	0	0	0
NI3	22	0	0	0	0	0
NP1	0	0	0	0	0	0
NP2	0	23	0	0	0	0
NP3	0	24	0	0	0	0
NA1	0	0	0	0	0	0
NA2	0	0	25	0	0	0
NA3	0	0	26	0	0	0
NR1	0	0	0	0	0	0
NR2	0	0	0	27	0	0
NR3	0	0	0	28	0	0

NK1	0	0	0	0	0	0
NK2	0	0	0	0	29	0
NK3	0	0	0	0	30	0
LP1	0	0	0	0	0	0
LP2	0	0	0	0	0	0
LP3	0	0	0	0	0	0
LP4	0	0	0	0	0	0
LP5	0	0	0	0	0	0
LP6	0	0	0	0	0	0
KP1	0	0	0	0	0	0
KP2	0	0	0	0	0	36
KP3	0	0	0	0	0	37
KP6	0	0	0	0	0	0
KP9	0	0	0	0	0	0
KP10	0	0	0	0	0	0
KP11	0	0	0	0	0	0
KP13	0	0	0	0	0	0
KP14	0	0	0	0	0	0
KP15	0	0	0	0	0	0
KP16	0	0	0	0	0	0
KP17	0	0	0	0	0	0
KP19	0	0	0	0	0	0
KP20	0	0	0	0	0	0
KP23	0	0	0	0	0	0
KP24	0	0	0	0	0	0
KP28	0	0	0	0	0	0
KP29	0	0	0	0	0	0

LAMBDA-Y

	Reliable	Responsi	Assuran	Empathy	KEPUAS	LOYAL ITA
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
PD1	0	0	0	0	0	0
PD6	0	0	0	0	0	0
PD7	0	0	0	0	0	0
PDB	0	0	0	0	0	0
HG1	0	0	0	0	0	0
HG2	0	0	0	0	0	0
HG3	0	0	0	0	0	0
L04	0	0	0	0	0	0
L06	0	0	0	0	0	0
L09	0	0	0	0	0	0
CS1	0	0	0	0	0	0
CS2	0	0	0	0	0	0
CS3	0	0	0	0	0	0
CS4	0	0	0	0	0	0
CS6	0	0	0	0	0	0
CS7	0	0	0	0	0	0
CS9	0	0	0	0	0	0
PR1	0	0	0	0	0	0
PR2	0	0	0	0	0	0
PR3	0	0	0	0	0	0
PR4	0	0	0	0	0	0
PR6	0	0	0	0	0	0
PR7	0	0	0	0	0	0
LK1	0	0	0	0	0	0
LK2	0	0	0	0	0	0
LK3	0	0	0	0	0	0
NI1	0	0	0	0	0	0
NI2	0	0	0	0	0	0
NI3	0	0	0	0	0	0
NP1	0	0	0	0	0	0
NP2	0	0	0	0	0	0
NP3	0	0	0	0	0	0
NA1	0	0	0	0	0	0
NA2	0	0	0	0	0	0
NA3	0	0	0	0	0	0
NR1	0	0	0	0	0	0
NR2	0	0	0	0	0	0
NR3	0	0	0	0	0	0
NK1	0	0	0	0	0	0

NK2	0	0	0	0	0	0
NK3	0	0	0	0	0	0
LPI	0	0	0	0	0	0
LP2	0	0	0	0	0	31
LP3	0	0	0	0	0	32
LP4	0	0	0	0	0	33
LP5	0	0	0	0	0	34
LP6	0	0	0	0	0	35
KPI	0	0	0	0	0	0
KP2	0	0	0	0	0	0
KP3	0	0	0	0	0	0
KP6	0	0	0	0	0	0
KP9	38	0	0	0	0	0
KP10	39	0	0	0	0	0
KP11	40	0	0	0	0	0
KP13	0	0	0	0	0	0
KP14	0	41	0	0	0	0
KP15	0	42	0	0	0	0
KP16	0	43	0	0	0	0
KP17	0	0	0	0	0	0
KP19	0	0	44	0	0	0
KP20	0	0	45	0	0	0
KP23	0	0	0	0	0	0
KP24	0	0	0	46	0	0
KP28	0	0	0	47	0	0
KP29	0	0	0	48	0	0

BETA

	Produk	Barga	Layout	Customer	Promosi	Lokasi
Produk	0	0	0	0	0	0
Harga	0	0	0	0	0	0
Layout	0	0	0	0	0	0
Customer	0	0	0	0	0	0
Promosi	0	0	0	0	0	0
Lokasi	0	0	0	0	0	0
Nimbal	0	0	0	0	0	0
NPenebus	0	0	0	0	0	0
NAspira	0	0	0	0	0	0
NR.elevan	0	0	0	0	0	0
NKenyam	0	0	0	0	0	0
Tangible	0	0	0	0	0	0
Reliable	0	0	0	0	0	0
Responsi	0	0	0	0	0	0
Assuran	0	0	0	0	0	0
Empathy	0	0	0	0	0	0
KEPUAS	0	0	0	0	0	0
LOYALITA	0	0	0	0	0	0

BETA

	Nimbal	NPenebus	NAspira	NRelevan	NKenyam	Tangible
Produk	0	0	0	0	0	0
Harga	0	0	0	0	0	0
Layout	0	0	0	0	0	0
Customer	0	0	0	0	0	0
Prom.osi	0	0	0	0	0	0
Lokasi	0	0	0	0	0	0
Nimbal	0	0	0	0	0	0
NPenebus	0	0	0	0	0	0
NAspira	0	0	0	0	0	0
NRelevan	0	0	0	0	0	0
NKenyam	0	0	0	0	0	0
Tangible	0	0	0	0	0	0
Reliable	0	0	0	0	0	0
Responsi	0	0	0	0	0	0
Assuran	0	0	0	0	0	0
Empathy	0	0	0	0	0	0
KEPUAS	0	0	0	0	0	0

LOYALITA	0	0	0	0	0	0
BETA						
	Reliable	Responsi	Assuran	Empathy	KEPUAS	LOYALITA
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
Produk	0	0	0	0	0	0
Harga	0	0	0	0	0	0
Layout	0	0	0	0	0	0
Customer	0	0	0	0	0	0
Promosi	0	0	0	0	0	0
Lokasi	0	0	0	0	0	0
Nirbal	0	0	0	0	0	0
NPenebus	0	0	0	0	0	0
NAspira	0	0	0	0	0	0
NRelevan	0	0	0	0	0	0
NKenyam	0	0	0	0	0	0
Tangible	0	0	0	0	49	0
Reliable	0	0	0	0	50	0
Responsi	0	0	0	0	51	0
Assuran	0	0	0	0	52	0
Empathy	0	0	0	0	53	0
KEPUAS	0	0	0	0	0	0
LOYALITA	0	0	0	0	54	0

GAMMA		
	BPRitel	Progloya
	-----	-----
Produk	55	0
Harga	56	0
Layout	57	0
Customer	58	0
Promosi	59	0
Lokasi	60	0
Nirbal	0	61
NPenebus	0	62
NAspira	0	63
NRelevan	0	64
NKenyam	0	65
Tangible	0	0
Reliable	0	0
Responsi	0	0
Assuran	0	0
Empathy	0	0
KEPUAS	66	67
LOYALITA	68	69

PHI		
	BPRitel	Progloya
	-----	-----
BPRitel	0	
Progloya	70	0

PSI					
Produk	Barga	Layout	Customer	Promosi	Lokasi
-----	-----	-----	-----	-----	-----
71	72	73	74	75	76

PSI					
Nirbal	NPenebus	NAspira	NRelevan	NKenyam	Tangible
-----	-----	-----	-----	-----	-----
77	78	79	80	81	82

PSI					
Reliable	Responsi	Assuran	Empathy	KEPUAS	LOYALITA
-----	-----	-----	-----	-----	-----

