

BAB V

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI MANAJERIAL

5.1 KESIMPULAN

Penelitian ini mencoba menerapkan penelitian yang dilakukan oleh Lee, Hsiao dan Yang (2010) di Tainan, di wilayah Indonesia yaitu pasar Beringharjo Yogyakarta. Penelitian ini mencoba untuk menguji pengaruh *experiential marketing*, kualitas layanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada pasar Beringharjo. Responden dalam penelitian ini berjumlah 152 responden (konsumen yang sudah pernah berbelanja di pasar Beringharjo) dengan metode pengumpulan data dilakukan dengan metode kuesioner.

Berdasarkan hasil analisis yang telah ditampilkan dan dibahas dalam bab sebelumnya, maka diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Pengaruh *experiential marketing* dan kualitas layanan pada kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil analisis variabel *experiential marketing* (*sensation experience* dan *association experience*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kemudahan dalam berbelanja dan hubungan yang baik antara pedagang dan pelanggan mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Semakin konsumen merasakan nyaman dalam proses berbelanja dan mendapatkan layanan yang baik dari pedagang pasar Beringharjo, maka semakin besar pula kepuasan yang dirasakan.

Variabel kualitas layanan yaitu *empathy* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan yaitu *personnel service* dan *value*, sedangkan variabel *tangibility* berpengaruh signifikan terhadap *personnel service* dan *value*. Relasi yang baik antara pedagang dan pelanggan serta perhatian yang diberikan pedagang Pasar Beringharjo terhadap pelanggan membuat konsumen puas terhadap layanan yang diberikan. Semakin baik fasilitas dan kualitas layanan yang diberikan Pasar Beringharjo kepada pelanggan atau konsumen, maka semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen. Penilaian konsumen terhadap layanan yang diberikan juga semakin tinggi apabila kualitas yang diberikan juga sangat baik.

2. Pengaruh *experiential marketing* dan kualitas layanan pada loyalitas konsumen.

Variabel *experiential marketing* yaitu *association experience* tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen yaitu *behavior loyalty*, namun berpengaruh signifikan terhadap *attitude loyalty*. Suasana berbelanja dalam berbelanja dapat mempengaruhi tingkat loyalitas konsumen seperti kesenangan pasar dan layanan pedagang.

Variabel kualitas layanan yaitu *empathy* dan *tangibility* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen yaitu *attitude loyalty* dan *behavior loyalty*. Perhatian dan layanan yang baik yang diberikan oleh pedagang membuat konsumen mempunyai sikap yang loyal terhadap Pasar Beringharjo. Layanan yang baik kepada konsumen dan perhatian pribadi yang diberikan pedagang, membuat konsumen mempunyai perilaku yang loyal terhadap Pasar Beringharjo.

3. Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas konsumen.

Variabel kepuasan pelanggan yaitu *personnel service* dan *value* berpengaruh pada loyalitas konsumen yaitu *attitude loyalty* dan *behavior loyalty*. Dalam proses berbelanja konsumen atau pelanggan Pasar Beringharjo merasa puas dengan layanan yang diberikan oleh pihak pasar, baik itu dari pedagang sendiri maupun fasilitas penunjang yang ada di Pasar Beringharjo. Tingkat kepuasan tinggi yang dirasakan konsumen membuat konsumen mempunyai sikap yang loyal terhadap Pasar Beringharjo.

5.2 IMPLIKASI MANAGERIAL

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada para pedagang yang berjualan di Pasar Beringharjo dan pihak-pihak yang berkepentingan di Pasar Beringharjo untuk dapat memberikan perbaikan dan peningkatan pada pelayanan dan fasilitas yang ada di Pasar Beringharjo. Para pedagang dan pengelola pasar dapat mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan sehingga konsumen akan loyal terhadap Pasar Beringharjo sehingga dapat terus memuaskan dan mempertahankan konsumen yang ada, serta mampu menarik pengunjung baru untuk datang ke Pasar Beringharjo. Dengan informasi yang didapatkan, para pedagang dapat menentukan strategi yang tepat untuk meningkatkan konsumen sesuai dengan target pasarnya.

Dalam meningkatkan kualitas layanan Pasar Beringharjo perlu memperhatikan fasilitas-fasilitas pendukung yang ada dan belum ada di Pasar Beringharjo. Selain itu, para pedagang diharapkan dapat lebih meningkatkan kinerja dan pelayanan dalam melayani dan memuaskan konsumen yang datang berbelanja di

Pasar Beringharjo serta meningkatkan kualitas produk yang mereka jual. Adanya kerja sama yang baik antara Pemerintah dengan para pedagang diharapkan dapat meningkatkan konsumen untuk berbelanja di pasar tradisional Beringharjo.

5.3 KETERBATASAN PENELITIAN

Terdapat keterbatasan dalam penelitian ini berhubungan dengan pengambilan sampel. Karena pengambilan sampel dilakukan di beberapa area tertentu dan sampel yang diambil hanya sebagian kecil, maka dapat memunculkan kesempatan terjadinya bias data yang beragam sifatnya. Dengan demikian, kondisi ini mengurangi kemampuan menggeneralisasikan hasil penelitian. Melihat keterbatasan yang ada, maka untuk penelitian selanjutnya, pengambilan sampel dapat lebih diperluas sehingga memperkecil kemungkinan bias. Selain itu, untuk penelitian selanjutnya dapat melakukan pengembangan model penelitian dengan menggunakan variabel-variabel lain diluar dari variabel yang telah digunakan dalam penelitian ini agar hasilnya dapat lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Alkilani, K., Ling, K. C., & Abzakh, A. A. (2013). The Impact of *Experiential marketing* and Customer Satisfaction on Customer Commitment in the World of Social Networks. *Asian Social Science*, 262.
- Andreani, Fransisca. 2007. *Experiential marketing* (Sebuah Pendekatan Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 2, No. 1., pp. 1-8.
- Bedi, M. (2010). An Integrated Framework For Service Quality, Customer Satisfaction And Behavioral Responses In Indian Banking Industry— A Comparison Of Public And Private Sector Banks . *Journal of Services Research*, Volume 10, Number 1 .
- Griffin, L. 2002. *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Erlangga, Jakarta.
- Heizer, J & Render, B. 2008. *Operations Management*. 10th Edition, Pearson Education, New Jersey.
- Kim, W.G., Lee, Y.K., & Yoo, Y.J. 2006. Predictors of Relationship Quality and Relationship Outcomes in Luxury Restaurants. *Journal of Hospitality & Tourism Research*.
- Lee, Hsiao dan Yang. 2010. The Study of the Relationship Among *Experiential marketing*, Service Quality, Customer Satisfaction and Customer Loyalty. *Journal of Organizational Innovation*. Vol. 3, No. 2., pp. 352-378.
- Malano, Herman. 2011. “*Selamatkan Pasar Tradisional*”. PT. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.

Rozaki, Abdur, 2012, *Pasar Tradisional: dibawah Bayang-bayang Dominasi Peran Pasar Modern*, IRE, Yogyakarta

Schiffman & Kanuk. 2010. *Consumer Behavior*. 10th Edition, Pearson Education, New Jersey

Schmitt, B. H. 1999. *Experiential marketing*. *Journal of Marketing Management*, Vol. 15, No., pp. 53-67.

Sekaran, U. 2006. *Metode Penelitian Untuk Bisnis, jilid kedua*. Edisi keempat, terjemahan Kwan Men Yon, Jakarta: Salemba Empat.

Sugiyono. 2014. *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif R&D*. Bandung : Alfabeta

Tjiptono, Fandy. 2004. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Triton P. B. 2005. *Cara Cepat Menguasai SPSS 13.0 untuk Uji Beda Nyata dan Rancangan Percobaan*. Yogyakarta: Tugu Publisher.

Wang, C. Y., & Lin, C. H. (2010). A Study Of The Effect Of Tv Drama On Relationships Among Tourists' *Experiential marketing*, Experiential Value And Satisfaction. *Journal of Organizational Innovation*. , Vol. 3, No. 2., pp. 107-123.

Wu, M.-Y., & Tseng, L.-H. (2015). Customer Satisfaction and Loyalty inan Online Shop: An *Experiential marketing* Perspective . *International Journal of Business and Management*, Vol. 10, No. 1.

You-Ming, C. (2010). Study On The Impacts Of *Experiential marketing* And Customers' Satisfaction Based On Relationship Quality. *Journal of Organizational Innovation*. , Vol. 3, No. 1., pp. 189-209.

Sumber online:

OKEZONE, 2014 <http://economy.okezone.com/read/2014/08/07/320/1021276/pasar-modern-indonesia-tumbuh-14-dalam-3-tahun>, diakses pada 25 Maret 2015

TRIBUN 2015, <http://jogja.tribunnews.com/2015/03/21/-harus-mengerem-laju-pertumbuhan-jumlah-toko-modern>, diakses pada 25 Maret 2015

(<http://pasarberingharjo.com/id/page/7/sejarah-pasar-beringharjo>, diakses pada 13 Juni 2015).





LAMPIRAN I
KUESIONER

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING*, KUALITAS LAYANAN, DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN

Bagian I

Responden yang terhormat,

Saya, **Inggar Sanjaya** adalah **Mahasiswa S2 Magister Manajemen, Universitas Atma Jaya Yogyakarta** yang sedang melakukan penelitian mengenai Pengaruh *Experiential Marketing*, Kualitas Layanan, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. Penelitian ini merupakan bagian dari tesis yang saya kerjakan. Demi tercapainya hasil yang diinginkan, mohon kesediaan Anda untuk berpartisipasi dalam mengisi kuesioner ini secara lengkap dan benar. Atas bantuannya saya ucapkan terima kasih.

I. Data Responden

Jawablah pertanyaan dan berilah tanda centang (v) pada bagian yang sudah disediakan.

