

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Bab ini akan membahas antara lain mengenai kesimpulan hipotesis dan kesimpulan masalah penelitian seperti yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, implikasi teoritis dan implikasi manajerial, dilanjutkan dengan keterbatasan penelitian dan saran untuk penelitian selanjutnya.

Berdasarkan telaah pustaka, ada 7 hipotesis yang dianalisis menggunakan alat analisis SPSS (Statistical Package for Social Science) versi 15 seperti yang telah dibahas dalam bab sebelumnya. Dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara Kualitas pelayanan terhadap Loyalitas pelanggan. Dapat dilihat pada hasil signifikansi H3 dengan nilai 0,001 maka, hipotesis yang menyatakan bahwa keandalan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan dapat diterima. Dapat dilihat juga pada hasil signifikansi H4 dengan nilai 0,000 maka, hipotesis yang menyatakan bahwa penyelesaian masalah berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan dapat diterima. Sedangkan hipotesis yang menyatakan interaksi personal (H1) dan kebijakan (H2) berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan ditolak.
2. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara Kualitas produk terhadap Loyalitas pelanggan. Dapat dilihat pada hasil signifikansi H6 dengan nilai 0,002 maka, hipotesis yang menyatakan bahwa estetika

berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan dapat diterima. Sedangkan pada H5 dan H7 yang menyatakan bahwa keragaman produk dan kualitas produk yang dirasakan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan ditolak karena memiliki nilai signifikansi yang lebih dari 0,05 yaitu 0,207 (H5) dan 0,425 (H7).

Berdasarkan penjabaran kesimpulan tersebut dapat dilihat bahwa variabel Kualitas pelayanan yang berpengaruh terhadap Loyalitas pelanggan PT.Indomarco Adi Prima Yogyakarta adalah keandalan dan penyelesaian masalah. Sementara variabel Kualitas produk yang berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas pelanggan PT. Indomarco Adi Prima Yogyakarta adalah variabel estetika. Selanjutnya variabel yang tidak mendukung hipotesis adalah interaksi personal dan kebijakan (Kualitas Pelayanan) serta keragaman produk dan kualitas produk yang dirasakan pelanggan (Kualitas Produk)

5.2 Implikasi Manajerial

Beberapa implikasi yang dapat dilakukan oleh perusahaan atau instansi terkait dengan adanya temuan ketiga hipotesis di atas antara lain :

- Kualitas pelayanan yang baik di perusahaan disambut dengan reaksi positif dari para pelanggan. Hal ini mencerminkan kemampuan karyawan, keramahan karyawan, sikap serta profesionalisme karyawan yang berhubungan dengan pelayanan yang baik dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Perusahaan lebih baik berupaya untuk tetap menjaga kualitas pelayanannya demi kepuasan pelanggan yang akhirnya akan berpengaruh

positif pada kesetiaan pelanggan. Adapun yang perlu dilakukan perusahaan mengenai kualitas pelayanan adalah dengan lebih meningkatkan tingkat pelayanan yang sekarang ini sudah ada, salah satu langkahnya dengan meningkatkan keandalan dan penyelesaian masalah. Dalam penelitian ini peneliti berfokus pada toko yang menjadi langganan PT.Indomarco Adi Prima Yogyakarta, dengan demikian dapat dikatakan bahwa toko yang menjadi langganan ini akan terus menjaga loyalitasnya apabila PT.Indomarco Adi Prima Yogyakarta dapat menjaga keandalannya dalam melayani keperluan barang dari toko tersebut serta penyelesaian masalah yang terjadi, misalnya ketika produk Fritolay yang diberikan mengalami rusak kemasan maka, perusahaan melalui karyawannya harus cepat tanggap dalam menemukan solusi dari masalah tersebut.