	B3	B4	B5	B6	0	B7
THETA-EPS						
	PD1	PD6	PD7	PDB	HG1	HG2
PD1	BB					
PD6	0	B9				
PD7	0	0	90			
PDB	0	0	0	91		
HG1	0	0	0	0	92	
HG2	0	0	0	0	0	93
HG3	0	0	0	0	0	0
L04	0	0	0	0	0	0
L06	0	0	0	0	0	0
L09	0	0	0	0	0	0
CS1	0	0	0	0	0	0
CS2	0	0	0	0	0	0
CS3	0	0	0	0	0	0
CS4	0	0	0	0	0	0
CS6	0	0	0	0	0	0
CS7	0	0	0	0	0	0
CS9	0	0	0	0	0	0
PR1	0	0	0	0	0	0
PR2	0	0	0	0	0	0
PR3	0	0	0	0	0	0
PR4	0	0	0	0	0	0
PR6	0	0	0	0	0	0
PR7	0	0	0	0	0	0
LK1	0	0	0	0	0	0
LK2	0	0	0	0	0	0
LK3	0	0	0	0	0	0
NI1	0	0	0	0	0	0
NI2	0	0	0	0	0	0
NI3	0	0	0	0	0	0
NPI	0	0	0	0	0	0
NP2	0	0	0	0	0	0
NP3	0	0	0	0	0	0
NA1	0	0	0	0	0	0
NA2	0	0	0	0	0	0
NA3	0	0	0	0	0	0
NR1	0	0	0	0	0	0
NR2	0	0	0	0	0	0
NR3	0	0	0	0	0	0
NK1	0	0	0	0	0	0
NK2	0	0	0	0	0	0
NK3	0	0	0	0	0	0
LP1	0	0	0	0	0	0
LP2	0	0	0	0	0	0
LP3	0	0	0	0	0	0
LP4	0	0	0	0	0	0
LPS	0	0	0	0	0	0
LP6	0	0	0	0	0	0
KP1	0	0	0	0	0	0
KP2	0	0	0	0	0	0
KP3	0	0	0	0	0	0
KP6	0	0	0	0	0	0
KP9	0	0	0	0	0	0
KP10	0	0	0	0	0	0
KP11	0	0	0	0	0	0
KP13	0	0	0	0	0	0
KP14	0	0	0	0	0	0
KP15	0	0	0	0	0	0
KP16	0	0	0	0	0	0
KP17	0	0	0	0	0	0
KP19	0	0	0	0	0	0
KP20	0	0	0	0	0	0
KP23	0	0	0	0	0	0
KP24	0	0	0	0	0	0
KP28	0	0	0	0	0	0
KP29	0	0	0	0	0	0

THETA-EPS

	HG3	L04	L06	L09	CS1	CS2
HG3	0					
L04	0	94				
L06	0	0	95			
L09	0	0	0	96		
CS1	0	0	0	0	97	
CS2	0	0	0	98	0	99
CS3	0	0	0	0	0	0
CS4	0	0	0	0	0	0
CS6	0	0	0	0	0	0
CS7	0	0	0	0	0	0
CS9	0	0	0	0	0	0
PR1	0	0	0	0	0	0
PR2	0	0	0	0	0	0
PR3	0	0	0	0	0	0
PR4	0	0	0	0	0	0
PR6	0	0	0	0	0	0
PR7	0	0	0	0	0	0
LK1	0	0	0	0	0	0
LK2	0	0	0	0	0	0
LK3	0	0	0	0	0	0
NI1	0	0	0	0	0	0
NI2	0	0	0	0	0	0
NI3	0	0	0	0	0	0
NP1	0	0	0	0	0	0
NP2	0	0	0	0	0	0
NP3	0	0	0	0	0	0
NA1	0	0	0	0	0	0
NA2	0	0	0	0	0	0
NA3	0	0	0	0	0	0
NR1	0	0	0	0	0	0
NR2	0	0	0	0	0	0
NR3	0	0	0	0	0	0
NK1	0	0	0	0	0	0
NK2	0	0	0	0	0	0
NK3	0	0	0	0	0	0
LP1	0	0	0	0	0	0
LP2	0	0	0	0	0	0
LP3	0	0	0	0	0	0
LP4	0	0	0	0	0	0
LP5	0	0	0	0	0	0
LP6	0	0	0	0	0	0
KP1	0	0	0	0	0	0
KP2	0	0	0	0	0	0
KP3	0	0	0	0	0	0
KP6	0	0	0	0	0	0
KP9	0	0	0	0	0	0
KP10	0	0	0	0	0	0
KP11	0	0	0	0	0	0
KP13	0	0	0	0	0	0
KP14	0	0	0	0	0	0
KP15	0	0	0	0	0	0
KP16	0	0	0	0	0	0
KP17	0	0	0	0	0	0
KP19	0	0	0	0	0	0
KP20	0	0	0	0	0	0
KP23	0	0	0	0	0	0
KP24	0	0	0	0	0	0
KP28	0	0	0	0	0	0
KP29	0	0	0	0	0	0

THETA-EPS

	CS3	CS4	CS6	CS7	CS9	PR1
CS3	100					
CS4	0	101				

CS6	0	0	102			
CS7	0	0	0	103		
CS9	0	0	0	0	104	
PR1	0	0	0	0	0	105
PR2	0	0	0	0	0	0
PR3	0	0	0	0	0	0
PR4	0	0	0	0	0	0
PR6	0	0	0	0	0	0
PR7	0	0	0	0	0	0
LK1	0	0	0	0	0	0
LK2	0	0	0	0	0	0
LK3	0	0	0	0	0	0
Ni1	0	0	0	0	0	0
NI2	0	0	0	0	0	0
NI3	0	0	0	0	0	0
NPI	0	0	0	0	0	0
NP2	0	0	0	0	0	0
NP3	0	0	0	0	0	0
NA1	0	0	0	0	0	0
NA2	0	0	0	0	0	0
NA3	0	0	0	0	0	0
NR1	0	0	0	0	0	0
NR2	0	0	0	0	0	0
NR3	0	0	0	0	0	0
NK1	0	0	0	0	0	0
NK2	0	0	0	0	0	0
NK3	0	0	0	0	0	0
LP1	0	0	0	0	0	0
LP2	0	0	0	0	0	0
LP3	0	0	0	0	0	0
LP4	0	0	0	0	0	0
LP5	0	0	0	0	0	0
LP6	0	0	0	0	0	0
KP1	0	0	0	0	0	0
KP2	0	0	0	0	0	0
KP3	0	0	0	0	0	0
KP6	0	0	0	0	0	0
KP9	0	0	0	0	0	0
KP10	0	0	0	0	0	0
KP11	0	0	0	0	0	0
KP13	0	0	0	0	0	0
KP14	0	0	0	0	0	0
KP15	0	0	0	0	0	0
KP16	0	0	0	0	0	0
KP17	0	0	0	0	0	0
KP19	0	0	0	0	0	0
KP20	0	0	0	0	0	0
KP23	0	0	0	0	0	0
KP24	0	0	0	0	0	0
KP28	0	0	0	0	0	0
KP29	0	0	0	0	0	0

THETA-EPS

	PR2	PR3	PR4	PR6	PR7	LK1
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
PR2	0					
PR3	0	106				
PR4	0	0	107			
PR6	0	0	0	108		
PR7	0	0	0	0	109	
LK1	0	0	110	0	0	111
LK2	0	0	0	0	0	0
LK3	0	0	0	0	0	0
Ni1	0	0	0	0	0	0
NI2	0	0	0	0	0	0
NI3	0	0	0	0	0	0
NPI	0	0	0	0	0	0
NP2	0	0	0	0	0	0
NP3	0	0	0	0	0	0
NA1	0	0	0	0	0	0

