

BAB V

PENUTUP

Bab kelima ini merupakan bab terakhir yang akan di bahas dalam penelitian ini dan disebut juga sebagai bab penutup. Pada bab penutup ini membahas mengenai kesimpulan yang di dapat dalam penelitian, terdapat juga implikasi, saran-saran peneliti dan apa saja kelemahan dalam penelitian ini.

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini meneliti mengenai kepuasan pelanggan Bank BRI di DI Yogyakarta yang dipengaruhi oleh tujuh variabel *marketing mix* atau bauran pemasaran jasa yaitu variabel produk, variabel harga, variabel lokasi, variabel promosi, variabel orang, variabel bukti fisik dan variabel proses.

Hasil yang terdapat pada statistik deskriptif menunjukkan bahwa keseluruhan respon dari responden tergolong tinggi. Dengan hasil statistik deskriptif yang telah diperoleh ini dapat diartikan bahwa responden secara keseluruhan telah setuju terhadap pengaruh bauran pemasaran dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan Bank BRI di DI Yogyakarta.

Penelitian dengan menggunakan pengujian *outer model* dalam penelitian ini menunjukkan bahwa struktur dari awal penelitian telah valid. Dengan hasil *outer model* yang telah memenuhi syarat atau kriteria, model tersebut dapat dilanjutkan ke dalam pengujian *inner model*. Dalam pengujian *inner model* ini mendapatkan *R-Square* dengan nilai yang kuat sehingga model tersebut dapat dikatakan tinggi, dan

nilai dari model tersebut menunjukkan bahwa model tersebut memiliki signifikansi yang tinggi dalam penelitian ini.

Pengujian hipotesis yang dilakukan dalam penelitian kali ini adalah dengan menggunakan *bootstrapping* yang menghasilkan nilai pada *path coefficient*, hal tersebut dapat disimpulkan bahwa hasil yang terdapat pada tabel menunjukkan karakteristik bauran pemasaran yaitu produk, harga, lokasi dan promosi memiliki arah pengaruh secara positif tetapi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan Bank BRI di DI Yogyakarta sehingga hipotesis ke empat variabel tersebut ditolak. Sedangkan pada variabel lain dari bauran pemasaran yaitu orang, bukti fisik dan proses berdasarkan data memiliki arah pengaruh yang positif dan memiliki pengaruh secara langsung terhadap kepuasan pelanggan Bank BRI di DI Yogyakarta.

5.2. Implikasi Manajerial

Setiap orang pasti memiliki karakteristik yang berbeda mengenai persepsi tentang suatu hal dan yang dimaksud dalam hal ini adalah persepsi orang yang dilihat dari sudut pandang marketing mix yang bertujuan untuk memperoleh suatu respon yang menunjukkan bahwa responden merasa puas atau sebaliknya. Setiap orang pasti memiliki pandangan yang berbeda sesuai dengan apa yang pernah mereka alami secara langsung di objek pada penelitian ini yaitu Bank BRI di DI Yogyakarta.

Dari hasil penelitian yang sudah dilakukan mendapatkan informasi mengenai respon-respon pelanggan Bank BRI di DI Yogyakarta yang dapat di implikasikan kepada perusahaan. Pertama, yang berpengaruh dalam kepuasan pelanggan adalah

variabel bukti fisik atau keseluruhan penampilan dan fasilitas yang diberikan atau di tawarkan Bank BRI di DI Yogyakarta. Manajemen dapat meningkatkan penampilan atau fasilitas agar dapat mendukung setiap proses yang ada di bank. Hal tersebut dapat memiliki pengaruh secara yang baik karena nasabah sendiri dapat merasakan secara langsung, selain itu bukti fisik ini juga dapat membantu nasabah dalam melakukan segala aktivitas di bank menjadi nyaman dan dengan perasaan yang senang karena keinginan atau harapan nasabah dapat terpenuhi dibank tersebut mengenai bukti fisik atau segala perangkat atau tampilan yang terdapat di bank tersebut.