1. Jenis Kelamin: L / P
2. Apakah dalam 2 minggu terakhir ini anda pergi ke pasar Beringharjo? Ya/Tidak
3. Usia: tahun
4. Pekerjaan:
 - ☐ Pedagang
 - ☐ Wiraswasta
 - ☐ Buruh
 - ☐ Ibu Rumah Tangga
 - ☐ Karyawan Swasta
 - ☐ Lain-lain: _____
5. Penghasilan rata-rata per bulan:
 - ☐ < Rp.500.000
 - ☐ Rp.501.000– Rp. 1.000.000
 - ☐ Rp.1.001.000– Rp.1.500.000
 - ☐ Rp. 1.501.000 – Rp. 2.000.000
 - ☐ Rp. 2.001.000 – Rp. 2.500.000
 - ☐ > Rp. 2.500.000
6. Pendidikan Terakhir:
 - ☐ SMP
 - ☐ SMA
 - ☐ D3
 - ☐ S1
 - ☐ S2
7. Domisili:
 - ☐ Yogyakarta
 - ☐ Luar Yogyakarta
8. Biasanya pada pukul berapa anda pergi berbelanja ke pasar Beringharjo:
9. Seberapa sering anda pergi berbelanja ke pasar Beringharjo:
 - ☐ Setiap hari
 - ☐ Tidak setiap hari (berapa hari sekali)
 - ☐ Setiap minggu
 - ☐ Lainnya sebutkan:
10. Kendaraan yang digunakan untuk pergi ke pasar: (Jawaban bisa lebih dari satu)
 - ☐ Jalan Kaki
 - ☐ Becak
 - ☐ Angkutan Umum

☐ Sepeda Motor

☐ Mobil

☐ Lainnya sebutkan:

11. Kategori pilihan belanja: (Jawaban bisa lebih dari satu)

- ☐ Kebutuhan sehari-hari (sabun, shampoo) ☐ Kebutuhan pokok(sembako)
☐ Kebutuhan makanan basah(sayur, buah, daging) ☐ Fashion(pakaian,tas, sepatu)
☐ Kebutuhan makanan kering(kerupuk, mie instant) ☐ Lainnya sebutkan: _____

12. Tujuan datang ke pasar: (Jawaban bisa lebih dari satu)

- ☐ Berbelanja ☐ Grosiran / Kulakan
☐ Rekreasi ☐ Jalan-jalan
☐ Lainnya sebutkan: _____

13. Anda berbelanja di pasar Beringharjo cenderung untuk: (Pilih salah satu)

- ☐ Dijual kembali ☐ Konsumsi sendiri

No.	Pertanyaan	Ya	Tidak
1.	Apakah anda pergi ke pasar Beringharjo setiap hari?		
2.	Apakah kondisi pasar Beringharjo sangat ramai?		
3.	Apakah suasana pasar Beringharjo bising?		
4.	Apakah anda merasa aman berbelanja di pasar Beringharjo?		
5.	Apakah di pasar Beringharjo banyak sampah?		
6.	Apakah kualitas barang di pasar Beringharjo baik?		
7.	Apakah kondisi pasar Beringharjo kotor?		
8.	Apakah di pasar Beringharjo anda boleh menawar?		
9.	Apakah fasilitas tempat parkir di pasar Beringharjo sudah memadai?		
10.	Apakah letak tempat parkir jauh dari pasar Beringharjo?		
11.	Apakah keadaan pasar Beringharjo bersih?		
12.	Apakah harga yang ditawarkan pasar Beringharjo pada anda murah?		
13.	Apakah para pedagang melayani anda dengan cepat?		
14.	Apakah para pedagang melayani anda dengan baik?		
15.	Apakah jarak pasar Beringharjo dengan rumah anda mempengaruhi keseringan belanja anda?		
16.	Apakah barang yang dijual di pasar Beringharjo lengkap?		
17.	Apakah penataan ruang pasar Beringharjo sudah baik?		
18.	Apakah anda puas berbelanja di pasar Beringharjo?		
19.	Apakah anda membeli barang di pasar Beringharjo untuk dijual kembali?		

Bagian II

Berdasarkan pengalaman anda sebagai konsumen yang pernah atau sering berbelanja di Pasar Bringharjo. Anda dimohon untuk mengungkapkan persepsi anda terhadap kualitas layanan yang ada di pasar Bringharjo. Anda bisa beri tanda chech list (v) atai silang (X) pada salah satu kolom yang sesuai dengan penilaian anda.

Keterangan:

STS = Sangat tidak setuju ,TS = Tidak setuju , N = Netral ,S = Setuju ,SS = Sangat setuju

1.Mengukur Experiential Marketing

No	Pernyataan Mengukur Experiential Marketing	STS	TS	N	S	SS
1	Pasar Bringharjo memiliki ruang parkir yang memadai					
2	Jalan masuk ke Pasar Bringharjo luas					
3	Para pedagang Pasar Bringharjo memberikan potongan harga					
4	Tata letak barang memudahkan konsumen menemukan barang yang di cari					
5	Para pedagang Pasar Bringharjo memberi kemasan untuk makanan segar dan dingin terhadap keragaman barang (jenis dan ukuran)					
6	Penerangan yang cukup dan lingkungan yang bersih					
7	Pasar Bringharjo menjual barang dagangan murah yang berkualitas					
8	Pasar Bringharjo menyediakan tempat penitipan barang					
9	Pasar Bringharjo memberikan kemudahan bagi pengunjung untuk mengetahui harga barang					
10	Para pedagang Pasar Bringharjo memberikan pelayanan yang ramah					
11	Para pedagang membantu pelanggan menemukan barang yang dicarinya					
12	Para pedagang Pasar Bringharjo mempunyai inisiatif merekomendasikan produk-produk terkait dalam kegiatan promosi					
13	Suasana berbelanja yang nyaman					
14	Para para pedagang melakkan promosi untuk dagangannya					
15	Pasar Bringharjo menyediakan toilet yang bersih					
16	Pasar Bringharjo menyediakan fasilitas khusus untuk ibu dan bayi					
17	Kesejukan ruangan Pasar Bringharjo memadai					
18	Layanan para pedagang cepat, waktu tunggu singkat					
19	Para pedagang Pasar Bringharjo menawarkan jasa instalasi					
20	Pasar Bringharjo menyediakan situs web untuk informasi yang berkaitan dengan Pasar Bringharjo					

2. Mengukur dimensi kepuasan pelanggan

No	Pernyataan Mengukur Dimensi Kualitas Layanan	STS	TS	N	S	SS
1	Lokasi Pasar Bringharjo mudah diakses					
2	Pasar Bringharjo dilengkapi dengan fasilitas modern (seperti: eksalator)					
3	Pakaian para pedagang Pasar Bringharjo rapi					
4	Pakaian para pedagang Pasar Bringharjo bersih					
5	Pasar Bringharjo menyediakan fasilitas jasa angkut					
6	Para pedagang tanggap dalam membantu pengunjung yang mengalami kesulitan					
7	Para pedagang Pasar Bringharjo memberikan nota belanja					
8	Para pedagang Pasar Bringharjo melayani pelanggan dengan ramah					
9	Para pedagang Pasar Bringharjo handal					
10	Para pedagang Pasar Bringharjo memberikan layanan terbaik bagi pelanggan					
11	Para pedagang Pasar Bringharjo memberikan layanan yang cepat kepada pengunjung					
12	Para pedagang Pasar Bringharjo tidak mengabaikan pelanggan					
13	Para pedagang Pasar Bringharjo akan mengkonfirmasi kepada pelanggan mengenai lamanya pelayanan					
14	Layanan para pedagang memenuhi harapan pelanggan					
15	Perilaku layanan personal baik					
16	Harga barang tertera dengan jelas					
17	Para pedagang Pasar Bringharjo bersikap sopan					
18	Layanan personal memiliki keahlian yang cukup					
19	Para pedagang Pasar Bringharjo memberikan layanan yang baik kepada pelanggan					
20	Para pedagang Pasar Bringharjo memberikan layanan yang berbeda kepada setiap pelanggan					
21	Para pedagang memberikan perhatian khusus kepada pelanggan					
22	Para pedagang Pasar Bringharjo dapat memenuhi kebutuhan pelanggan					
23	Pengunjung akan mempertimbangkan jumlah maksimum potongan harga					
24	Para pedagang Pasar Bringharjo memahami kebutuhan pelanggan					

3. Mengukur dimensi kepuasan pelanggan

No	Pertanyaan mengukur dimensi kepuasan pelanggan	STS	TS	N	S	SS
1	Secara keseluruhan, saya puas dalam proses berbelanja di Bringharjo					
2	Saya senang berbelanja di Bringharjo					
3	Layanan yang diberikan memenuhi kebutuhan saya					
4	Para pedagang memberikan layanan yang ramah dalam menjawab pertanyaan saya					
5	Para pedagang Bringharjo secara professional membantu saya					
6	Saya senang dengan layanan yang diberikan para pedagang Bringharjo					
7	Secara keseluruhan, saya puas berbelanja di Bringharjo					
8	Saya mudah dalam menemukan barang yang saya cari					
9	Saya bisa menghemat biaya dalam membeli barang yang saya butuhkan					
10	Saya merasa puas dalam menemukan barang yang saya cari					
11	Pasar Bringharjo menyediakan barang yang berkualitas					

4. Mengukur dimensi loyalitas pelanggan

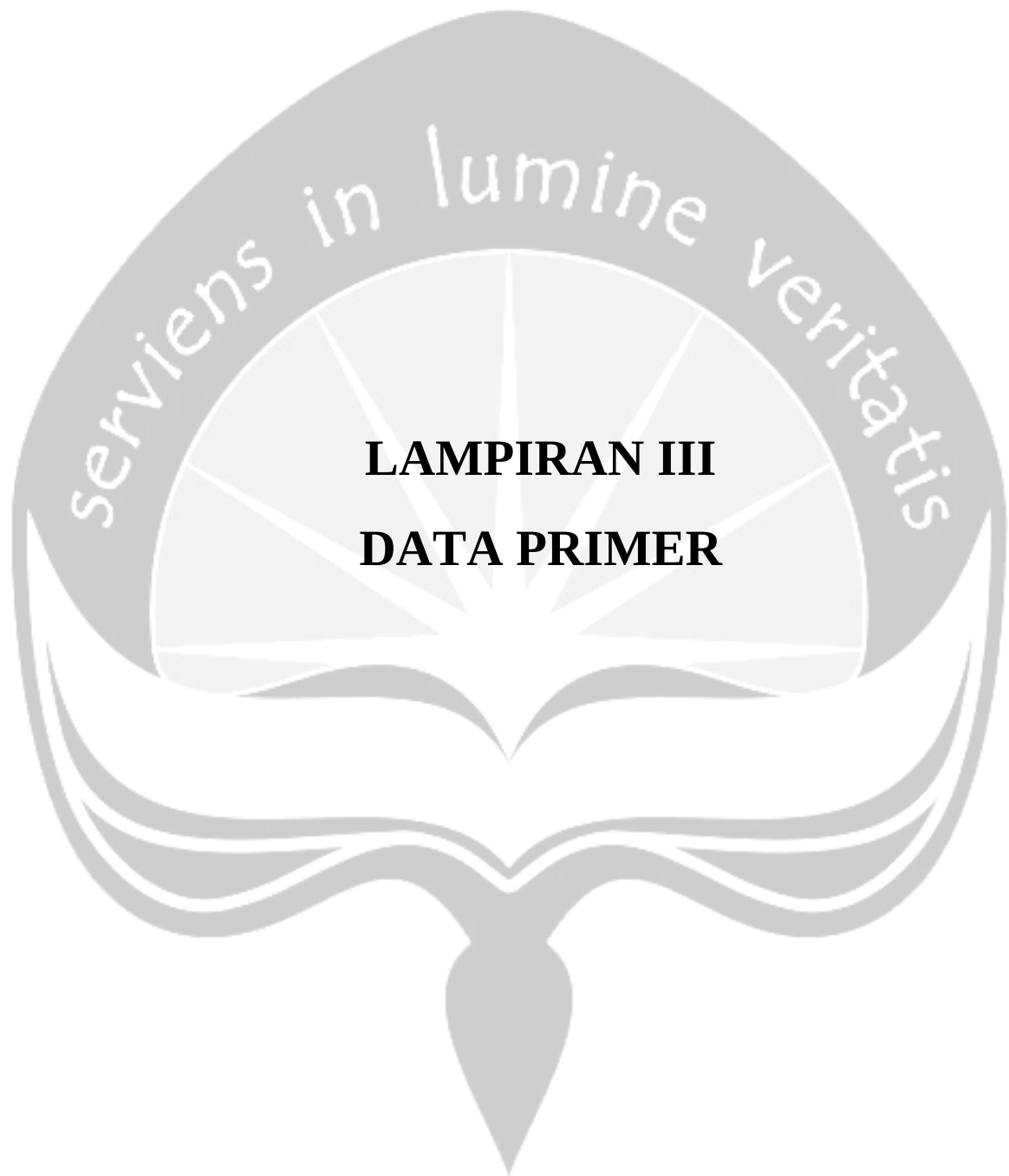
No	Pertanyaan mengukur dimensi loyalitas pelanggan	STS	TS	N	S	SS
1	Menurut saya Pasar Bringharjo adalah pilihan yang terbaik					
2	Menurut saya pengunjung Pasar Bringharjo makin banyak					
3	Saya akan terus berbelanja di Bringharjo					
4	Saya bersedia untuk membayar lebih tinggi di Bringharjo dari pada di pasar lain					
6	Menurut saya Bringharjo adalah pilihan terbaik					
7	Jika saya memiliki kebutuhan, saya memilih Bringharjo untuk berbelanja					
8	Saya akan tetap menjadi pelanggan Bringharjo					
9	Jika dalam layanan ada permasalahan, saya tidak akan beralih ke toko lain					
10	Untuk kedepan saya akan tetap menjadi pelanggan Bringharjo					