NA2	0	0	0	0	0	0
NA3	0	0	0	0	0	0
NR1	0	0	0	0	0	0
NR2	0	0	0	0	0	0
NR3	0	0	0	0	0	0
NK1	0	0	0	0	0	0
NK2	0	0	0	0	0	0
NK3	0	0	0	0	0	0
LP1	0	0	0	0	0	0
LP2	0	0	0	0	0	0
LP3	0	0	0	0	0	0
LP4	0	0	0	0	0	0
LPS	0	0	0	0	0	0
LP6	0	0	0	0	0	0
KP1	0	0	0	0	0	0
KP2	0	0	0	0	0	0
KP3	0	0	0	0	0	0
KP6	0	0	0	0	0	0
KP9	0	0	0	0	0	0
KP10	0	0	0	0	0	0
KP11	0	0	0	0	0	0
KP13	0	0	0	0	0	0
KP14	0	0	0	0	0	0
KP15	0	0	0	0	0	0
KP16	0	0	0	0	0	0
KP17	0	0	0	0	0	0
KP19	0	0	0	0	0	0
KP20	0	0	0	0	0	0
KP23	0	0	0	0	0	0
KP24	0	0	0	0	0	0
KP28	0	0	0	0	0	0
KP29	0	0	0	0	0	0

THETA-EPS

	LK2	LK3	NI1	NI2	NI3	NP1
LK2	112					
LK3	0	113				
NI1	0	0	0			
NI2	0	0	0	114		
NI3	0	0	0	0	115	
NP1	0	0	0	0	0	116
NP2	0	0	0	0	0	117
NP3	0	0	0	0	0	119
NA1	0	0	0	0	0	0
NA2	0	0	0	0	0	0
NA3	0	0	0	0	0	123
NR1	0	0	0	0	0	0
NR2	0	0	0	0	0	0
NR3	0	0	0	126	0	0
NK1	0	0	0	0	0	0
NK2	0	0	0	0	0	0
NK3	0	0	0	0	0	0
LP1	0	0	0	0	0	0
LP2	0	0	0	0	0	0
LP3	0	0	0	0	0	0
LP4	0	0	0	0	0	0
LPS	0	0	0	0	0	0
LP6	0	0	0	0	0	0
KP1	0	0	0	0	0	0
KP2	0	0	0	0	0	0
KP3	0	0	0	0	0	0
KP6	0	0	0	0	0	0
KP9	0	0	0	0	0	0
KP10	0	0	0	0	0	0
KP11	0	0	0	0	0	0
KP13	0	0	0	0	0	0
KP14	0	0	0	0	0	0
KP15	0	0	0	0	0	0
KP16	0	0	0	0	0	0

KP17	0	0	0	0	0	0
KP19	0	0	0	0	0	0
KP20	0	0	0	0	0	0
KP23	0	0	0	0	0	0
KP24	0	0	0	0	0	0
KP28	0	0	0	0	0	0
KP29	0	0	0	0	0	0

THETA-EPS

	NP2	NP3	NA1	NA2	NA3	NR1
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
NP2	118					
NP3	0	120				
NA1	0	0	121			
NA2	0	0	0	122		
NA3	0	0	0	0	0	
NR1	0	0	0	0	0	124
NR2	0	0	0	0	0	0
NR3	0	0	0	0	0	0
NK1	0	0	0	0	0	0
NK2	0	0	0	0	0	0
NK3	0	0	0	0	0	0
LP1	0	0	0	0	0	0
LP2	0	0	0	0	0	0
LP3	0	0	0	0	0	0
LP4	0	0	0	0	0	0
LPS	0	0	0	0	0	0
LP6	0	0	0	0	0	0
KP1	0	0	0	0	0	0
KP2	0	0	0	0	0	0
KP3	0	0	0	0	0	0
KP6	0	0	0	0	0	0
KP9	0	0	0	0	0	0
KP10	0	0	0	0	0	0
KP11	0	0	0	0	0	0
KP13	0	0	0	0	0	0
KP14	0	0	0	0	0	0
KP15	0	0	0	0	0	0
KP16	0	0	0	0	0	0
KP17	0	0	0	0	0	0
KP19	0	0	0	0	0	0
KP20	0	0	0	0	0	0
KP23	0	0	0	0	0	0
KP24	0	0	0	0	0	0
KP28	0	0	0	0	0	0
KP29	0	0	0	0	0	0

THETA-EPS

	NR2	NR3	NK1	NK2	NK3	LP1
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
NR2	125					
NR3	0	0				
NK1	0	0	127			
NK2	0	0	0	128		
NK3	129	0	0	0	130	
LP1	0	0	0	0	0	131
LP2	0	0	0	0	0	132
LP3	0	0	0	0	0	0
LP4	0	0	0	0	0	0
LPS	0	0	0	0	0	0
LP6	0	0	0	0	0	0
KP1	0	0	0	0	0	0
KP2	0	0	0	0	0	0
KP3	0	0	0	0	0	0
KP6	0	0	0	0	0	0
KP9	0	0	0	0	0	0
KP10	0	0	0	0	0	0
KP11	0	0	0	0	0	0
KP13	0	0	0	0	0	0

KP14	0	0	0	0	0	0
KP15	0	0	0	0	0	0
KP16	0	0	0	0	0	0
KP17	0	0	0	0	0	0
KP19	0	0	0	0	0	0
KP20	0	0	0	0	0	0
KP23	0	0	0	0	0	0
KP24	0	0	0	0	0	0
KP28	0	0	0	0	0	0
KP29	0	0	0	0	0	0

THETA-EPS

	LP2	LP3	LP4	LP5	LP6	KP1
LP2	133					
LP3	134	135				
LP4	0	0	136			
LP5	137	0	0	138		
LP6	0	0	0	0	139	
KP1	0	0	0	0	0	140
KP2	0	0	0	0	0	0
KP3	0	0	0	0	0	0
KP6	0	0	0	0	0	143
KP9	0	0	0	0	0	0
KP10	0	0	0	0	0	0
KP11	0	0	0	0	0	0
KP13	0	0	0	0	0	0
KP14	0	0	0	0	0	0
KP15	0	0	0	0	0	0
KP16	0	0	0	0	0	0
KP17	0	0	0	0	0	0
KP19	0	0	0	0	0	0
KP20	0	0	0	0	0	0
KP23	0	0	0	0	0	0
KP24	0	0	0	0	0	0
KP28	0	0	0	0	0	0
KP29	0	0	0	0	0	163

THETA-EPS

	KP2	KP3	KP6	KP9	KP10	KP11
KP2	141					
KP3	0	142				
KP6	0	0	144			
KP9	0	0	0	0		
KP10	0	0	0	0	145	
KP11	0	0	0	0	0	146
KP13	0	0	147	0	0	0
KP14	0	0	0	0	0	0
KP15	0	0	0	150	0	0
KP16	0	0	0	0	0	0
KP17	0	0	0	0	0	0
KP19	0	0	0	0	0	0
KP20	0	0	0	0	0	0
KP23	0	0	0	0	0	0
KP24	0	0	0	0	0	0
KP28	0	159	0	0	0	0
KP29	0	164	0	0	0	0

THETA-EPS

	KP13	KP14	KP15	KP16	KP17	KP19
KP13	148					
KP14	0	149				
KP15	0	0	151			
KP16	0	0	0	152		
KP17	0	0	0	0	153	
KP19	0	0	0	0	0	154

KP20	0	0	0	0	0	0
KP23	0	0	0	0	0	0
KP24	0	0	0	0	0	0
KP28	0	0	0	0	0	0
KP29	0	0	0	0	0	0

THETA-EPS

	KP20	KP23	KP24	KP28	KP29
KP20	155				
KP23	0	156			
KP24	0	157	158		
KP28	0	160	161	162	
KP29	0	0	0	165	166

Digram Alur Model Hybrid Variabel dan Sub Variabel

Number of Iterations =269

LISREL Estimates (Maximum Likelihood)

LAMBDA-Y	Produk	Barga	Layout	Customer	Promosi	Lokasi
PD1	0.57					
PD6	0.70					
	(0.04)					
	18.83					
PD7	0.65					
	(0.03)					
	19.54					
PD8	0.60					
	(0.04)					
	15.77					
HG1		0.59				
HG2		0.60				
		(0.04)				
		16.10				
HG3		0.60				
		(0.04)				
		17.01				
L04			0.62			
LOG			0.74			
			(0.03)			
			23.91			
L09			0.55			
			(0.03)			
			20.02			
CS1				0.68		
CS2				0.71		
				(0.03)		
				27.07		
CS3				0.61		
				(0.03)		
				21.00		
CS4				0.46		
				(0.03)		
				14.17		
CS6				0.65		
				(0.03)		
				23.36		
CS?				0.74		
				(0.03)		
				23.32		
CS9				0.46		
				(0.03)		
				13.69		