- Anggapan pelanggan yang sesuai kenyataan mengenai kualitas produk Fritolay membuat toko pelanggan berkeinginan untuk melakukan pembelian ulang, hal ini tentu saja berpengaruh positif bagi perusahaan. Perusahaan harus mempertahankan kualitas produk yang telah ada, agar pelanggan tetap setia dan tidak berpindah kepada perusahaan lain. Adapun langkah untuk meningkatkan kualitas produk adalah dengan selalu menjaga estetika dari produk Fritolay tersebut. Perusahaan harus menjaga tampilan dan kualitas rasa yang selalu bagus, mengingat produk ini adalah produk makanan maka, akan lebih rentan untuk konsumen berpindah ke perusahaan lain apabila kualitas dari produk yang ditawarkan tidak sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini, yang bisa menjadi bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya, diantaranya:

1. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini terbatas.
2. Sampel yang diambil hanya toko yang sudah membeli produk Fritolay.

5.4 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya

- Dalam penelitian ini untuk populasi dan sampelnya masih terbatas, diharapkan penelitian selanjutnya dapat menggali lebih luas tentang pelanggan produk Fritolay.
- Diharapkan penelitian selanjutnya dapat menggunakan jenis pelanggan lain untuk dijadikan objek penelitiannya

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A & Kelvin L Keller. (1990). “*Consumer Evolutions of Brand Extention*”. *Journal of Marketing* 54, Januari, hal. 27-41.
- Chan, Sian S.L & Yuen Euphemia F.T. (2010). “*The Effect of Retail Service Quality and Product Quality on Customer Loyalty*”. *Journal of Database Marketing and Customer Strategy Management*, Juni, vol.17.
- Dharmmesta, Basu Swastha. (2005) “*Kontribusi involvement dan trust in a brand dalam membangun loyalitas pelanggan*”. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, Vol. 20 No. 3, 2005 , hal. 287-304.
- Diputra, Yudha Bagja. (2007). “*Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa dan Penetapan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen pada Hotel Arwana di Jakarta*”. Skripsi Fakultas Ekonomi Unnes.
- Griffin, Jill. (2005). *Customer loyalty*. Edisi Revisi. Jakarta: Erlangga.
- Hadi, Sutrisno. (2005). *Analisa Regresi*. Edisi Ketiga. Yogyakarta: Andi Offset
- Hadi, Sutrisno. (2005). *Metodologi research*. Edisi Ketujuh. Yogyakarta: Andi Offset.
- Hardiawan, Febra dan Imam Mahdi. (2005). “*Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kesetiaan Konsumen terhadap Sebuah Merek Rokok (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta)*”. *Fokus Manajerial*, Vol. 3, No. 1.
- Indriantoro dan Supomo, (2009). *Metodologi Penelitian untuk Akuntansi dan Manajemen*, cetakan kedua, BPFE Yogyakarta.

Kotler, Philip. (2012). *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Edisi Bahasa Indonesia Jilid 1, Jakarta: Salemba Empat – Prentice Hall, Hal . 83 – 92.

Kotler, Philip and Gary Armstrong. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi Ketigabelas. Jakarta: Erlangga.

Leksono, Bagus Tri. (2009). “Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah”. Skripsi Fakultas Ekonomi Undip.

Lupiyoadi, Rambat. (2009). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Ketiga. Jakarta: Salemba empat.

Mabruroh. (2004). “Membangun kepuasan konsumen dan akses loyalitas”. *Benefit*, Vol. 7 No. 2, Desember 2003, hal. 167 – 175.

Musanto. (2004). “Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan. Studi Kasus pada CV. Sarana Media Advertising Surabaya”. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, Vol. 6, No. 2, September 2004, hal. 123 – 136.

Nuraini. (2011). “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Desain Produk, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan”. Skripsi Fakultas Ekonomi Undip.

Prabowo, Nur. (2000). “Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi usaha menciptakan kepuasan pelanggan (studi empiris pada sidorejo rarm karangawen demak)”. Skripsi Fakultas Ekonomi Undip.

Presetyo, Agus. (2008). “Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan (studi kasus pada pt supra raga transport cabang smg)”. Skripsi Fakultas Ekonomi Undip.

Purnomo, Sugeng Dwi. (2008). “Analisis Pengaruh Produk, Harga, Kualitas Pelayanan dan Kebersihan Terhadap Kepuasan Pelanggan Retoran Fast Food pada Kentucky Fried Chicken (KFC) Citraland Mall Semarang”. Skripsi Fakultas Ekonomi Undip.