LAMPIRAN II
KARAKTERISTIK RESPONDEN

No	Keterangan	Frekuensi	persentase
1	jenis kelamin: a. perempuan b. laki-laki	105 47	69% 31%
2	Usia: a. <=20 tahun b. >20 tahun c. >30 tahun d. >40 tahun	19 59 63 11	13% 39% 41% 7%
3	Pendidikan Terahir: a. SMP b. SMA c. D3 d. S1 e. S2	9 60 37 43 3	6% 39% 24% 28% 2%
4	Pekerjaan: a. pedagang b. wiraswata c. buruh d. ibu rumah angga e. karyawan swasta f. mahasiswa g. guru h. pelajar SMA	5 17 9 36 43 38 1 3	3% 11% 6% 24% 28% 25% 1% 2%
5	Pendapatan: a. kurang dari Rp. 500.000 b. Rp. 500.001 s.d Rp. 1.000.000 c. Rp. 1.000.001 s.d Rp. 1.500.000 d. Rp. 1.500.001 s.d Rp. 2.000.000 e. Rp. 2.000.001 s.d Rp. 2.500.000 f. lebih dari Rp. 2.500.000	15 16 45 31 22 23	10% 11% 37% 20% 19% 15%
6	Domisili: a. Daerah Isimewa Yogyakarta (DIY) b. Luar propinsi DIY	119 33	78% 22%
7	Waktu pergi ke pasar: a. Sebelum jam 12 siang b. Sesudah jam 12 siang	108 44	71% 29%

8	Intensitas ke pasar : Setiap Hari Tidak Setiap Hari Setiap Minggu Lainnya: a. 1 Bulan Sekali b. 2 Minggu Sekali c. Jika ada Keperluan / Kebutuhan d. Saat Liburan e. Bulan Sekali f. Tidak Tentu	19 38 39 3 17 24 3 2 7	12.50% 25.00% 25.66% 1.97% 11.18% 15.79% 1.97% 1.32% 4.61%
9	Kendaraan yang Digunakan: Jalan Kaki Sepeda Motor Mobil Becak Angkutan Umum	0 103 16 10 23	0% 68% 11% 7% 15%
10	Belanja Konsumen: Kebutuhan sehari-hari Kebutuhan makanan basah Kebutuhan makanan kering Kebutuhan pokok Fashion Lainnya	20 27 10 14 72 8	13.2% 17.8% 6.6% 9.2% 47.4% 5.3%
11	Tujuan datang ke pasar: Berbelanja Rekreasi Grosiran/Kulakan Jalan-Jalan Lainnya	107 19 2 8 16	70% 13% 1% 5% 11%
12	Kecenderungan berbelanja : Dijual Kembali Konsumsi Sendiri	11 141	7% 93%



LAMPIRAN III
DATA PRIMER

Mengukur Experiential Marketing

NO	EX1	EX2	EX3	EX4	EX5	EX6	EX7	EX8	EX15	EX17	EX9	EX10	EX11	EX12	EX13	EX14	EX16	EX18	EX19	EX20
1	4	4	4	4	3	4	4	2	5	4	4	3	3	4	5	4	3	4	3	3
2	4	4	4	4	2	4	4	2	3	2	4	4	4	4	3	4	2	4	4	4
3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	3
4	2	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	2	3	4	3	3	3	3	4
5	2	3	4	4	3	4	2	3	3	2	2	4	4	2	4	4	3	2	3	3
6	2	3	4	4	3	4	2	3	2	4	3	5	3	4	2	4	3	2	3	3
7	4	3	4	4	3	3	2	2	3	2	3	3	4	4	3	4	2	3	3	3
8	5	5	4	4	4	5	5	4	4	3	3	4	4	5	5	4	5	3	4	4
9	2	3	5	5	3	4	3	4	4	3	1	5	2	1	3	2	4	5	5	5
10	4	5	4	4	4	5	2	2	4	3	4	4	4	4	3	2	3	3	2	3
11	4	3	3	4	3	5	3	2	3	2	3	4	4	4	4	4	3	4	5	5
12	4	3	5	3	1	4	3	5	1	4	4	3	3	5	3	4	3	4	4	3
13	5	3	4	3	3	3	3	2	4	3	4	4	5	5	5	5	2	4	4	4
14	4	3	4	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2
15	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	4	4	4	3	2	3	2	3	3	2
16	4	4	4	4	3	4	3	3	2	3	4	3	4	4	3	4	2	3	3	4
17	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	4	5	4	3	2	3	4	2	3	4
18	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	3	3	3	4	4	4
19	4	4	3	3	3	2	2	4	2	2	2	3	4	4	3	3	2	2	3	4
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
21	2	3	5	5	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	5	5

22	2	3	5	5	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	5	5
23	3	2	4	4	2	2	3	3	3	2	3	4	4	4	4	4	3	4	5	5
24	2	2	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	4	3	3	2	3	3	3
25	2	2	3	3	2	4	3	5	5	3	3	3	5	2	5	3	2	4	4	4
26	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3
27	2	2	4	5	3	4	3	3	4	2	3	5	5	5	4	5	3	4	3	3
28	4	2	4	4	2	3	4	4	4	2	5	5	5	5	2	4	4	5	2	2
29	2	3	5	5	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4
30	2	3	5	5	3	4	3	4	4	3	2	4	4	4	4	2	4	2	4	4
31	4	2	3	3	2	3	3	2	3	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4
32	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	3	4
33	2	3	3	4	4	3	3	2	2	2	3	4	4	4	4	4	3	4	5	5
34	2	3	4	4	4	4	3	2	4	2	4	4	4	3	3	4	2	3	2	2
35	3	3	4	4	2	3	3	2	2	3	4	3	4	2	3	4	2	2	1	1
36	2	2	2	2	2	2	3	3	2	1	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
37	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3
38	2	2	3	4	3	3	4	3	1	2	5	3	4	4	3	3	2	3	3	2
39	2	2	4	2	2	3	3	1	2	2	4	4	4	4	2	5	1	4	1	1
40	4	2	5	3	1	2	3	1	2	2	4	3	4	5	1	2	1	3	1	1
41	2	2	4	3	3	2	3	3	2	3	3	4	4	4	4	4	3	4	5	5
42	5	5	4	4	4	5	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	5	5
43	4	2	4	4	2	4	4	2	2	2	4	4	4	4	5	2	4	4	2	4
44	3	2	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3
45	2	4	4	4	4	2	3	3	3	2	4	5	4	2	2	4	2	3	2	3

46	4	2	4	4	2	4	4	2	2	2	4	3	4	4	5	2	4	4	2	4
47	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4
48	4	2	3	1	3	3	2	4	3	1	2	5	4	2	4	4	2	3	2	3
49	2	3	5	5	3	4	3	4	4	3	2	3	3	3	4	3	2	2	2	2
50	2	1	3	2	3	1	3	2	2	3	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4
51	2	3	5	5	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	5	3	3	5
52	2	3	3	3	3	3	4	4	4	1	2	4	4	4	4	4	5	5	5	4
53	3	2	4	3	4	2	5	3	3	2	5	5	5	5	3	3	1	4	3	3
54	4	4	4	4	2	2	2	3	2	2	3	4	4	4	4	4	3	4	5	5
55	4	4	4	4	3	4	4	2	5	4	3	3	4	4	2	3	1	3	3	3
56	3	3	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	4	2	3	3	2
57	2	4	4	4	2	4	2	4	4	2	2	4	5	2	5	2	4	2	4	2
58	2	3	4	3	5	4	4	3	4	3	4	5	5	4	4	4	4	4	3	4
59	4	2	5	4	2	2	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3
60	2	3	2	3	4	3	2	3	3	3	4	3	2	2	3	4	3	3	3	4
61	4	4	4	2	2	2	4	2	2	2	2	4	4	4	4	4	2	4	4	2
62	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4
63	4	4	4	2	3	2	3	2	3	2	2	5	2	3	2	2	2	2	2	2
64	3	3	3	4	4	5	4	3	4	5	3	4	4	4	5	5	4	2	3	3
65	4	4	4	4	4	5	5	4	5	3	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4
66	4	4	4	2	3	2	3	2	3	2	2	5	3	3	2	2	2	2	2	2
67	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	3	4	3	4
68	2	3	4	4	5	4	4	4	4	3	4	5	5	4	4	4	3	4	3	4
69	3	3	3	4	3	4	3	3	4	2	3	4	4	4	4	4	3	4	5	5