PR1	0.45	
PR2	0.69	
	(0.04)	
	18.90	
PR3	0.66	
	(0.04)	
	16.59	
PR4	0.51	
	(0.04)	
	12.80	
PR6	0.65	
	(0.04)	
	17.03	
PR7	0.69	
	(0.04)	
	17.13	
LK1		0.65
LK2		0.59
		(0.03)
		18.46
LK3		0.52
		(0.03)
		15.64
Nil		
NI2		
NI3		
NP1		
NP2		
NP3		
NA1		
NA2		
NA3		
NR1		
NR2		
NR3		
NK1		
NK2		
NK3		
LP1		
LP2		
LP3		
LP4		
LP5		
LP6		
KP1		
KP2		
KP3		
KP6		
KP9		
KP10		
KP11		
KP13		
KP14		
KP15		
KP16		
KP17		
KP19		
KP20		
KP23		
KP24		
KP28		
KP29		

LAMBDA-Y

	Nimbal	NPenebus	NAspira	NRelevan	NKenyam	Tangible

PD1						
PD6						
PD7						
PD8						

HG1			
HG2			
HG3			
L04			
L06			
L09			
CS1			
CS2			
CS3			
CS4			
CS6			
CS7			
CS9			
PR1			
PR2			
PR3			
PR4			
PR6			
PR7			
LK1			
LK2			
LK3			
NI1	0.52		
NI2	0.40		
	(0.04)		
	9.79		
NI3	0.40		
	(0.04)		
	10.09		
NP1		0.43	
NP2		0.41	
		(0.04)	
		10.74	
NP3		0.35	
		(0.04)	
		9.78	
NA1		0.38	
NA2		0.37	
		(0.04)	
		10.35	
NA3		0.44	
		(0.04)	
		11.68	
NR1		0.43	
NR2		0.36	
		(0.03)	
		10.87	
NR3		0.47	
		(0.03)	
		13.53	
NK1			0.41
NK2			0.34
			(0.03)
			10.03
NK3			0.31
			(0.03)
			9.50
LP1			
LP2			
LP3			
LP4			
LP5			
LP6			
KP1			0.62
KP2			0.52
			(0.04)
			13.31
KP3			0.40
			(0.04)
			10.59
KP6			

KP9
KP10
 KP11
KP13
KP14
KP15
KP16
KP17
KP19
KP20
KP23
KP24
KP28
KP29

LAMBDA-Y

	Reliable	Responsi	Assuran	Empathy	KEPUAS	LOYAL ITA

PD1						
PD6						
PD7						
PD8						
HG1						
HG2						
HG3						
L04						
L06						
L09						
CS1						
CS2						
CS3						
CS4						
CS6						
CS7						
CS9						
PR1						
PR2						
PR3						
PR4						
PR6						
PR7						
LK1						
LK2						
LK3						
NI1						
NI2						
NI3						
NP1						
NP2						
NP3						
NA1						
NA2						
NA3						
NR1						
NR2						
NR3						
NK1						
NK2						
NK3						
LP1						0.52
LP2						0.48
						(0.03)
						15.27
LP3						0.51
						(0.03)
						14.88
LP4						0.44
						(0.03)
						13.02
LP5						0.40

					10.04)
					10.82
LP6					0.30
					10.03)
					10.01
KP1					
KP2					
KP3					
KP6	D.66				
KP9	D.62				
	ID.D3)				
	2D.19				
KP10	D.55				
	ID.D3)				
	15.66				
KP11	D.55				
	ID.D3)				
	16.16				
KP13		D.54			
KP14		D.54			
		ID.D4)			
		13.41			
KP15		D.49			
		ID.D4)			
		12.7D			
KP16		D.41			
		ID.D4)			
		11.69			
KP17			0.59		
KP19			0.51		
			10.03)		
			15.26		
KP20			0.51		
			10.03)		
			16.08		
KP23				0.45	
KP24				0.38	
				10.04)	
				10.58	
KP28				0.40	
				10.04)	
				9.28	
KP29				0.47	
				10.04)	
				10.48	

BETA

Produk Barga Layout Customer Promosi Lokasi

- Produk
- Harga
- Layout
- Customer
- Promosi
- Lokasi
- Nimbal
- NPenebus
- NAspira
- NR.elevan
- NKenyam
- Tangible
- Reliable
- Responsi
- Assuran
- Empathy
- KEPUAS
- LOYALITA

BETA

Promosi	22.79	
	0.9B	
	(0.06)	
Lokasi	16.31	
	0.99	
	ID.06)	
	17.66	
Nimbal		0.9B
		(0.07)
		13.77
NPenebus		0.94
		(0.07)
		13.11
NAspira		0.96
		(0.0B)
		12.71
NR.elevan		0.9B
		(0.06)
		15.10
NKenyam		0.95
		(0.07)
		13.90
Tangible		
Reliable		
Responsi		
Assuran		
Empathy		
KEPUAS	0.70	0.13
	(0.06)	(0.05)
	11.17	2.52
LOYALITA	0.45	0.29
	(0.DB)	(0.07)
	5.29	4.41

Covariance Matrix of ETA and KSI

	Produk	Barga	Layout	Customer	Promosi	Lokasi
Prociuk	1.DD					
Harga	0.9B	1.DD				
Layout	0.95	0.96	1.00			
Customer	0.97	0.9B	0.96	1.DD		
Promosi	0.97	0.97	0.95	0.97	1.00	
Lokasi	0.97	0.98	0.96	0.98	0.97	1.00
Nimbal	0.69	0.69	0.67	0.69	0.68	0.69
NPenebus	0.66	0.66	0.65	0.66	0.66	0.66
NAspira	0.67	0.68	0.66	0.68	0.67	0.67
NRelevan	0.68	0.69	0.67	0.69	0.68	0.69
NKenyam	0.66	0.67	0.65	0.67	0.66	0.66
Tangible	0.74	0.74	0.72	0.74	0.74	0.74
Reliable	0.78	0.79	0.77	0.79	0.78	0.78
Responsi	0.69	0.69	0.67	0.69	0.68	0.69
Assuran	0.78	0.78	0.76	0.78	0.78	0.78
Empathy	0.77	0.78	0.76	0.78	0.77	0.78
KEPUAS	0.79	0.79	0.77	0.79	0.78	0.79
LOYALITA	0.66	0.66	0.65	0.66	0.66	0.66
BPRitel	0.98	0.99	0.97	0.99	0.98	0.99
Progloya	0.70	0.70	0.69	0.70	0.70	0.70

Covariance Matrix of ETA and KSI

	Nimbal	NPenebus	NAspira	NRelevan	NKenyam	Tangible
Nimbal	1.DD					
NPenebus	0.93	1.00				
NAspira	0.94	0.91	1.00			
NRelevan	0.96	0.92	0.94	1.DO		
NKenyam	0.93	0.89	0.91	0.92	1.00	
Tangible	0.58	0.56	0.57	0.58	0.56	1.00
Reliable	0.62	0.59	0.60	0.61	0.59	0.93
Responsi	0.54	0.52	0.53	0.54	0.52	0.82

Assuran	D.61	D.59	0.60	0.61	0.59	0.93
Empathy	D.61	D.59	0.60	D.61	D.59	0.93
KEPUAS	D.62	D.6D	0.61	0.62	0.60	0.94
LOYAL ITA	0.61	0.59	0.60	0.61	0.59	0.53
BPRitel	D.7D	0.67	0.68	0.69	0.67	0.75
Progloya	D.98	0.94	0.96	0.98	0.95	0.59

Covariance Matrix of ETA and KSI

	Reliable	Responsi	Assuran	Empathy	KEPUAS	LOYAL ITA
Reliable	1.0D					
Responsi	D.87	1.00				
Assuran	D.98	0.87	1.00			
Empathy	D.98	0.86	0.98	1.00		
KEPUAS	D.99	D.87	0.99	0.99	1.0D	
LOYAL ITA	D.56	D.49	0.55	0.55	0.56	1.00
BPRitel	D.79	D.7D	0.79	0.79	D.8D	0.67
Progloya	D.63	0.55	0.63	0.62	D.63	0.62

Covariance Matrix of ETA and KSI

	BPRitel	Progloya
BPRitel	1.0D	
Progloya	D.71	1.00

PHI

	BPRitel	Progloya
BPRitel	1.0D	
Progloya	D.71 (0.D3) 25.7D	1.00

PSI

Note: This matrix is diagonal.