Ramadania. (2002). “Kepercayaan dan komitmen sebagai perantara kunci relationship marketing dalam membangun loyalitas survey pada nasabah Bank Muamalat Indonesia Surabaya”. *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*, Vol. 2, No. 1.

Rangkuti, Freddy. (2003). *Measuring customer satisfaction : Teknik mengukur dan strategi meningkatkan kualitas pelanggan*, Edisi keempat, cetakan kesatu, Jakarta: gramedia pustaka utama.

Riana, Gede.(2008). “Pengaruh trust in a brand terhadap brand loyalty pada konsumen air minum aqua di kota denpasar”. *Buletin studi ekonomi*, Vol. 13, No. 2, 2008, hal. 184-202.

Rullastuti, Mega Febriana Sari. (2007). “Analisis pengaruh product, price, place dan promotion terhadap resistensi sikap konsumen sepeda motor merek Honda di kota semarang”. Skripsi Fakultas Ekonomi Unnes.

Tjiptono, Fandy.(2011). *Total Quality Manajement*. Edisi Kelima. Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, Fandy. (2011). *Prinsip-prinsip Total Quality Service*. Edisi Keempat. Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, Fandy. (2007). *Strategi Pemasaran*, Edisi Kedua, Cetakan Pertama. Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, Fandy. (2011). *Manajemen Jasa*. Edisi Ketiga. Yogyakarta: Andy Offset.

Tjiptono, Fandy dan Diana Anastasia. (2011). *Total Quality Manajemen*. Edisi Kelima. Yogyakarta: Andi Offset.

Umar, Husein. (2010). *Metode Riset Bisnis*. Edisi Ketiga. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Umar, Husein. (2010). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Cetakan ke-6. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Vandayuli, Riorini Sri. (2003). "Kepercayaan pembeli terhadap perusahaan pemasok dalam hubungannya dengan antisipasi pembelian di waktu yang akan datang". *Media Riset Bisnis & Manajemen*, Vol 3, No.2, 2



LAMPIRAN



NO.

KUESIONER
ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN RITEL DAN KUALITAS
PRODUK PADA LOYALITAS PELANGGAN

A. Identitas Responden

Nama Toko :
Sudah lebih dari 2x melakukan pembelian produk Fritolay (Chiki, Cheetos, Chitato, dan Q-Tela) di PT. Indomarco Adi Prima Yogyakarta :
☐ Ya ☐ Tidak

Jawablah dengan memberikan tanda √ (centang) pada pilihan jawaban yang sudah disediakan. Dengan keterangan :
STS : Sangat Tidak Setuju S : Setuju
TS : Tidak Setuju SS : Sangat Setuju
RR : Ragu - Ragu

1. Kualitas Layanan Ritel
a. Interaksi Personal

No.	Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS
1.	Pegawai PT. Indomarco Adi Prima Yogyakarta berlaku sopan kepada pelanggan					
2.	Pegawai PT. Indomarco Adi Prima Yogyakarta dapat memberi saran secara cepat					
3.	Pegawai PT. Indomarco Adi Prima Yogyakarta memberi saran yang tepat					
4.	Pegawai PT. Indomarco Adi Prima Yogyakarta selalu merespon cepat atas permintaan anda					
5.	Pegawai memberi informasi yang akurat mengenai produk Fritolay					
6.	Pegawai PT. Indomarco Adi Prima Yogyakarta memberi perhatian personal kepada pelanggannya					

b. Kebijakan

No.	Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS
1.	Anda merasa nyaman selama bertransaksi					
2.	PT. Indomarco Adi Prima Yogyakarta menerima cara pembayaran yang umum (Tunai atau Kredit)					
3.	Jangka waktu pembayaran yang diberikan PT.Indomarco Adi Prima Yogyakarta sesuai dengan kemampuan toko					

c. Keandalan

No.	Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS
1.	Ketika PT. Indomarco Adi Prima Yogyakarta berjanji untuk melakukan sesuatu, mereka menepatinya					
2.	Ketika PT. Indomarco Adi Prima Yogyakarta berjanji untuk melakukan sesuatu dengan waktu tertentu, mereka menepatinya					

d. Penyelesaian Masalah

No.	Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS
1.	PT. Indomarco Adi Prima Yogyakarta menangani keluhan anda secara cepat					
2.	PT. Indomarco Adi Prima Yogyakarta menangani keluhan anda secara langsung					
3.	PT. Indomarco Adi Prima menunjukkan keseriusannya dalam memecahkan masalah anda					
4.	Hotline dari PT. Indomarco Adi Prima selalu dapat dihubungi					
5.	Hotline PT. Indomarco Adi Prima Yogyakarta selalu merespon cepat pesan suara anda					