70	4	3	5	3	3	2	4	1	4	2	4	4	5	5	2	4	4	4	3	4
71	3	3	3	5	5	5	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4
72	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3
73	2	2	2	3	3	3	4	2	3	2	4	4	4	4	4	4	4	3	3	1
74	4	4	4	4	3	4	4	2	5	4	4	5	4	3	5	3	5	3	3	4
75	3	3	4	4	4	4	4	3	3	2	3	4	4	4	4	4	3	3	3	5
76	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
77	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3
78	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
79	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
80	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4
81	3	3	3	4	4	5	4	3	4	3	3	4	4	4	5	5	4	2	3	3
82	4	4	4	4	3	4	4	2	5	4	3	3	3	4	3	3	2	3	2	2
83	2	2	5	2	2	2	3	4	2	2	3	3	3	4	2	4	2	3	3	4
84	1	1	4	2	4	2	2	1	1	1	3	4	4	4	4	4	3	4	5	5
85	4	4	4	2	3	4	3	2	2	2	3	4	4	4	2	3	2	2	2	3
86	4	4	3	4	4	4	4	2	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3
87	1	1	2	2	2	2	3	1	1	2	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4
88	3	4	4	4	3	2	4	3	2	2	2	4	4	3	2	5	4	2	2	2
89	4	2	4	4	3	2	4	2	2	3	4	4	4	2	4	3	2	3	2	2
90	4	4	4	4	3	4	4	2	5	4	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2
91	5	5	4	4	4	5	5	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3
92	2	2	4	2	3	3	4	1	4	3	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4
93	4	2	4	4	2	4	4	2	2	2	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4

94	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3
95	2	2	2	3	3	3	4	2	3	2	4	4	4	4	4	4	1	3	3	1
96	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
97	3	3	4	4	4	4	4	3	3	2	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3
98	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
99	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3
100	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
101	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
102	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4
103	3	3	3	4	4	5	4	3	4	3	3	4	4	4	5	5	4	2	3	3
104	4	4	4	4	3	4	4	2	5	4	3	3	3	4	3	3	5	3	2	2
105	2	2	5	2	2	2	3	4	2	2	3	4	4	4	4	4	3	4	5	5
106	2	3	5	5	3	4	3	4	4	3	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4
107	4	4	4	2	3	4	3	2	2	2	3	4	4	4	2	3	2	2	2	3
108	4	4	3	4	4	4	4	2	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3
109	2	3	5	5	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	1	4	3	1
110	3	4	4	4	3	2	4	3	2	2	3	4	4	4	4	4	3	4	5	5
111	4	2	4	4	3	2	4	2	2	3	4	4	4	5	4	3	2	3	2	2
112	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2
113	2	3	5	5	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3
114	2	2	4	2	3	3	4	1	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4
115	4	2	4	4	2	4	4	2	2	2	4	4	4	4	5	2	4	4	2	4
116	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3
117	2	2	2	3	3	3	4	2	3	2	4	4	4	4	4	4	1	3	3	1

118	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	5	5
119	3	3	4	4	4	4	4	3	3	2	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3
120	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	5	4	2	4	4	3	5	5	5
121	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3
122	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
123	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
124	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4
125	3	3	3	4	4	5	4	3	4	3	3	4	4	4	5	5	4	2	3	3
126	2	2	3	3	3	2	3	2	2	2	3	4	4	4	4	4	3	4	5	5
127	2	2	5	2	2	2	3	4	2	2	3	3	3	4	2	4	2	3	3	4
128	2	3	5	5	3	4	3	4	4	3	1	3	3	4	2	4	5	4	5	5
129	4	4	4	2	3	4	3	2	2	2	3	4	4	4	2	3	2	2	2	3
130	4	4	3	4	4	4	4	2	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3
131	2	3	5	5	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	1	4	3	1
132	3	4	4	4	3	2	4	3	2	2	2	4	4	3	2	5	4	2	2	2
133	4	2	4	4	3	2	4	2	2	3	4	4	4	2	4	3	2	3	2	2
134	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	4	4	4	4	4	3	4	5	5
135	2	3	5	5	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3
136	2	2	4	2	3	3	4	1	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	5	5
137	4	2	4	4	2	4	4	2	2	2	4	4	4	4	5	2	4	4	2	4
138	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3
139	2	2	2	3	3	3	4	2	3	2	4	4	4	4	4	4	1	3	3	1
140	3	3	5	5	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	5	5
141	3	3	4	4	4	4	4	3	3	2	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3

142	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
143	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3
144	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	3	3
145	4	4	5	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4
146	2	4	5	4	4	3	4	5	5	3	4	3	4	3	4	4	3	4	5	4
147	3	3	2	4	3	4	2	3	2	2	3	4	1	4	1	2	4	3	2	1
148	2	3	5	5	3	4	3	4	4	3	4	5	4	4	3	2	4	2	2	3
149	4	4	3	4	5	2	4	4	2	4	3	4	4	4	4	4	3	4	5	5
150	2	3	5	5	3	4	3	4	4	3	5	5	3	2	3	3	3	2	1	1
151	4	4	4	4	4	4	1	3	3	1	3	4	4	4	4	4	3	4	5	5
152	2	3	5	5	3	4	3	4	4	3	4	5	4	4	2	4	4	2	1	2

Mengukur Dimensi Kualitas Layanan																								
NO	KU1	KU2	KU3	KU4	KU5	KU16	KU23	KU6	KU7	KU8	KU9	KU10	KU11	KU12	KU13	KU14	KU15	KU17	KU18	KU19	KU20	KU21	KU22	KU24
1	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	5
2	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	3	3	2	4	4	2	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
5	4	4	2	2	3	2	3	2	2	4	3	4	2	4	2	2	3	4	3	3	4	4	2	2
6	4	4	4	4	3	2	4	3	2	4	3	3	2	2	3	3	3	4	2	3	4	3	4	2
7	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3
8	4	4	4	3	4	5	5	4	4	3	4	5	4	5	4	5	4	3	4	5	4	5	4	5

9	4	4	3	4	3	4	1	5	4	4	3	4	4	4	5	5	3	4	3	4	4	4	3
10	4	4	3	4	4	3	5	4	4	4	4	5	4	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3
11	4	4	3	4	4	2	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
12	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	5	3	4	3	4
13	4	1	3	3	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	2	4	4
14	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3
15	3	2	3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3
16	4	4	4	3	4	3	5	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4
17	2	3	3	4	5	4	3	3	2	3	2	2	2	3	3	2	3	3	4	3	2	3	4
18	4	4	2	3	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	3	3	4	4	5	3	4	4	4
19	4	3	3	4	4	2	4	3	2	3	3	4	3	3	2	2	3	4	3	4	3	3	2
20	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4
21	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	3	1
22	3	3	2	3	2	2	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4
23	4	4	2	2	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	2	3	3	4	3	4	4	3	2
24	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	2	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4
25	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3
26	4	5	4	3	4	3	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
27	5	4	4	3	5	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	1	4	4	4	3	4	3
28	4	4	5	5	3	3	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5
29	5	5	5	5	5	1	1	3	5	5	5	5	1	1	2	2	1	2	1	1	1	1	1
30	4	5	3	3	5	2	3	4	1	4	3	4	4	4	1	2	3	3	3	3	2	2	3
31	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	3	3	3	3	3	4	3
32	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4

33	4	3	3	3	2	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	4
34	5	2	3	3	2	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4
35	3	2	4	4	4	2	3	3	2	3	2	3	3	3	2	5	4	3	3	3	4	3	4
36	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3
37	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	4
38	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	4
39	4	4	3	2	5	2	4	4	1	4	4	4	4	4	2	3	4	4	3	4	2	4	4
40	4	4	2	3	5	2	4	4	1	4	4	4	3	4	1	3	4	3	4	4	2	2	3
41	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4
42	4	3	2	2	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4
43	5	2	5	5	2	4	5	5	3	4	4	5	5	4	5	4	4	5	3	4	2	2	5
44	4	4	2	3	3	2	3	2	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
45	4	3	4	4	4	2	4	3	3	4	4	3	4	4	2	4	4	3	2	4	3	3	2
46	5	2	5	5	2	5	5	5	3	4	4	5	5	4	5	5	5	5	3	4	3	3	5
47	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4
48	5	1	3	3	2	1	2	3	4	5	2	4	4	5	3	3	5	3	3	4	3	3	3
49	5	3	3	3	3	4	4	3	2	3	2	3	2	3	2	5	4	4	4	4	4	4	4
50	5	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
51	1	2	2	3	2	3	4	4	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	4
52	5	4	3	3	2	1	4	3	2	4	3	3	3	3	3	4	3	4	5	5	5	5	4
53	5	4	3	2	3	2	3	4	2	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5
54	4	4	2	2	3	2	4	2	2	3	4	3	3	2	3	4	4	3	4	4	2	4	3
55	3	3	3	2	4	2	5	4	5	3	4	3	4	2	3	4	3	3	4	4	5	4	5
56	4	4	3	3	2	3	3	4	2	5	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3

57	5	4	3	5	4	4	4	3	3	2	2	4	4	2	4	3	3	4	4	4	4	5	3	4
58	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	3	4	4	3	5	4	4	3	3	4	4
59	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4
60	4	4	3	4	2	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3
61	4	2	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4
62	3	5	3	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4
63	4	4	3	4	2	2	5	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3
64	3	5	4	5	3	4	5	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5
65	5	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	5	4	3	3	4	4	4	5	4	5	4
66	4	4	3	4	5	2	5	2	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3
67	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	3	4	4	5	4	4	3	3	4	4
68	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	3	4	4	3	5	4	4	3	3	4	4
69	5	5	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3
70	4	4	3	3	5	2	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	2	3	3	4
71	4	4	3	4	4	4	5	4	3	5	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3
72	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3
73	4	4	4	4	4	2	3	4	2	3	3	3	3	4	1	3	3	3	3	4	2	2	4	3
74	4	5	4	4	3	2	3	4	3	4	3	3	3	4	2	3	3	4	3	4	3	4	3	3
75	5	5	4	4	3	2	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4
76	4	4	3	3	4	3	4	5	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
77	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4
78	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4
79	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
80	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4

81	3	5	4	5	3	4	5	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	
82	2	4	4	3	2	2	3	4	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	
83	2	2	2	2	4	2	4	2	3	4	2	2	3	2	3	2	3	2	3	3	4	2	3	4
84	2	4	3	3	3	2	5	2	2	4	4	3	3	4	1	2	3	4	3	2	4	2	2	2
85	4	3	4	4	3	2	4	4	2	4	3	4	3	4	2	3	4	4	3	4	2	3	4	3
86	4	4	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
87	1	1	1	2	2	3	4	3	1	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	1	4	2	3
88	2	2	2	4	4	2	3	4	2	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4
89	4	4	3	3	4	2	4	4	3	4	4	4	4	4	2	3	4	3	4	4	2	2	4	4
90	4	4	3	3	2	3	4	2	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
91	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	4	3	3	3	3
92	4	4	3	3	4	3	4	4	2	2	3	4	2	3	2	4	4	3	3	5	1	1	2	3
93	5	2	5	5	2	5	5	5	3	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5
94	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
95	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	3	4	1
96	3	3	2	3	2	2	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4
97	4	4	2	2	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	2	3	3	4	3	4	4	3	2	2
98	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	2	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4
99	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
100	4	5	4	3	4	3	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
101	5	4	4	3	5	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	1	4	4	4	3	4	4	3
102	4	4	5	5	3	3	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5
103	5	5	5	5	5	1	1	3	5	5	5	5	1	1	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1
104	4	5	3	3	5	2	3	4	1	4	3	4	4	4	1	2	3	3	3	3	2	2	3	3