Produk	Barga	Layout	Customer	Promosi	Lokasi
D.D3	D.02	0.07	0.D2	D.04	0.D2
ID.D2	(0.02)	(D.D2)	(D.01)	(0.01)	(D.D2)
2.04	0.83	3.92	2.16	3.99	1.D7

PSI

Note: This matrix is diagonal.

Nimbal	NPenebus	NAspira	NRelevan	NKenyam	Tangible
D.04	0.11	0.D8	D.D4	D.11	0.12
(0.D6)	(0.06)	(0.D5)	(D.04)	(0.06)	(0.D4)
D.69	1.81	1.64	1.D6	1.64	2.62

PSI

Note: This matrix is diagonal.

Reliable	Responsi	Assuran	Empathy	KEPUAS	LOYALITA
D.01	0.24	0.02	0.03	0.35	0.51
ID.D2	(0.05)	(0.D3)	(D.08)		ID.D6
D.68	5.2D	0.63	D.38		8.D4

Squared Multiple Correlations for Structural Equations

Produk	Barga	Layout	Customer	Promosi	Lokasi
D.97	D.98	0.93	0.98	0.96	0.98

Squared Multiple Correlations for Structural Equations

<u>Nimbal</u>	<u>NPenebus</u>	<u>NAspira</u>	<u>NRelevan</u>	<u>NKenyam</u>	<u>Tangible</u>
D.96	D.89	0.92	0.96	0.89	0.88

Squared Multiple Correlations for Structural Equations

<u>Reliable</u>	<u>Responsi</u>	<u>Assuran</u>	<u>Empathy</u>	<u>KEPUAS</u>	<u>LOYALITA</u>
D.99	D.76	0.98	0.97	0.65	0.49

Squared Multiple Correlations for Reduced Form

<u>Produk</u>	<u>Barga</u>	<u>Layout</u>	<u>Customer</u>	<u>Promosi</u>	<u>Lokasi</u>
D.97	0.98	0.93	0.98	0.96	0.98

Squared Multiple Correlations for Reduced Form

<u>Nimbal</u>	<u>NPenebus</u>	<u>NAspira</u>	<u>NRelevan</u>	<u>NKenyam</u>	<u>Tangible</u>
0.96	0.89	0.92	0.96	0.89	0.57

Squared Multiple Correlations for Reduced Form

<u>Reliable</u>	<u>Responsi</u>	<u>Assuran</u>	<u>Empathy</u>	<u>KEPUAS</u>	<u>LOYALITA</u>
D.64	D.49	0.63	D.63	D.65	0.49

Reduced Form

	<u>BPRitel</u>	<u>Progloya</u>
Produk	D.98 ID.D5) 18.78	
Barga	D.99 ID.D5) 18.22	
Layout	D.97 ID.D5) 2D.31	
Customer	D.99 ID.D4) 22.79	
Promosi	D.98 ID.D6) 16.31	
Lokasi	D.99 ID.D6) 17.66	
Nimbal		D.98 ID.D7) 13.77
NPenebus		0.94 ID.D7) 13.11
NAspira		D.96 ID.D8) 12.71
NR.elevan		D.98 10.D6) 15.10
NKenyam		0.95 ID.D7) 13.90
Tangible	D.66 ID.D6)	0.12 10.05)
Reliable	1D.88 D.7D 10.D6)	2.52 D.13 10.05)
	11.89	2.53

Responsi	0.62	0.12
	(0.06)	(0.05)
	10.20	2.51
Assuran	0.70	0.13
	(0.06)	(0.05)
	11.75	2.53
Empathy	0.69	0.13
	(0.07)	(0.05)
	9.85	2.50
KEPUAS	0.70	0.13
	(0.06)	(0.05)
	11.17	2.52
LOYALITA	0.46	0.29
	(0.07)	(0.07)
	7.00	4.49

THETA-EPS

	PD1	PD6	PD7	PD8	HG1	HG2
PD1	0.22 (0.02) 13.57					
PD6		0.24 (0.02) 13.11				
PD?			0.18 (0.01) 12.69			
PD8				0.37 (0.03) 14.01		
HG1					0.26 (0.02) 13.29	
HG2						0.31 (0.02) 13.52
HG3						
L04						
L06						
L09						
CS1						
CS2						
CS3						
CS4						
CS6						
CS?						
CS9						
PR1						
PR2						
PR3						
PR4						
PR6						
PR7						
LK1						
LK2						
LK3						
KP15						
KP16						
KP17						
KP19						
KP20						
KP23						
KP24						
KP28						
KP29						

THETA-EPS



	HG3	L04	L06	L09	CS1	CS2
HG3	D.25					
L04		D.17 ID.D1) 12.66				
L06			0.14 10.01) 10.88			
L09				0.17 10.01) 13.13		
CS1					0.14 10.011 13.12	
CS2				-0.03 ID.011 -3.28		0.13 ID.D1) 12.84
CS3						
CS4						
CS6						
CS?						
CS9						
PR1						
PR2						
PR3						
KP6						
KP9						
KP10						
KP11						
KP13						
KP14						
KP15						
KP16						
KP17						
KP19						
KP20						
KP23						
KP24						
KP28						
KP29						



UNIVERSITAS

THETA-EPS

MERCU BUANA

	CS3	CS4	CS6	CS7	CS9	PR1
CS3	D.24 ID.D21 14.02					
CS4		D.37 ID.D3) 14.48				
CS6			0.20 10.01) 13.72			
CS7				0.26 ID.021 13.73		
CS9					0.4D IO.D3) 14.50	
PR1						0.22 D.D2) 14.27
PR2						
PR3						
PR4						
KP6						
KP9						
KP10						

KP11
 KP13
 KP14
 KP15
 KP16
 KP17
 KP19
 KP20
 KP23
 KP24
 KP28
 KP29

THETA-EPS

	PR2	PR3	PR4	PR6	PR7	LK1
PR2	0.06					
PR3		0.20 (0.01) 13.69				
PR4			0.39 (0.03) 14.41			
PR6				0.17 (0.01) 13.49		
PR7					0.18 (0.01) 13.43	
LK1			-0.02 (0.02) -1.33			0.35 (0.03) 13.63
LK2						
LK3						
Nil						
NI2						

KP14
 KP15
 KP16
 KP17
 KP19
 KP20
 KP23
 KP24
 KP28
 KP29

UNIVERSITAS
 MERCU BUANA

THETA-EPS

	LK2	LK3	Nil	NI2	NI3	NP1
LK2	0.13 (0.01) 11.56					
LK3		0.24 (0.02) 13.70				
Nil			0.40			
NI2				0.39 (0.03) 13.44		
NI3					0.34 (0.03) 13.35	
NP1						0.28 (0.02) 12.27
NP2					0.07 (0.02)	

LP5
 LP6
 KP1
 KP2
 KP3
 KP6
 KP9
KP10
KP11
KP13
KP14
KP15
KP16
KP17
KP19
KP20
KP23
KP24
KP28
KP29

THETA-EPS

	NR2	NR3	NK1	NK2	NK3	LP1
NR2	0.26 (0.02) 13.60					
NR3		0.20				
NK1			0.22 (0.02) 11.52			
NK2				0.25 (0.02) 13.12		
NK3	0.07 (0.01) 5.01				0.26 (0.02) 13.44	
LP1						0.17 (0.02) 10.18
LP2						0.01 (0.01) 0.79
LP3						
LP4						
LP5						
LP6						