2. Kualitas Produk

a. Keragaman Produk

No.	Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS
1.	Kualitas produk Fritolay yang diberikan mempunyai kualitas bagus					
2.	PT. Indomarco Adi Prima Yogyakarta memberikan anda berbagai pilihan rasa dari produk Fritolay					
3.	PT. Indomarco Adi Prima Yogyakarta memberikan anda berbagai pilihan ukuran dari produk Fritolay					
4.	Produk Fritolay yang ditawarkan disukai konsumen					

b. Estetika

No.	Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS
1.	Desain kemasan produk Fritolay yang ditawarkan sesuai dengan target pasarnya					
2.	Produk Fritolay yang ditawarkan berinovatif					
3.	Produk Fritolay yang ditawarkan memiliki penampilan yang menarik					

c. Kualitas Produk yang Dirasakan Pelanggan

No.	Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS
1.	Produk Fritolay yang diberikan PT.Indomarco Adi Prima Yogyakarta berkualitas tinggi					
2.	Produk Fritolay dari PT. Indomarco Adi Prima Yogyakarta memiliki kemasan yang tidak mudah rusak					

3. Loyalitas Pelanggan

a. Loyalitas Pelanggan ke Toko

No.	Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS
1.	Anda mengatakan hal-hal positif tentang PT. Indomarco Adi Prima Yogyakarta pada orang lain					
2.	Anda akan merekomendasikan PT. Indomarco Adi Prima Yogyakarta kepada seseorang yang membutuhkan saran					
3.	Anda mendorong kerabat dan teman-teman yang memiliki toko untuk berlangganan di PT. Indomarco Adi Prima Yogyakarta					
4.	Anda akan mempertimbangkan PT. Indomarco Adi Prima Yogyakarta sebagai pilihan pertama anda untuk membeli produk Fritolay dalam beberapa waktu kedepan					
5.	Anda tidak akan berlangganan dengan <i>supplier</i> lain yang menawarkan harga lebih menarik					
6.	Anda akan beralih ke <i>supplier</i> lain ketika ada masalah dengan layanan PT. Indomarco Adi Prima Yogyakarta					
7.	Anda ingin membangun hubungan yang baik dengan PT. Indomarco Adi Prima Yogyakarta					

Tanda Tangan / Cap Toko

.....

[illegible]

[illegible]

Validitas

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
IP1	21.24	5.518	.728	.590	.902
IP2	21.35	5.134	.736	.562	.900
IP3	21.26	5.311	.811	.688	.891
IP4	21.34	4.845	.753	.611	.900
IP5	21.30	5.284	.793	.658	.892
IP6	21.29	5.222	.749	.602	.898

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KB1	8.63	.731	.788	.630	.781
KB2	8.62	.790	.764	.601	.804
KB3	8.63	.820	.702	.495	.859

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KA1	4.09	.390	.799	.638	.(a)
KA2	4.10	.403	.799	.638	.(a)

a The value is negative due to a negative average covariance among items. This violates reliability model assumptions. You may want to check item codings.

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PM1	16.60	3.954	.745	.647	.845
PM2	16.55	4.216	.741	.660	.846
PM3	16.47	4.549	.716	.546	.855

PM4	16.54	4.238	.709	.613	.854
PM5	16.54	4.206	.665	.585	.865

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KP1	12.61	1.941	.632	.413	.820
KP2	12.64	1.868	.705	.499	.787
KP3	12.58	1.792	.745	.560	.768
KP4	12.53	2.129	.632	.427	.819

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
E1	8.43	.732	.592	.350	.744
E2	8.36	.597	.660	.439	.674
E3	8.36	.730	.634	.407	.703

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KPP1	3.99	.414	.666	.443	.(a)
KPP2	4.18	.370	.666	.443	.(a)

a The value is negative due to a negative average covariance among items. This violates reliability model assumptions. You may want to check item codings.