105	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	3	3	3	3	3	4	3	3
106	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4
107	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4
108	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
109	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4
110	3	5	4	5	3	4	5	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5
111	2	4	4	3	2	2	3	4	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
112	2	2	2	2	4	2	4	2	3	4	2	2	3	2	3	2	3	2	3	3	4	2	3	4
113	2	4	3	3	3	2	5	2	2	4	4	3	3	4	1	2	3	4	3	2	4	2	2	2
114	4	3	4	4	3	2	4	4	2	4	3	4	3	4	2	3	4	4	3	4	2	3	4	3
115	4	4	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
116	1	1	1	2	2	3	4	3	1	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	1	4	2	3
117	2	2	2	4	4	2	3	4	2	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4
118	4	4	3	3	4	2	4	4	3	4	4	4	4	4	2	3	4	3	4	4	2	2	4	4
119	4	4	3	3	2	3	4	2	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
120	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4
121	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4
122	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
123	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4
124	3	5	4	5	3	4	5	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5
125	2	4	4	3	2	2	3	4	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
126	2	2	2	2	4	2	4	2	3	4	2	2	3	2	3	2	3	2	3	3	4	2	3	4
127	2	4	3	3	3	2	5	2	2	4	4	3	3	4	1	2	3	4	3	2	4	2	2	2
128	4	3	4	4	3	2	4	4	2	4	3	4	3	4	2	3	4	4	3	4	2	3	4	3

129	4	4	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
130	1	1	1	2	2	3	4	3	1	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	1	4	2	3
131	2	2	2	4	4	2	3	4	2	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4
132	4	4	3	3	4	2	4	4	3	4	4	4	4	4	2	3	4	3	4	4	2	2	4	4
133	4	4	3	3	2	3	4	2	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
134	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4
135	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4
136	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
137	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4
138	3	5	4	5	3	4	5	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5
139	2	4	4	3	2	2	3	4	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
140	2	2	2	2	4	2	4	2	3	4	2	2	3	2	3	2	3	2	3	3	4	2	3	4
141	2	4	3	3	3	2	5	2	2	4	4	3	3	4	1	2	3	4	3	2	4	2	2	2
142	4	3	4	4	3	2	4	4	2	4	3	4	3	4	2	3	4	4	3	4	2	3	4	3
143	4	4	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
144	1	1	1	2	2	3	4	3	1	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	1	4	2	3
145	2	2	2	4	4	2	3	4	2	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4
146	4	4	3	3	4	2	4	4	3	4	4	4	4	4	2	3	4	3	4	4	2	2	5	4
147	2	4	4	3	3	4	1	2	3	4	3	2	4	2	2	4	3	4	2	3	4	3	5	5
148	2	4	3	4	3	4	2	3	4	4	3	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
149	1	2	3	1	4	4	5	4	4	2	4	2	5	4	4	5	3	4	1	4	2	3	3	5
150	1	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	1	4	2	3	3	4	4	4	4	4	3	5
151	2	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3
152	3	4	4	4	4	4	2	3	4	3	4	4	2	2	4	4	3	4	5	5	4	3	3	3

Mengukur Dimensi Kepuasan Pelanggan											
NO	KE1	KE2	KE7	KE8	KE9	KE10	KE3	KE4	KE5	KE6	KE11
1	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	3
2	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4
3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3
5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2
6	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3
7	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3
8	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4
9	4	4	4	4	4	4	1	2	3	2	1
10	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
11	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3
12	3	3	1	3	3	1	3	3	3	3	4
13	5	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4
14	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4
15	2	2	2	5	2	3	2	3	2	2	2
16	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3
17	2	3	1	1	2	3	2	3	2	2	2
18	5	3	4	4	5	4	4	4	4	5	5
19	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3
20	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
21	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

Mengukur Dimensi Loyalitas Pelanggan									
NO	LO1	LO2	LO5	LO6	LO3	LO4	LO7	LO8	LO9
1	5	3	4	3	4	5	4	4	4
2	4	4	4	4	4	3	4	4	4
3	4	4	4	4	4	3	4	4	4
4	4	2	4	3	4	3	4	4	4
5	2	2	4	3	4	3	4	4	3
6	3	2	4	3	4	2	3	4	3
7	4	4	3	3	3	3	3	3	3
8	4	4	3	4	3	4	4	3	3
9	5	4	4	3	4	4	1	2	3
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4
11	3	3	3	3	3	3	4	3	3
12	3	3	4	4	1	1	3	3	3
13	5	4	4	4	3	4	4	4	3
14	3	3	3	3	4	3	4	3	3
15	3	2	3	3	3	2	2	3	2
16	4	3	3	3	4	2	4	3	3
17	3	2	3	2	3	3	2	3	2
18	4	5	4	4	4	4	4	4	4
19	3	2	3	3	4	2	4	3	3
20	4	4	4	4	3	4	3	3	3
21	5	5	5	5	5	4	5	5	5

22	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3
23	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	2
24	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3
25	4	3	3	5	3	2	3	3	3	3	3
26	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3
27	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5
28	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5
29	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	2
30	2	3	2	5	3	3	2	2	3	4	3
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
32	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4
33	2	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3
34	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4
35	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
37	4	2	4	3	4	4	3	5	4	4	3
38	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4
39	3	4	4	3	5	4	3	4	4	4	3
40	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	3
41	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3
42	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3
43	4	4	5	5	5	2	4	4	3	4	5
44	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
45	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2

22	3	2	3	3	4	4	4	4	4	3
23	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3
24	3	4	3	2	3	2	3	3	3	3
25	3	3	3	3	2	5	3	3	3	3
26	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4
27	3	4	3	3	3	4	5	5	5	5
28	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5
29	3	5	5	5	4	4	5	5	5	5
30	4	1	4	3	3	4	2	2	3	3
31	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
32	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
33	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3
34	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4
35	3	2	3	2	4	2	4	3	4	4
36	3	3	4	3	4	2	4	4	4	4
37	3	3	4	4	4	3	3	5	4	4
38	4	3	3	3	4	1	4	3	3	3
39	4	1	4	4	4	2	3	4	4	4
40	4	1	4	4	4	2	4	4	4	4
41	3	4	3	2	3	2	3	3	3	3
42	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3
43	5	3	4	4	2	2	4	4	4	3
44	2	4	3	3	3	2	3	3	3	3
45	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4

46	4	4	5	5	5	2	4	4	3	4	5
47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
48	3	3	4	3	3	2	3	4	4	5	2
49	3	3	3	5	4	3	2	3	3	3	3
50	3	3	3	5	4	3	2	3	3	3	3
51	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4
52	4	4	2	3	4	4	3	5	4	4	4
53	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
54	3	3	3	5	4	2	4	3	3	3	2
55	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3
56	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3
57	4	4	3	5	3	2	3	3	2	3	3
58	4	4	2	3	4	4	3	5	4	5	5
59	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3
60	2	3	4	3	2	3	3	2	3	2	2
61	3	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4
62	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5
63	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3
64	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3
65	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4
66	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3
67	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5
68	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4
69	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3

46	5	3	4	4	2	2	4	4	3
47	4	3	4	4	4	3	4	4	4
48	3	4	5	2	2	3	3	4	4
49	3	2	3	2	3	4	2	3	3
50	3	2	3	2	3	2	2	3	3
51	4	2	3	3	3	4	4	3	4
52	3	2	4	3	4	4	3	5	4
53	4	2	5	5	5	3	5	5	5
54	2	2	3	4	2	2	4	3	3
55	4	5	3	4	3	5	4	3	4
56	4	2	5	3	3	3	3	4	3
57	3	3	2	2	2	4	3	3	2
58	4	5	4	4	4	4	3	5	4
59	4	4	4	4	4	3	3	4	3
60	2	4	4	4	3	3	3	2	3
61	4	4	4	4	4	2	4	4	4
62	5	4	5	4	5	5	5	4	5
63	3	3	3	3	4	3	3	3	4
64	4	3	4	4	4	4	3	4	3
65	3	4	5	4	4	5	4	4	4
66	2	3	3	3	4	3	3	3	4
67	4	4	4	4	4	5	4	4	5
68	4	5	4	4	4	4	5	5	5
69	4	3	3	3	3	4	4	4	4

70	3	3	2	3	4	3	3	2	2	2	3
71	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3
72	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4
73	3	4	4	3	5	4	4	4	4	4	3
74	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
76	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
77	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4
78	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
79	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
80	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
81	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3
82	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3
83	4	4	4	3	4	3	2	3	3	3	2
84	2	3	3	5	1	2	3	3	2	3	3
85	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3
86	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
87	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	2
88	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4
89	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3
90	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
91	3	4	3	3	2	3	2	3	3	3	3
92	4	3	4	3	4	4	3	2	3	4	3
93	4	4	5	5	5	2	4	4	3	4	5

70	4	3	4	3	3	4	3	2	2
71	4	3	5	3	3	4	4	3	3
72	4	4	4	4	4	4	3	3	4
73	4	2	3	3	4	3	4	4	4
74	4	3	4	3	3	5	3	3	3
75	3	4	3	4	4	3	4	4	4
76	5	4	4	3	4	4	4	4	4
77	3	3	3	3	4	3	3	3	3
78	4	4	4	4	5	5	5	5	4
79	4	4	4	4	5	4	5	5	4
80	4	4	4	4	5	4	5	5	4
81	4	3	4	4	4	4	3	4	3
82	4	2	3	3	4	5	3	3	3
83	2	3	4	2	3	2	2	3	3
84	2	2	4	4	2	1	3	3	2
85	4	2	4	3	4	2	3	3	4
86	4	4	4	4	4	4	4	4	4
87	3	1	4	4	4	1	4	4	4
88	4	2	4	4	4	2	4	4	4
89	4	3	4	4	3	2	4	4	4
90	2	3	3	3	3	5	3	3	3
91	3	3	3	3	3	4	2	3	3
92	4	2	2	3	4	4	3	2	3
93	5	3	4	4	2	2	4	4	3