KP20
KP23
KP24
KP28
KP29

THETA-EPS

	LP2	LP3	LP4	LP5	LP6	KP1
LP2	0.18 (0.02) 8.78					
LP3	-0.03 (0.01) -2.54	0.20 (0.02) 10.94				
LP4			0.26 (0.02) 13.06			
LP5	-0.03 (0.02) -2.24			0.36 (0.03) 13.51		

LP6						0.27 (0.02) 14.01	
KP1							0.31 (0.03) 11.10
KP2							
KP3							
KP6							0.04 (0.01) 2.58
KP9							
KP10							
KP11							
KP13							
KP14							
KP15							
KP16							
KP17							
KP19							
KP20							
KP23							
KP24							
KP2B							
KP29							0.07 (0.02) 3.74

THETA-EPS							
		KP2	KP3	KP6	KP9	KP10	KP11
KP2	-----	0.33 (0.03) 12.61					
KP3			0.40 (0.03) 13.77				
KP6				0.20 (0.02) 12.01			
KP9					0.20		
KP10						0.35 (0.03) 13.76	
KP11							0.32 (0.02) 13.67
KP13				0.04 (0.01) 3.06			
KP14							
KP15					0.01 (0.01) 0.51		
KP16							
KP17							
KP19							
KP20							
KP23							
KP24							
KP2B			0.06 (0.02) 3.03				
KP29			0.07 (0.02) 3.38				

THETA-EPS

KP13 KP14 KP15 KP16 KP17 KP19

KP13	0.29 (0.02) 12.11					
KP14		0.27 (0.02) 11.92				
KP15			0.28 (0.02) 12.51			
KP16				0.27 (0.02) 13.13		
KP17					0.18 (0.02) 11.19	
KP19						0.31 (0.02) 13.53
KP20						
KP23						
KP24						
KP28						
KP29						

THETA-EPS

	KP20	KP23	KP24	KP28	KP29		
KP20	0.26 (0.02) 13.28						
KP23		0.35 (0.03) 12.12					
KP24			0.07 (0.02) 3.33				
KP28				0.39 (0.03) 13.33			
KP29					0.42 (0.03) 13.07		
						0.10 (0.03) 3.91	
							0.41 (0.03) 12.66

Squared Multiple Correlations for Y - Variables

PD1	PD6	PD7	PD8	HG1	HG2
0.60	0.67	0.71	0.50	0.57	0.54

Squared Multiple Correlations for Y - variables

HG3	L04	LOG	L09	CS1	CS2
0.59	0.69	0.79	0.64	0.77	0.79

Squared Multiple Correlations for Y - Variables

CS3	CS4	CS6	CS7	CS9	PR1
0.61	0.36	0.68	0.68	0.34	0.49

Squared Multiple Correlations for Y - Variables

PR2	PR3	PR4	PR6	PR7	LK1
0.89	0.68	0.40	0.72	0.73	0.55

Squared Multiple Correlations for Y - Variables

----- LK2	----- LK3	----- Nil	----- NI2	----- NI3	----- NP1
0.72	0.53	0.40	0.29	0.31	0.40

Squared Multiple Correlations for Y - Variables

----- NP2	----- NP3	----- NA1	----- NA2	----- NA3	----- NR1
0.40	0.31	0.37	0.37	0.51	0.47

Squared Multiple Correlations for Y - Variables

----- NR2	----- NR3	----- NK1	----- NK2	----- NK3	----- LP1
0.33	0.53	0.44	0.31	0.28	0.61

Squared Multiple Correlations for Y - Variables

----- LP2	----- LP3	----- LP4	----- LP5	----- LP6	----- KP1
0.57	0.57	0.42	0.30	0.25	0.56

Squared Multiple Correlations for Y - Variables

----- KP2	----- KP3	----- KP6	----- KP9	----- KP10	----- KP11
0.45	0.29	0.69	0.66	0.46	0.48

Squared Multiple Correlations for Y - Variables

----- KP13	----- KP14	----- KP15	----- KP16	----- KP17	----- KP19
0.50	0.52	0.46	0.39	0.66	0.46

Squared Multiple Correlations for Y - Variables

----- KP20	----- KP23	----- KP24	----- KP28	----- KP29
0.50	0.37	0.27	0.28	0.35

UNIVERSITAS
Goodness of Fit Statistics

Degrees of Freedom = 1979
Minimum Fit Function Chi-Square = 4152.28 (P = 0.0)
Normal Theory Weighted Least Squares Chi-Square = 4637.04 (P = 0.0)
Estimated Non-centrality Parameter (NCP) = 2658.04
90 Percent Confidence Interval for NCP = (2463.10 ; 2860.59)

Minimum Fit Function Value = 9.57
Population Discrepancy Function Value (FQ) = 6.12
90 Percent Confidence Interval for FO = (5.68 ; 6.59)
Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) = 0.056
90 Percent Confidence Interval for RMSEA = (0.054 ; 0.058)
P-Value for Test of Close Fit (RMSEA < 0.05) = 0.00

Expected Cross-Validation Index (ECVI) = 11.45
90 Percent Confidence Interval for ECVI = (11.00 ; 11.92)
ECVI for Saturated Model = 9.88
ECVI for Independence Model = 333.94

Chi-Square for Independence Model with 2080 Degrees of Freedom 144801.95
Independence AIC = 144931.95
Model AIC = 4969.04
Saturated AIC = 4290.00
Independence CAIC = 145261.84
Model CAIC = 5811.55
Saturated CAIC = 15176.62

Normed Fit Index (NFI) = 0.97

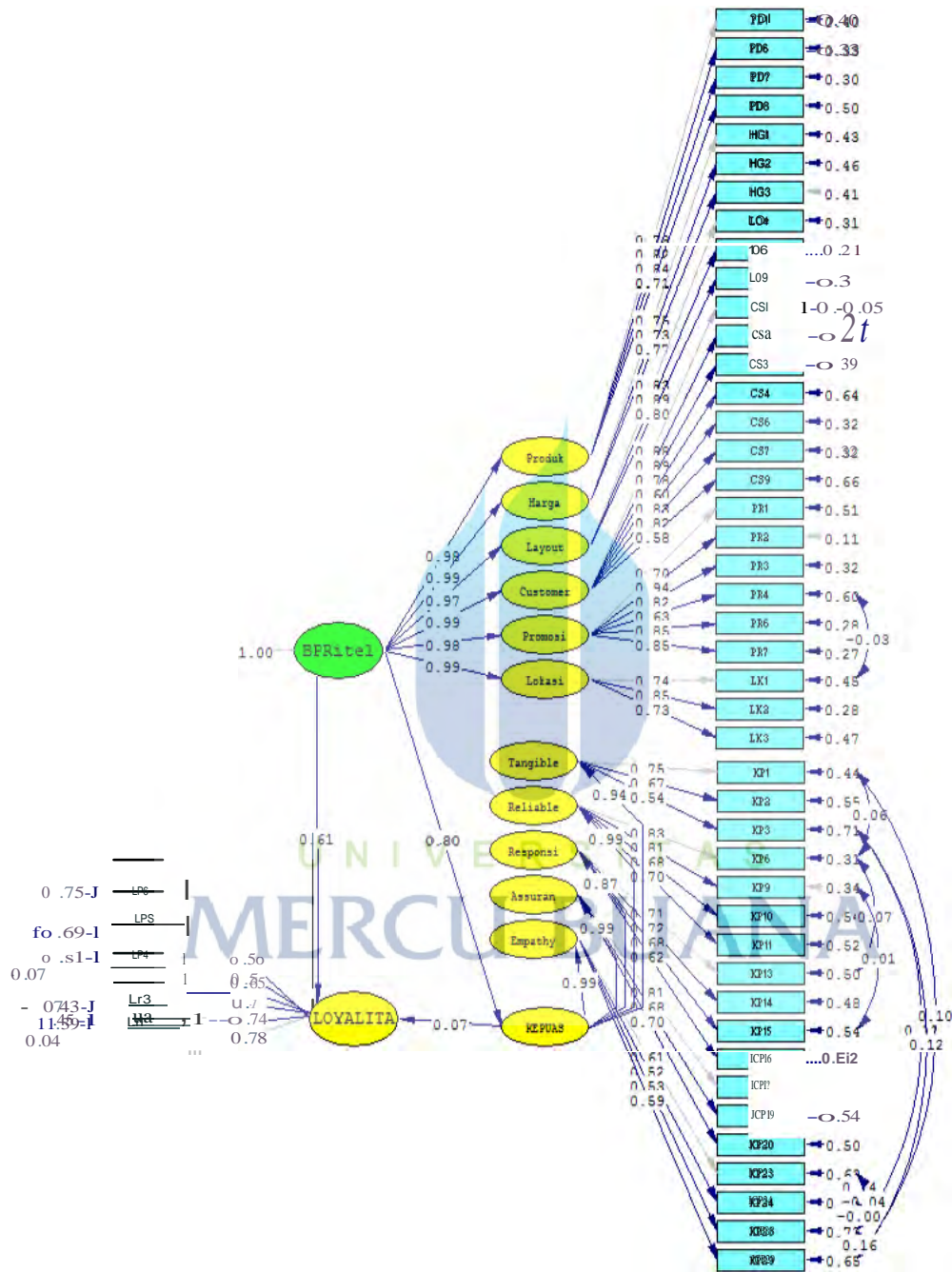
Non-Normed Fit Index (NNFI) = 0.98
Parsimony Normed Fit Index (PNFI) = 0.92
Comparative Fit Index (CFI) = 0.98
Incremental Fit Index (IFI) = 0.98
Relative Fit Index (RFI) = 0.97