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
LP1	23.95	4.998	.635	.646	.538
LP2	23.98	5.309	.504	.527	.572
LP3	23.95	4.837	.653	.540	.525
LP4	23.96	4.838	.608	.580	.532
LP5	24.30	4.376	.455	.234	.558

LP6	25.05	5.915	-.101	.099	.824
LP7	23.77	5.247	.379	.300	.591



Reliabilitas

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	182	100.0
	Excluded(a)	0	.0
	Total	182	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.913	.916	6

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
IP1	4.32	.479	182
IP2	4.21	.576	182
IP3	4.29	.491	182
IP4	4.21	.642	182
IP5	4.25	.506	182
IP6	4.27	.545	182

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	4.259	4.209	4.319	.110	1.026	.002	6

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	182	100.0
	Excluded(a)	0	.0
	Total	182	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.869	.869	3

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
KB1	4.31	.497	182
KB2	4.32	.469	182
KB3	4.31	.475	182

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	4.313	4.308	4.324	.016	1.004	.000	3

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	182	100.0
	Excluded(a)	0	.0
	Total	182	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.888	.888	2

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
KA1	4.10	.635	182
KA2	4.09	.625	182

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	4.096	4.088	4.104	.016	1.004	.000	2

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	182	100.0
	Excluded(a)	0	.0
	Total	182	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.879	.881	5

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
PM1	4.08	.677	182
PM2	4.13	.604	182
PM3	4.20	.523	182
PM4	4.13	.617	182
PM5	4.14	.655	182

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	4.135	4.077	4.203	.126	1.031	.002	5

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	182	100.0
	Excluded(a)	0	.0
	Total	182	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.842	.842	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
KP1	4.18	.568	182
KP2	4.15	.561	182
KP3	4.20	.573	182
KP4	4.26	.487	182

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	4.196	4.148	4.258	.110	1.026	.002	4

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	182	100.0
	Excluded(a)	0	.0
	Total	182	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.785	.787	3

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
E1	4.15	.452	182
E2	4.21	.518	182
E3	4.21	.437	182

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	4.192	4.148	4.214	.066	1.016	.001	3

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	182	100.0
	Excluded(a)	0	.0
	Total	182	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.798	.799	2

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
KPP1	4.18	.608	182
KPP2	3.99	.644	182

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	4.088	3.995	4.181	.187	1.047	.017	2

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	182	100.0
	Excluded(a)	0	.0
	Total	182	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.635	.770	7

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
LP1	4.21	.459	182
LP2	4.18	.436	182
LP3	4.21	.497	182
LP4	4.20	.523	182
LP5	3.86	.792	182
LP6	3.11	1.056	182
LP7	4.38	.552	182

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	4.023	3.110	4.385	1.275	1.410	.186	7

Descriptive Statistics

Correlations

[illegible]

KPP A	182	182	182	182	182	182	182	182
-------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

Variables Entered/Removed(b)

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	KPP A, IP A, KA A, E A , KB A, KP A, PM A(a)	.	Enter

a All requested variables entered.

b Dependent Variable: LP A

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.743(a)	.551	.533	.248995

a Predictors: (Constant), KPP A, IP A, KA A, E A , KB A, KP A, PM A

ANOVA(b)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	13.261	7	1.894	30.555	.000(a)
	Residual	10.788	174	.062		
	Total	24.049	181			

a Predictors: (Constant), KPP A, IP A, KA A, E A , KB A, KP A, PM A

b Dependent Variable: LP A

Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta	B	Std. Error
1	(Constant)	1.271	.222		5.728	.000
	IP A	.023	.079	.029	.296	.767
	KB A	.039	.073	.046	.536	.593
	KA A	-.162	.050	-.265	-3.228	.001
	PM A	.364	.074	.505	4.947	.000
	KP A	.094	.074	.117	1.268	.207

E A	.257	.080	.278	3.195	.002
KPP A	.042	.055	.065	.754	.452

a. Dependent Variable: LP A