94	2	4	2	4	4	4	4	4	3	4	4
95	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4
96	2	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3
97	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4
98	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3
99	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
100	4	2	4	3	4	4	3	5	4	4	3
101	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4
102	3	4	4	3	5	4	3	4	4	4	3
103	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	3
104	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3
105	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3
106	4	4	5	5	5	2	4	4	3	4	5
107	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
108	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2
109	4	4	5	5	5	2	4	4	3	4	5
110	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
111	3	3	4	3	3	2	3	4	4	5	2
112	3	3	3	5	4	3	2	3	3	3	3
113	5	4	4	4	4	4	3	3	2	3	3
114	4	4	4	4	4	3	4	3	4	5	4
115	4	4	2	3	4	4	3	5	4	4	4
116	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
117	3	3	3	5	4	2	4	3	3	3	2

94	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
95	5	5	5	5	4	3	4	4	4	4
96	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3
97	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3
98	3	4	3	2	4	4	4	3	4	4
99	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4
100	5	4	4	4	4	5	3	5	4	4
101	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3
102	5	4	5	5	4	4	3	4	4	4
103	3	5	5	5	4	4	4	4	4	4
104	4	1	4	3	3	5	3	3	3	3
105	4	4	4	4	4	2	3	3	3	3
106	3	3	3	3	2	4	4	4	4	3
107	4	4	4	4	3	2	3	3	3	3
108	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
109	4	4	4	4	2	4	4	4	4	3
110	4	3	4	4	4	2	4	4	4	4
111	4	2	3	3	2	2	3	4	4	4
112	2	3	4	2	3	2	2	3	3	3
113	2	2	4	4	4	4	3	3	2	2
114	4	2	4	3	3	4	4	3	4	4
115	4	4	4	4	4	2	3	5	4	4
116	3	1	4	4	5	4	5	5	5	5
117	4	2	4	4	2	3	4	3	3	3

118	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	
119	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3
120	4	4	3	5	3	2	3	3	2	3	3
121	4	4	2	3	4	4	3	5	4	5	5
122	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3
123	2	3	4	3	2	3	3	2	3	2	2
124	3	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4
125	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5
126	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3
127	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3
128	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4
129	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3
130	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5
131	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4
132	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3
133	3	3	2	3	4	3	3	2	2	2	3
134	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3
135	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4
136	3	4	4	3	5	4	4	4	4	4	3
137	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
138	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4
139	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
140	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4
141	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5

118	4	3	4	4	3	3	4	3	4	
119	2	3	3	3	3	3	3	4	3	
120	3	3	3	3	2	4	3	3	2	
121	4	4	4	4	4	3	3	5	4	
122	4	4	4	4	4	5	3	4	3	
123	4	4	4	4	3	4	3	2	3	
124	4	3	4	4	4	4	4	4	4	
125	4	2	3	3	5	4	5	4	5	
126	2	3	4	2	4	2	3	3	4	
127	2	2	4	4	4	2	3	4	3	
128	4	2	4	3	4	4	4	4	4	
129	4	4	4	4	4	2	3	3	4	
130	3	1	4	4	4	4	4	4	5	
131	4	2	4	4	4	4	5	5	5	
132	4	3	4	4	3	2	4	4	4	
133	2	3	3	3	3	2	3	2	2	
134	3	3	3	3	3	2	4	3	3	
135	4	4	4	4	4	4	3	3	4	
136	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
137	4	4	4	4	3	2	3	3	3	
138	4	3	4	4	4	4	4	3	4	
139	4	2	3	3	4	3	4	4	4	
140	2	3	4	2	4	4	3	3	3	
141	2	2	4	4	5	3	5	5	4	

142	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
143	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
144	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3
145	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3
146	3	4	5	5	4	3	3	3	4	4	3
147	5	3	5	5	4	2	4	2	3	4	4
148	5	5	5	5	4	2	3	4	4	4	4
149	2	4	2	3	4	4	4	5	5	5	4
150	3	5	3	5	4	4	4	2	4	2	3
151	4	4	4	3	3	3	3	3	2	3	4
152	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4

142	4	2	4	3	5	4	5	5	4
143	4	4	4	4	5	3	5	5	4
144	3	1	4	4	4	5	3	4	3
145	4	2	4	4	4	4	3	3	3
146	4	3	4	4	3	5	3	3	4
147	2	3	4	3	2	2	4	2	3
148	3	4	4	3	2	4	3	4	4
149	4	4	2	4	4	2	4	5	5
150	3	3	4	3	4	4	4	2	4
151	3	3	4	4	3	3	3	3	2
152	3	4	3	4	3	4	4	4	4



LAMPIRAN IV
UJI VALIDITAS DAN
RELIABILITAS

1. Uji Validitas Sensation Experience

Correlations

		SE1	SE2	SE3	SE4	SE5	SE6	SE7	SE8	SE1 5	SE1 7	TOTAL_S E
SE1	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	1 40	.621* 40	.642* 40	.329* 40	.124 40	.255 40	.338* 40	.189 40	.267 40	.290 40	.664** 40
SE2	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.621* 40	1 40	.517* 40	.480* 40	.548* 40	.589* 40	.179 40	.322* 40	.215 40	.387* 40	.768* 40
SE3	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.642* 40	.517* 40	1 40	.615* 40	.065 40	.477* 40	.190 40	.256 40	.145 40	.256 40	.675** 40
SE4	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.329* 40	.480* 40	.615* 40	1 40	.509* 40	.644* 40	.249 40	.374* 40	.304 40	.184 40	.738** 40
SE5	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.124 40	.548* 40	.065 40	.509* 40	1 40	.492* 40	.156 40	.197 40	.373* 40	.282 40	.570* 40
SE6	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.255 40	.589* 40	.477* 40	.644* 40	.492* 40	1 40	.249 40	.399* 40	.353* 40	.532* 40	.781** 40
SE7	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.338* 40	.179 40	.190 40	.249 40	.156 40	.249 40	1 40	.163 40	.481* 40	.035 40	.473** 40
SE8	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.189 40	.322* 40	.256 40	.374* 40	.197 40	.399* 40	.163 40	1 40	.156 40	.334* 40	.541** 40
SE15	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.267 40	.215 40	.145 40	.304 40	.373* 40	.353* 40	.481* 40	.156 40	1 40	.151 40	.550** 40

AE16	Pearson Correlation	.190	-.033	.046	.026	.461*	.214	1	.315*	.554*	.480*	.527**
	Sig. (2-tailed)	.239	.838	.779	.872	.003	.184		.047	.000	.002	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
AE18	Pearson Correlation	.441*	.269	.320*	.292	.422*	.368*	.315*	1	.446*	.292	.664**
	Sig. (2-tailed)	.004	.094	.044	.068	.007	.019	.047		.004	.068	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
AE19	Pearson Correlation	.051	-.118	.035	-.014	.629*	.223	.554*	.446*	1	.733*	.573**
	Sig. (2-tailed)	.753	.468	.831	.932	.000	.167	.000	.004		.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
AE20	Pearson Correlation	.115	.133	.227	.102	.623*	.179	.480*	.292	.733*	1	.642**
	Sig. (2-tailed)	.480	.412	.160	.529	.000	.268	.002	.068	.000		.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
TOTAL_AE	Pearson Correlation	.613*	.538*	.639*	.563*	.742*	.638*	.527*	.664*	.573*	.642*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40

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

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

3. Uji Validitas Tangibility

Correlations

		TA1	TA2	TA3	TA4	TA5	TA16	TA23	TOTAL_TA
TA1	Pearson Correlation	1	.439**	.396*	.284	.180	.150	.087	.608**
	Sig. (2-tailed)		.005	.011	.076	.265	.356	.592	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40
TA2	Pearson Correlation	.439**	1	.306	.306	.419**	.071	.104	.669**
	Sig. (2-tailed)	.005		.055	.055	.007	.663	.523	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40
TA3	Pearson Correlation	.396*	.306	1	.695**	.178	.159	.044	.687**

TA4	Pearson Correlation	.284	.306	.695*	1	.168	.132	-.079	.619**
	Sig. (2-tailed)	.076	.055	.000		.301	.418	.630	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40
TA5	Pearson Correlation	.180	.419**	.178	.168	1	.047	.073	.526**
	Sig. (2-tailed)	.265	.007	.273	.301		.776	.652	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40
TA16	Pearson Correlation	.150	.071	.159	.132	.047	1	.276	.479**
	Sig. (2-tailed)	.356	.663	.327	.418	.776		.085	.002
	N	40	40	40	40	40	40	40	40
TA23	Pearson Correlation	.087	.104	.044	-.079	.073	.276	1	.392*
	Sig. (2-tailed)	.592	.523	.787	.630	.652	.085		.012
	N	40	40	40	40	40	40	40	40
TOTAL_TA	Pearson Correlation	.608**	.669**	.687**	.619**	.526**	.479**	.392*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.002	.012	
	N	40	40	40	40	40	40	40	40

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

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

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

4. Uji Validitas Empathy

Correlations

		E M 6	E M 7	E M 8	E M 9	E M 10	E M 11	E M 12	E M 13	E M 14	E M 15	E M 17	E M 18	E M 19	E M 20	E M 21	E M 22	E M 24	TOT AL_ EM
EM6	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	1	.354	.424**	.457**	.392*	.726**	.622**	.368*	.475**	.438**	.379*	.273	.559**	.189	.284	.401*	.371*	.735*
			.025	.006	.003	.012	.000	.000	.019	.002	.005	.016	.089	.000	.242	.076	.010	.018	.000
		40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
EM7	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.354*	1	.219	.459**	.413**	.295	.086	.491**	.236	.111	.047	.098	.055	.160	.213	.024	.063	.421*