Critical N (CN) = 223.45

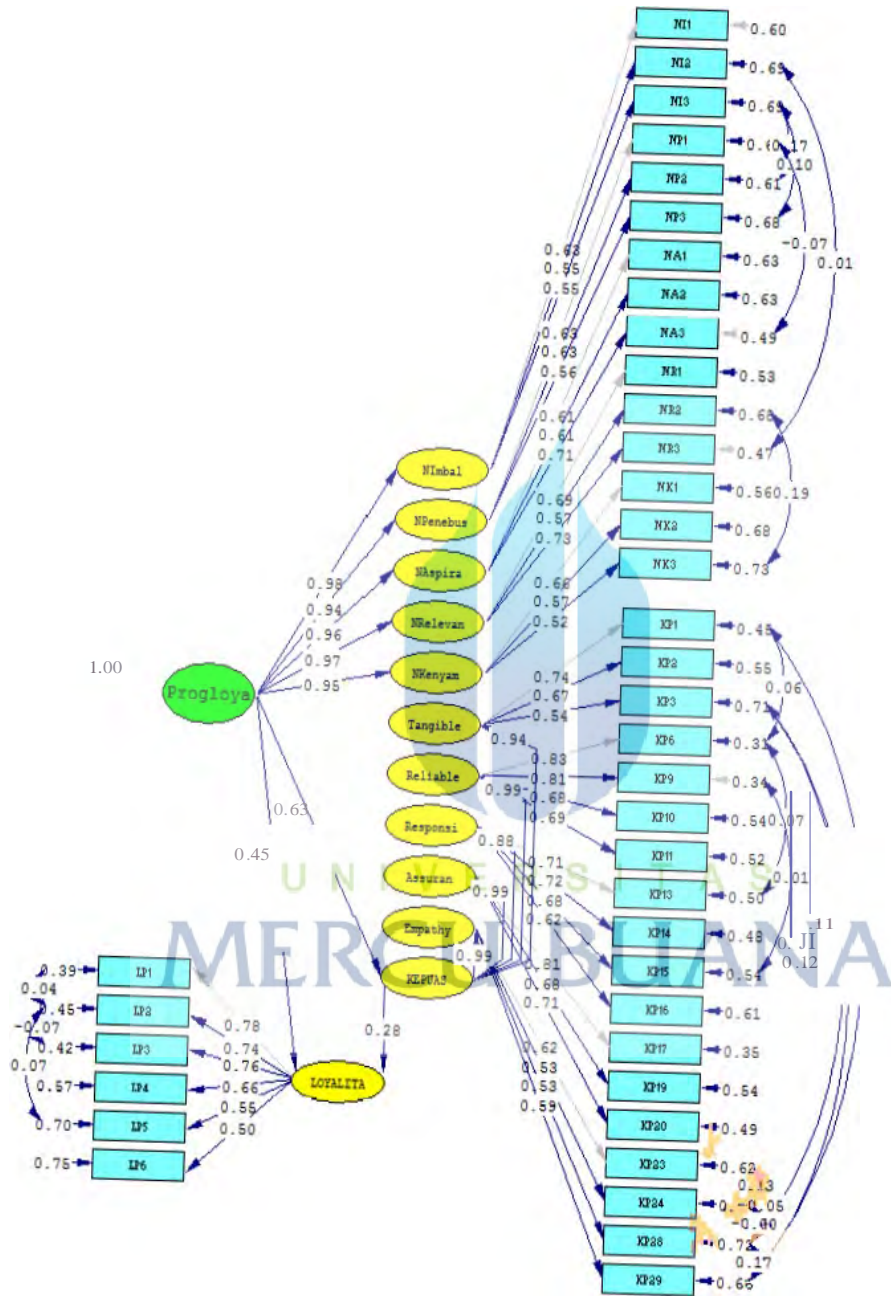
Root Mean Square Residual (RMR) = 0.026
Standardized RMR = 0.048
Goodness of Fit Index (GFI) = 0.90
Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI) 0.88
Parsimony Goodness of Fit Index (PGFI) 0.85