	elati on Sig. (2- taile d) N	.0 25		.1 74	.0 03	.0 08	.0 64	.5 96	.0 01	.1 43	.4 96	.7 73	.5 48	.7 34	.3 24	.1 87	.8 83	.6 98	.007
		40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
EM8	Pear son Corr elati on Sig. (2- taile d) N	.4 24**	.2 19	1	.7 14**	.6 67**	.2 42	.3 03	.1 65	.1 81	.1 91	.3 20*	.1 02	.0 49	## #	## #	.0 18	## #	.390*
		.0 06	.1 74		.0 00	.0 00	.1 33	.0 58	.3 10	.2 64	.2 37	.0 44	.5 32	.7 66	.5 80	.9 60	.9 10	.6 38	.013
		40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
EM9	Pear son Corr elati on Sig. (2- taile d) N	.4 57**	.4 59**	.7 14**	1	.7 17**	.3 97*	.3 15*	.2 17	.1 69	.2 46	.1 10	.1 81	.1 42	## #	.1 52	.0 03	.0 67	.494*
		.0 03	.0 03	.0 00		.0 00	.0 11	.0 48	.1 78	.2 96	.1 26	.4 98	.2 65	.3 83	.7 79	.3 49	.9 84	.6 79	.001
		40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
EM1 0	Pear son Corr elati on Sig. (2- taile d) N	.3 92*	.4 13**	.6 67**	.7 17**	1	.3 92*	.4 39**	.1 10	.1 96	.1 15	.1 84	.1 71	.1 01	.0 12	.1 83	.1 41	.0 46	.463*
		.0 12	.0 08	.0 00	.0 00		.0 12	.0 05	.4 99	.2 26	.4 79	.2 56	.2 92	.5 36	.9 39	.2 58	.3 87	.7 78	.003
		40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
EM1 1	Pear son Corr elati on Sig. (2- taile d) N	.7 26**	.2 95	.2 42	.3 97*	.3 92*	1	.6 88**	.3 61*	.4 62**	.5 76**	.4 02*	.5 15**	.5 56**	.3 29*	.4 99**	.4 68**	.5 32**	.809*
		.0 00	.0 64	.1 33	.0 11	.0 12		.0 00	.0 22	.0 03	.0 00	.0 10	.0 01	.0 00	.0 38	.0 01	.0 02	.0 00	.000
		40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
EM1 2	Pear son Corr elati on Sig. (2- taile d) N	.6 22**	.0 86	.3 03	.3 15*	.4 39**	.6 88**	1	.3 49*	.4 84**	.5 55**	.4 98**	.5 30**	.6 30**	.3 44*	.5 65**	.4 21**	.4 23**	.778*
		.0 00	.5 96	.0 58	.0 48	.0 05	.0 00		.0 27	.0 02	.0 00	.0 01	.0 00	.0 00	.0 30	.0 00	.0 07	.0 07	.000
		40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
EM1 3	Pear son Corr elati on Sig. (2- taile d) N	.3 68*	.4 91**	.1 65	.2 17	.1 10	.3 61*	.3 49*	1	.6 53**	.3 09	.3 76*	.3 48*	.4 37**	.4 57**	.4 97**	.5 49**	.3 30*	.690*
		.0 19	.0 01	.3 10	.1 78	.4 99	.0 22	.0 27		.0 00	.0 52	.0 17	.0 28	.0 05	.0 03	.0 01	.0 00	.0 37	.000
		40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
EM1 4	Pear son Corr elati on	.4 75**	.2 36	.1 81	.1 69	.1 96	.4 62**	.4 84**	.6 53**	1	.5 14**	.3 80*	.3 86*	.5 35**	.4 87**	.3 89*	.6 05**	.3 84*	.730*

	Sig. (2- taile d) N	.0 02 40	.1 43 40	.2 64 40	.2 96 40	.2 26 40	.0 03 40	.0 02 40	.0 00 40		.0 01 40	.0 16 40	.0 14 40	.0 00 40	.0 01 40	.0 13 40	.0 00 40	.0 14 40	.000 40
EM1 5	Pear son Corr elati on Sig. (2- taile d) N	.4 38 40	- .1 11 40	.1 91 40	.2 46 40	.1 15 40	.5 76 40	.5 55 40	.3 09 40	.5 14 40	1 40	.3 83 40	.5 86 40	.4 95 40	.3 71 40	.3 32 40	.4 78 40	.4 20 40	.648* 40
		.0 05 40	.4 96 40	.2 37 40	.1 26 40	.4 79 40	.0 00 40	.0 00 40	.0 52 40	.0 01 40		.0 15 40	.0 00 40	.0 01 40	.0 18 40	.0 36 40	.0 02 40	.0 07 40	.000 40
EM1 7	Pear son Corr elati on Sig. (2- taile d) N	.3 79 40	.0 47 40	.3 20 40	.1 10 40	.1 84 40	.4 02 40	.4 98 40	.3 76 40	.3 80 40	.3 83 40	1 40	.4 09 40	.5 31 40	.2 76 40	.5 01 40	.3 29 40	.1 46 40	.573* 40
		.0 16 40	.7 73 40	.0 44 40	.4 98 40	.2 56 40	.0 10 40	.0 01 40	.0 17 40	.0 16 40	.0 15 40		.0 09 40	.0 00 40	.0 85 40	.0 01 40	.0 38 40	.3 68 40	.000 40
EM1 8	Pear son Corr elati on Sig. (2- taile d) N	.2 73 40	.0 98 40	.1 02 40	.1 81 40	.1 71 40	.5 15 40	.5 30 40	.3 48 40	.3 86 40	.5 86 40	.4 09 40	1 40	.4 72 40	.2 75 40	.4 51 40	.4 95 40	.3 38 40	.628* 40
		.0 89 40	.5 48 40	.5 32 40	.2 65 40	.2 92 40	.0 01 40	.0 00 40	.0 28 40	.0 14 40	.0 00 40	.0 09 40		.0 02 40	.0 85 40	.0 04 40	.0 01 40	.0 33 40	.000 40
EM1 9	Pear son Corr elati on Sig. (2- taile d) N	.5 59 40	.0 55 40	.0 49 40	.1 42 40	.1 01 40	.5 56 40	.6 30 40	.4 37 40	.5 35 40	.4 95 40	.5 31 40	.4 72 40	1 40	.4 05 40	.5 85 40	.4 44 40	.3 45 40	.699* 40
		.0 00 40	.7 34 40	.7 66 40	.3 83 40	.5 36 40	.0 00 40	.0 00 40	.0 05 40	.0 00 40	.0 01 40	.0 00 40	.0 02 40		.0 10 40	.0 00 40	.0 04 40	.0 29 40	.000 40
EM2 0	Pear son Corr elati on Sig. (2- taile d) N	.1 89 40	.1 60 40	## # 40	## # 40	.0 12 40	.3 29 40	.3 44 40	.4 57 40	.4 87 40	.3 71 40	.2 76 40	.2 75 40	.4 05 40	1 40	.4 86 40	.3 46 40	.2 71 40	.516* 40
		.2 42 40	.3 24 40	.5 80 40	.7 79 40	.9 39 40	.0 38 40	.0 30 40	.0 03 40	.0 01 40	.0 18 40	.0 85 40	.0 85 40	.0 10 40		.0 01 40	.0 29 40	.0 91 40	.001 40
EM2 1	Pear son Corr elati on Sig. (2- taile d) N	.2 84 40	.2 13 40	## # 40	.1 52 40	.1 83 40	.4 99 40	.5 65 40	.4 97 40	.3 89 40	.3 32 40	.5 01 40	.4 51 40	.5 85 40	.4 86 40	1 40	.5 33 40	.4 49 40	.683* 40
		.0 76 40	.1 87 40	.9 60 40	.3 49 40	.2 58 40	.0 01 40	.0 00 40	.0 01 40	.0 13 40	.0 36 40	.0 01 40	.0 04 40	.0 00 40	.0 01 40		.0 00 40	.0 04 40	.000 40
EM2 2	Pear son Corr elati on Sig. (2- taile d) N	.4 01 40	.0 24 40	.0 18 40	.0 03 40	- .1 41 40	.4 68 40	.4 21 40	.5 49 40	.6 05 40	.4 78 40	.3 29 40	.4 95 40	.4 44 40	.3 46 40	.5 33 40	1 40	.5 31 40	.628* 40
		.0 10 40	.8 83 40	.9 10 40	.9 84 40	.3 87 40	.0 02 40	.0 07 40	.0 00 40	.0 00 40	.0 02 40	.0 38 40	.0 01 40	.0 04 40	.0 29 40	.0 00 40		.0 00 40	.000 40

	taile d) N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
EM2 4	Pear son Corr elati on Sig. (2- taile d) N	.3 71 [*]	.0 63	## #	.0 67	.0 46	.5 32 ^{**}	.4 23 ^{**}	.3 30 [*]	.3 84 [*]	.4 20 ^{**}	.1 46	.3 38 [*]	.3 45 [*]	.2 71	.4 49 ^{**}	.5 31 ^{**}	1	.559 [*]
		.0 18	.6 98	.6 38	.6 79	.7 78	.0 00	.0 07	.0 37	.0 14	.0 07	.3 68	.0 33	.0 29	.0 91	.0 04	.0 00		.000
		40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
TOT AL_ EM	Pear son Corr elati on Sig. (2- taile d) N	.7 35 ^{**}	.4 21 ^{**}	.3 90 [*]	.4 94 ^{**}	.4 63 ^{**}	.8 09 ^{**}	.7 78 ^{**}	.6 90 ^{**}	.7 30 ^{**}	.6 48 ^{**}	.5 73 ^{**}	.6 28 ^{**}	.6 99 ^{**}	.5 16 ^{**}	.6 83 ^{**}	.6 28 ^{**}	.5 59 ^{**}	1
		.0 00	.0 07	.0 13	.0 01	.0 03	.0 00	.0 00	.0 00	.0 00	.0 00	.0 00	.0 00	.0 00	.0 01	.0 00	.0 00	.0 00	
		40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40

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

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

5. Uji Validitas Value

Correlations

		VA1	VA2	VA7	VA8	VA9	VA10	TOTAL VA
VA1	Pearson Correlation Sig. (2- tailed) N	1 40	.381 [*] .015 40	.656 ^{**} .000 40	.596 ^{**} .000 40	.682 ^{**} .000 40	.226 .162 40	.778 ^{**} .000 40
VA2	Pearson Correlation Sig. (2- tailed) N	.381 [*] .015 40	1 40	.527 ^{**} .000 40	.477 ^{**} .002 40	.349 [*] .027 40	.530 ^{**} .000 40	.674 ^{**} .000 40
VA7	Pearson Correlation Sig. (2- tailed) N	.656 ^{**} .000 40	.527 ^{**} .000 40	1 40	.700 ^{**} .000 40	.760 ^{**} .000 40	.577 ^{**} .000 40	.909 ^{**} .000 40
VA8	Pearson Correlation Sig. (2- tailed) N	.596 ^{**} .000 40	.477 ^{**} .002 40	.700 ^{**} .000 40	1 40	.683 ^{**} .000 40	.423 ^{**} .007 40	.836 ^{**} .000 40
VA9	Pearson Correlation Sig. (2- tailed) N	.682 ^{**} .000 40	.349 [*] .027 40	.760 ^{**} .000 40	.683 ^{**} .000 40	1 40	.336 [*] .034 40	.829 ^{**} .000 40
VA10	Pearson Correlation Sig. (2- tailed) N	.226 .162 40	.530 ^{**} .000 40	.577 ^{**} .000 40	.423 ^{**} .007 40	.336 [*] .034 40	1 40	.639 ^{**} .000 40
TOTAL VA	Pearson Correlation Sig. (2- tailed) N	.778 ^{**} .000 40	.674 ^{**} .000 40	.909 ^{**} .000 40	.836 ^{**} .000 40	.829 ^{**} .000 40	.639 ^{**} .000 40	1 40

6. Uji Validitas Personnel Service

Correlations

		PE3	PE4	PE5	PE6	PE11	TOTAL_PE
PE3	Pearson Correlation	1	.647**	.632**	.643**	.563**	.842**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40
PE4	Pearson Correlation	.647**	1	.728**	.658**	.429**	.825**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.006	.000
	N	40	40	40	40	40	40
PE5	Pearson Correlation	.632**	.728**	1	.803**	.503**	.876**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.001	.000
	N	40	40	40	40	40	40
PE6	Pearson Correlation	.643**	.658**	.803**	1	.487**	.867**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.001	.000
	N	40	40	40	40	40	40
PE11	Pearson Correlation	.563**	.429**	.503**	.487**	1	.734**
	Sig. (2-tailed)	.000	.006	.001	.001		.000
	N	40	40	40	40	40	40
TOTAL_PE	Pearson Correlation	.842**	.825**	.876**	.867**	.734**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40	40	40

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

7. Uji Validitas Attitude Loyalty

Correlations

		AL1	AL2	AL5	AL6	TOTAL_AL
AL1	Pearson Correlation	1	.613**	.681**	.374*	.872**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.017	.000
	N	40	40	40	40	40
AL2	Pearson Correlation	.613**	1	.478**	.332*	.777**
	Sig. (2-tailed)	.000		.002	.037	.000
	N	40	40	40	40	40
AL5	Pearson Correlation	.681**	.478**	1	.337*	.791**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002		.034	.000
	N	40	40	40	40	40
AL6	Pearson Correlation	.374*	.332*	.337*	1	.662**
	Sig. (2-tailed)	.017	.037	.034		.000
	N	40	40	40	40	40
TOTAL_AL	Pearson Correlation	.872**	.777**	.791**	.662**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40	40

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

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

8. Uji Validitas Behavior Loyalty

Correlations

		BL3	BL4	BL7	BL8	BL9	TOTAL_BL
BL3	Pearson Correlation	1	.408**	.335*	-.013	.344*	.700**
	Sig. (2-tailed)		.009	.034	.935	.030	.000
	N	40	40	40	40	40	40
BL4	Pearson Correlation	.408**	1	-.071	.265	-.123	.560**
	Sig. (2-tailed)	.009		.662	.098	.448	.000
	N	40	40	40	40	40	40
BL7	Pearson Correlation	.335*	-.071	1	.312	.433**	.608**
	Sig. (2-tailed)	.034	.662		.050	.005	.000
	N	40	40	40	40	40	40
BL8	Pearson Correlation	-.013	.265	.312	1	.424**	.615**
	Sig. (2-tailed)	.935	.098	.050		.006	.000
	N	40	40	40	40	40	40
BL9	Pearson Correlation	.344*	-.123	.433**	.424**	1	.603**
	Sig. (2-tailed)	.030	.448	.005	.006		.000
	N	40	40	40	40	40	40
TOTAL_BL	Pearson Correlation	.700**	.560**	.608**	.615**	.603**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40	40	40

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

UJI RELIABILITAS

1. Uji Reliabilitas Sensation Experience

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	40	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	40	100.0

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

Reliability Statistics

	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
Cronbach's Alpha	.830	10

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
SE1	26.70	30.062	.538	.688	.814
SE2	26.88	30.163	.693	.725	.798
SE3	26.33	30.789	.570	.706	.810
SE4	26.50	30.205	.652	.708	.801
SE5	27.05	33.074	.469	.640	.820
SE6	26.68	29.969	.709	.704	.796
SE7	26.65	33.977	.358	.328	.829
SE8	27.13	32.369	.406	.248	.826
SE15	26.83	31.943	.408	.381	.827
SE17	27.03	32.640	.422	.444	.824

2. Uji Reliabilitas Association Experience

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	40	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	40	100.0

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

Reliability Statistics

	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
Cronbach's Alpha	.813	10

Summary Item Statistics
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
AE9	28.63	29.163	.496	.437	.795
AE10	28.63	29.779	.400	.506	.806
AE11	28.18	29.276	.537	.494	.792
AE12	28.40	28.810	.407	.441	.808
AE13	28.78	26.846	.640	.646	.778
AE14	28.38	29.676	.545	.462	.792
AE16	29.25	30.141	.396	.364	.806
AE18	28.68	29.199	.571	.441	.789
AE19	28.95	29.792	.455	.737	.800
AE20	29.03	28.281	.519	.654	.793

3. Uji Reliabilitas Empathy

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	40	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	40	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
.894	.897	17

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
EM6	54.15	62.387	.689	.773	.884
EM7	54.65	64.644	.306	.690	.900
EM8	54.20	67.497	.325	.762	.895
EM9	54.43	65.533	.423	.755	.892
EM10	54.12	65.907	.389	.773	.893
EM11	54.43	60.404	.769	.745	.880
EM12	54.35	61.156	.735	.722	.882
EM13	54.95	61.536	.627	.688	.885
EM14	54.57	61.174	.676	.691	.884
EM15	54.52	63.435	.591	.668	.887
EM17	54.37	65.779	.522	.571	.890
EM18	54.50	63.641	.568	.582	.888
EM19	54.35	61.926	.642	.698	.885
EM20	54.55	64.715	.439	.442	.892
EM21	54.57	63.122	.631	.731	.886
EM22	54.32	63.507	.567	.749	.888
EM24	54.55	63.023	.473	.470	.892

4. Uji Reliabilitas value

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	40	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	40	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
.872	.870	6

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
VA1	17.90	12.349	.652	.552	.856
VA2	17.80	14.215	.555	.393	.869
VA7	17.98	11.358	.852	.748	.816
VA8	18.08	12.276	.747	.576	.837
VA9	17.75	12.449	.740	.674	.839
VA10	17.88	14.266	.503	.457	.877

5. Uji Reliabilitas Personal Service

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	40	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	40	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
.882	.886	5

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
PE3	14.10	7.733	.743	.561	.850
PE4	14.10	8.092	.728	.592	.855
PE5	14.23	7.922	.807	.722	.839
PE6	14.08	7.353	.774	.679	.843
PE11	14.40	8.092	.568	.356	.895

6. Uji Reliabilitas Attitude Loyalty

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	40	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	40	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
.777	.779	4

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
AL1	10.33	2.738	.716	.578	.645
AL2	9.90	3.426	.598	.393	.716
AL5	10.33	3.507	.638	.475	.701
AL6	10.55	3.741	.408	.167	.810

7. Uji Reliabilitas Behavior Loyalty

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	40	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	40	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
.611	.625	5

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
BL3	11.95	3.074	.562	.437	.439
BL4	12.73	3.435	.278	.398	.626
BL7	11.75	3.731	.462	.315	.515
BL8	12.30	4.113	.345	.247	.571
BL9	11.88	4.112	.249	.341	.611





LAMPIRAN V
PENGUJIAN HIPOTESIS

1. Pengujian Hipotesis Sensation Experience, Association Experience, Empathy dan Tangibility Pada Personnel Service

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Empaty, Association Experience, Sensation Experience, Tangibility ^b		Enter

a. Dependent Variable: Personal Service

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.451 ^a	.203	.182	.56019

a. Predictors: (Constant), Empaty, Association Experience, Sensation Experience, Tangibility

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	11.769	4	2.942	9.376	.000 ^b
	Residual	46.130	147	.314		
	Total	57.899	151			

a. Dependent Variable: Personal Service

b. Predictors: (Constant), Empaty, Association Experience, Sensation Experience, Tangibility

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.240	.448		2.764	.006
	Sensation Experience	.246	.095	.207	2.597	.010
	Association Experience	.225	.100	.177	2.255	.026
	Tangibility	-.243	.097	-.227	-2.515	.013
	Empaty	.450	.114	.353	3.954	.000

1. Dependent Variable: Personal Service

2. Pengujian Hipotesis Sensation Experience, Association Experience, Empathy dan

Tangibility pada value

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Empaty, Association Experience, Sensation Experience, Tangibility ^b		Enter

a. Dependent Variable: Value

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.415 ^a	.172	.150	.49328

a. Predictors: (Constant), Empaty, Association Experience, Sensation Experience, Tangibility

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7.440	4	1.860	7.644	.000 ^b
	Residual	35.769	147	.243		
	Total	43.209	151			

a. Dependent Variable: Value

b. Predictors: (Constant), Empaty, Association Experience, Sensation Experience, Tangibility

Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.816	.395		4.599	.000
	Sensation Experience	.222	.084	.216	2.657	.009
	Association Experience	.193	.088	.175	2.196	.030
	Tangibility	.213	.085	.230	2.503	.016
	Empaty	.326	.100	.295	3.247	.001

a Dependent Variable: Value

3. Pengujian Hipotesis untuk Personnel Service, Value, Sensation Experience, Association Experience, Empati dan Tangibility pada Attitude Loyalty

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Value, Tangibility, Association Experience, Sensation Experience, Empaty, Personal Service ^b		Enter

a. Dependent Variable: Attitude Loyalty

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.597 ^a	.357	.330	.51109

a. Predictors: (Constant), Value, Tangibility, Association Experience, Sensation Experience, Empaty, Personal Service

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	20.991	6	3.498	13.393	.000 ^b
	Residual	37.876	145	.261		
	Total	58.867	151			

a. Dependent Variable: Attitude Loyalty

b. Predictors: (Constant), Value, Tangibility, Association Experience, Sensation Experience, Empaty, Personal Service

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.420	.439		.958	.339
	Sensation Experience	.193	.089	.161	2.174	.031
	Association Experience	.169	.093	.131	1.816	.071
	Tangibility	.173	.090	.160	1.916	.057
	Empaty	.397	.109	.308	3.628	.000
	Personal Service	.267	.112	.265	2.394	.018
	Value	-.272	.127	-.233	-2.148	.033

a. Dependent Variable: Attitude Loyalty

4. Pengujian Hipotesis untuk Personnel Service, Value, Sensation Experience, Association Experience, Empati dan Tangibility pada Behavior Loyalty

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Value, Tangibility, Association Experience, Sensation Experience, Empaty, Personal Service ^b		Enter

a. Dependent Variable: Behavior Loyalty

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.537 ^a	.288	.259	.49014

a. Predictors: (Constant), Value, Tangibility, Association Experience, Sensation Experience, Empaty, Personal Service

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	14.124	6	2.354	9.799	.000 ^b
	Residual	34.834	145	.240		
	Total	48.958	151			

a. Dependent Variable: Behavior Loyalty

b. Predictors: (Constant), Value, Tangibility, Association Experience, Sensation Experience, Empaty, Personal Service

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.223	.421		2.906	.004
	Sensation Experience	.263	.085	.240	3.084	.002
	Association Experience	.141	.089	.120	1.585	.115
	Tangibility	.147	.087	.149	1.697	.092
	Empaty	.245	.105	.209	2.338	.021
	Personal Service	.233	.107	.253	2.172	.031
	Value	.340	.122	.319	2.796	.006

a. Dependent Variable: Behavior Loyalty