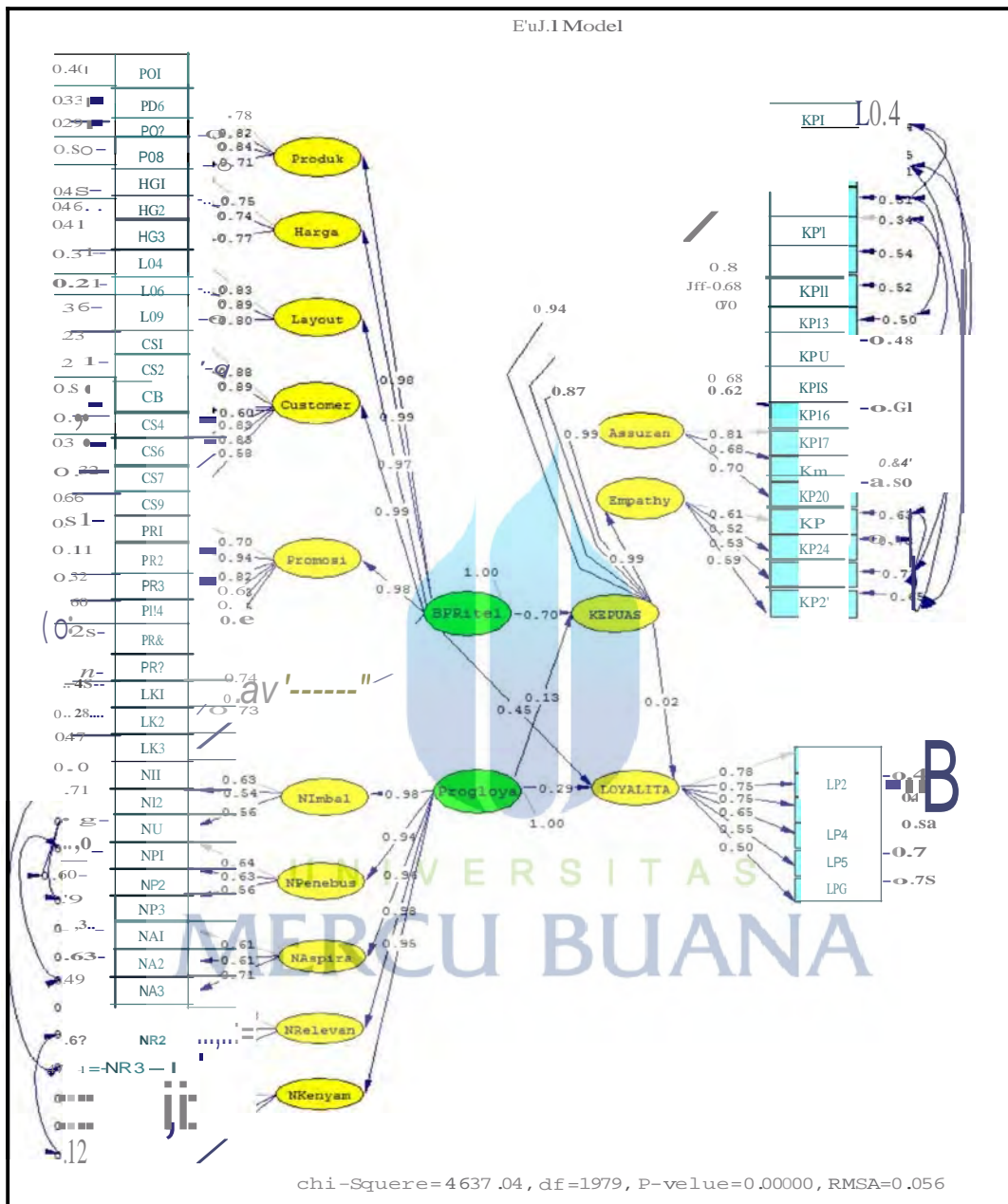
Time used: 9.344 Seconds



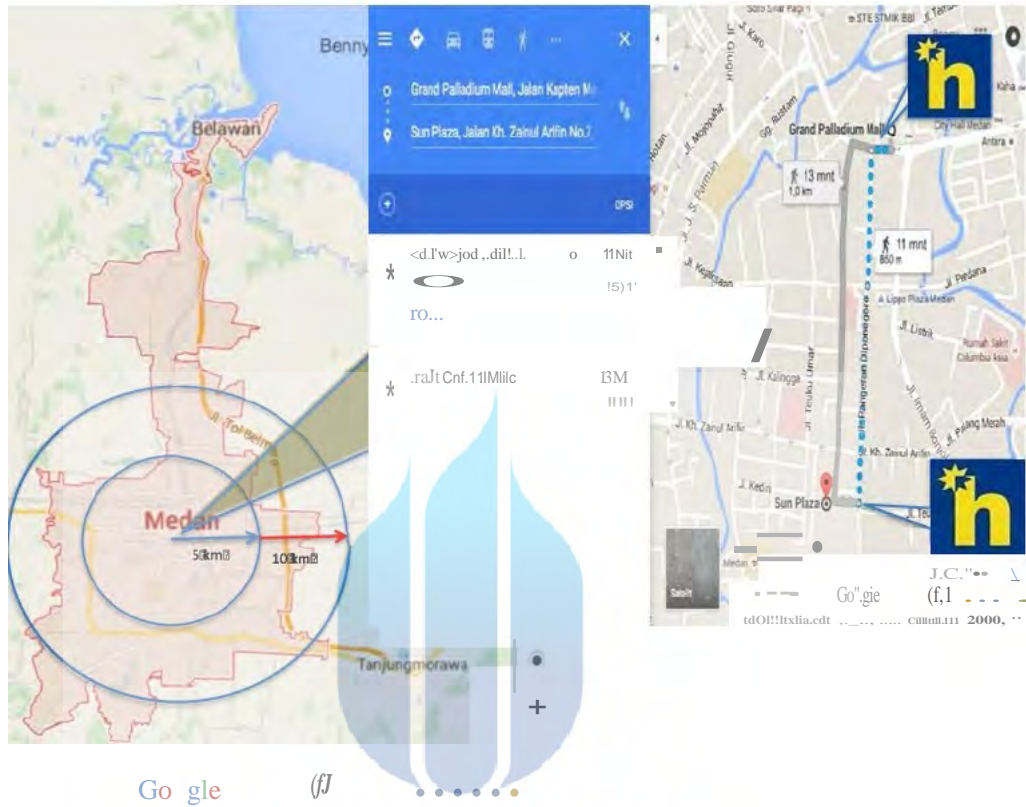


Progloya, Kepuasan & Loyalitas





Lampiran 14. Lokasi Hypermart di Kota Medan



Diolah oleh Penulis (2015)
 Sumber : <https://www.googleo.id/maps/place/Medan>

UNIVERSITAS
 MERCU BUANA

Lampiran 15. Kartu Hicard



Berbeklnja dengan nyaman adalah sebuah kebutuhan mutlak yang harus dinikmati oleh semua pelanggan di setiap Hypermart. Nyaman bukan hanya dalam suasana berbelanja saja, namun dalam memberikan berbagai penawaran dan promosi menarik demi mendukung kebutuhan belanja konsumen modern. Oleh karenanya, pada tanggal 15 Juli 2011 telah diluncurkan kartu Hicard, kartu khusus pelanggan Hypermart, Foodmart dan Boston,

Kartu belanja berwarna merah bergambar Tomat segar ini hadir sebagai bentuk konsistensi dan bukti kesungguhan Hypermart untuk senantiasa memberikan pelayanan yang terbaik bagi setiap pelanggan.

Hicard adalah kartu loyalty Hypermart, Foodmart dan Boston

Keuntungan menggunakan Hicard :

1. Poin untuk belanja gratis
2. Diskon produk di toko dan belanja online via www.hypermart.co.id
3. Diskon semua produk VALUE PLUS
4. Meraih kesempatan untuk mendapat hadiah-hadiah istimewa lainnya
5. Diskon di rumah sakit, hotel, cafe, restaurant, toko buku, fashion, tempat hiburan, spa & kecantikan.

Sumber: www.hypermart.co.id

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Ors. Benny Bemadus, Psikolog.
 Tempat, Tanggal Lahir Bandung, 25 April. 1964
 Pendidikan Terakhir Fakultas Psikologi, Universitas Padjadjaran, Bandung Jurusan Psikologi Klinis,
 Lulus Tahun 1989.



Pengalaman profesional dimulai sejak 1986, di bidang psikologi sebagai asisten psikolog baik di Biro Psikologi maupun di Rumah Sakit Sebagai Psikolog memulai karir di perusahaan di mulai Bandung Textile Mills (1990), Head of Recruitment, Compensation Benefit & Development Astra Heavy Industry dan Pama Persada Nusantara., Jakarta (Astra Group, 1990-1997), Intership Program Nisaan, Jepang (1995), Head of HR Planning, System & Development Bank Tiara, Jakarta (1997-2000), Team Merger 8 Bank dibawah Pengawasan BPPN, Jakarta (200-2001), HR& Management Consultant (2001-2002). Head of HR Planning & Training Centre RCTI dan MNC Group (2001-2007), Head of Human Resources General Affairs and Environmental Health Safety & Community Development Wilmar International (2007-2012), dan sejak 2012 hingga kini, sebagai Associate Director di Matabari Putra Prima Tbk. (Lippo Group). Aktifitas lain seperti menjadi Konsultan dalam dan Pengajar atau Trainer diberbagai perusahaan, dalam bidang konsultan, tekstil, alat berat dan pertambangan, bank, broadcasting, mass media, manufaktur, agro-business dan ritel-industry. serta pembuatan sistem untuk perusahaan baru, merger ataupun penutupan perusahaan.

Bidang-bidang yang pernah dikelola diantaranya: Dalam bidang HRD: *Personnel management* atau *Human Resources Administration*, *Compensation & benefit*, *salary surveys*, *Recruitment dan assessment*, *People Development*; *potential review*, *career path & planning*, *coaching & counseling*, *management trainees* ataupun *talent management*. Dalam Bidang Training;

membangun *training centre*, sebagai instruktur **clan** trainer, *training needs analysis*, *training matrix*, *Strategic human resources*, *planning & organizational development* ; *job grading*, *job evaluation*, *job loading analysis*, *Human Resources Information System*, *Industrial relations*, Perselisihan Perburuhan, Kebijakan perusahaan (*company regulations*), *policies* dan SOP perusahaan. *Environmental, health and safety and social responsibility*.