Kedua, variabel orang yang dalam penelitian ini disebut juga dengan *staff* atau pegawai bank. *Staff* bank memiliki peranan yang sangat penting dalam mempengaruhi pelanggan-pelanggan karena dalam melaksanakan tugasnya sebagai staff harus berperilaku baik dan bersikap dengan baik terhadap nasabah, hal ini dapat ditingkatkan oleh perusahaan dengan menjaga kerahasiaan setiap nasabah agar aman dan nasabmah merasa nyaman. Perusahaan menjaga kualitas setiap *staff* agar memiliki pengetahuan yang baik dan dapat diandalkan serta memiliki respon yang sigap. Ketiga, variabel lokasi merupakan tempat dimana banyak kantor cabang Bank BRI di DI Yogyakarta beroperasi dan menjalankan segala aktivitas atau kegiatannya. Perusahaan dapat meningkatkan segala fasilitas-fasilitas yang memenuhi harapan pelanggan dari segi lokasi, perusahaan dapat mencari lokasi dengan aksesibilitas yang baik. Selain itu, perusahaan juga dapat memberikan fasilitas berupa ATM yang memadahi serta mudah untuk dicari oleh nasabah-nasabah.

Keempat, variabel kepuasan pelanggan memiliki respon yang tinggi yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan itu sendiri, variabel kepuasan pelanggan merupakan hal yang dapat memberikan apa yang menjadi kebutuhan atau keinginan dari nasabah-nasabah dengan meningkatkan segala kenyamanan yang baik serta handal dalam melaksanakan tugas sehingga nasabah-nasabah dapat selalu puas dengan pelayanan atau dengan apa yang ditawarkan Bank BRI di DI Yogyakarta.

5.3. Kelemahan Penelitian

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan ini terdapat beberapa keterbatasan yang dialami dan hal ini dapat menjadi pertimbangan untuk penelitian selanjutnya.

Keterbatasan yang

1. Dalam jurnal penelitian sebelumnya memperoleh indikator kuesioner produk yang kurang menggambarkan produk-produk yang diterbitkan oleh bank dan indikator kuesioner hanya dibahas secara umum sehingga produk-produk Bank BRI tidak ditanyakan secara lebih mendalam. Selain itu pada indikator kurang menggambarkan teknologi online dimasa pandemi ini karena keterbatasan orang-orang untuk melakukan aktivitas.
2. Dalam penelitian ini peneliti hanya berfokus terhadap bauran pemasaran sedangkan faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan cukup banyak, selain itu tidak terdapat juga mediasi dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh lain yang dapat terjadi apabila terdapat variabel mediasi dalam penelitian ini sehingga penelitian ini tergolong sederhana.
3. Penelitian ini memiliki beberapa kriteria yang cukup mendalam, karena dalam indikator kuesioner memiliki pertanyaan yang mengharuskan

responden pernah mengalaminya secara langsung dan penelitian ini hanya dikhususkan oleh pelanggan BRI di DI Yogyakarta.

5.4. Saran Penelitian ke Depan

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan, terdapat beberapa keterbatasan penelitian yang dialami oleh peneliti sehingga peneliti dapat memperoleh saran-saran untuk penelitian selanjutnya.

1. Sebelum melakukan penelitian dapat mencermati terlebih dahulu indikator yang terdapat pada kuesioner jurnal utama sehingga nantinya didapatkan pertanyaan-pertanyaan yang akan menunjang penelitian secara lebih rinci dan mendapatkan hasil yang lebih maksimal.
2. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan beberapa variabel yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, karena terdapat banyak aspek yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat menambahkan mediasi untuk mengetahui pengaruh yang terjadi terhadap kepuasan pelanggan sehingga penelitian tersebut akan lebih bervariasi dan menarik.
3. Penyebaran kuesioner yang dilakukan secara berkala melalui *personal chat* karena lebih efektif dan berinteraksi secara langsung apabila terdapat pertanyaan yang kurang jelas dan mau ditanyakan, selain itu meminta bantuan teman agar kenalan teman-teman juga ikut membantu.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Z. M. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa.
- Basu, S. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Buchari, A. (2012). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hartono, J. (2016). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi Edisi ke 10*. Yogyakarta.
- Hurriyati, R. (2010). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Jaya, & Sumertajaya. (2008). *Pemodelan Persamaan Struktural dengan Partial Least Square*.
- Kotler, & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi ke 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Dasar-Dasar Pemasaran Jilid 1 Edisi ke 9*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Jilid ke 1 dan 2 Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management Edisi ke 15*. Pearson Educaton.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa : Teori dan Praktek Edisi I*. Jakarta: Salemba Empat.
- M. Guntur, E. (2010). *Transformasi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Sagung Setto.

- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2008). *Service Management*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2014). *Service, Quality & Satisfaction Edisi ke 3*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran Edisi ke 4*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Shokrani, M., & Haghghi, M. (2019). *A Comparison of Statistical and Decision-Making Techniques in Marketing Mix Evaluation*. Iran: Journal of Management Development Vol. 38 No 10.
- Sudari, S. A., Tarofder, A. K., Khatibi, A., & Tham, J. (2019). *Measuring the critical effect of marketing mix on customer loyalty through customer satisfaction in food and beverage products*. Selangor: Management Science Letters.
- Khatab, J. J., Esmael, E. S., & Othman, B. (2019). *Dimensions of Service Marketing Mix and its Effects on Customer Satisfaction: A Case Study of International Kurdistan Bankin Erbil City-Iraq*. The Mattingley Publishing Co., Inc.
- Utomo, S., Saputra, P., & Nurfitriah. (2020). *Analysis of The Influence of Service Marketing Mix Strategy on Customer Satisfaction of AL BARAKAH MUDHARABAH SAVINGS IN BANJARMASIN SHARIA BRANCH OFFICE OF BANK KALSEL*. European Journal of Management and Marketing Studies - Volume 5 Issue 1.
- Riyadi, A., & Rangkuti, S. F. (2016). *The Influence of Marketing Mix and customer Purchasing Decision Process on Customer Satisfaction*. Atlantis Press.
- Ismail, M. B., Mubarack, K. M., & Thulkifly, M. Z. (2015). *Impact of Service Marketing Mix on Customer Satisfaction*. Journal of Management - Vol. 12 No.2.

- Setiawan, P. Y., Fudholi, A., & Satibi. (2016). *Influence of Marketing Mix Satisfaction and Loyalty Products Customers*. Yogyakarta: Jurnal Manajemen dan Pelayanan Farmasi Volume 6 Nomor 2.
- Wowor, V. R. (2013). *Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Mobil Toyota Avanza Veloz*. Manado.



LAMPIRAN

Lampiran 1 *Draft* Kuesioner

Bagian 1 dari 13


KUESIONER PENELITIAN PENGARUH BAURAN PEMASARAN BANK BRI TERHADAH KEPUASAN PELANGGAN DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

Halo, perkenalkan nama saya Alexander Fidei, mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta program studi Manajemen. Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk tugas akhir saya yang berjudul "Pengaruh Bauran Pemasaran Bank BRI Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Daerah Istimewa Yogyakarta"

Pada saat ini saya membutuhkan bantuan dari teman-teman semua untuk meluangkan sedikit waktu untuk mengisi kuesioner penelitian saya ini. Teman-teman dapat menjawab pertanyaan yang disediakan menurut pengalaman teman-teman selama ini. Apabila teman-teman mengalami kendala atau terdapat pertanyaan yang kurang jelas, dapat menghubungi peneliti melalui akun instagram @fidei7

Terimakasih atas Partisipasi dan kesediaan teman-teman semua. Semoga dalam Keadaan Baik, Sehat Selalu. Tuhan Memberkati.

Apakah anda menggunakan Bank BRI *



Ya

Tidak (berhenti sampai disini)

⊕ 📄 Tr 🖼️ ▶️ ☰

Bagian 2 dari 13

PENGARUH BAURAN PEMASARAN BANK BRI TERHADAH KEPUASAN PELANGGAN DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

Deskripsi (opsional)

Apakah anda sudah menjadi nasabah Bank BRI selama kurang lebih 1 tahun *

Ya

Tidak (berhenti sampai disini)

Setelah bagian 2 Lanjutkan ke bagian berikut

Bagian 3 dari 13

PENGARUH BAURAN PEMASARAN BANK BRI TERHADAH KEPUASAN PELANGGAN DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

Deskripsi (opsional)

⊕ 📄 Tr 📷 ▶ ☰

Bagian 3 dari 13

PENGARUH BAURAN PEMASARAN BANK BRI TERHADAH KEPUASAN PELANGGAN DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

Deskripsi (opsional)

Apakah anda pernah mengunjungi kantor cabang Bank BRI setidaknya 2 kali *

Ya

Tidak (berhenti sampai disini)

Setelah bagian 3 Lanjutkan ke bagian berikut

Bagian 4 dari 13

PENGARUH BAURAN PEMASARAN BANK BRI TERHADAH KEPUASAN PELANGGAN DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

Deskripsi (opsional)

+

Tr

▶

▶

☰

Bagian 4 dari 13

PENGARUH BAURAN PEMASARAN BANK BRI TERHADAH KEPUASAN PELANGGAN DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

Deskripsi (opsional)

Apakah anda mengetahui atau pernah menggunakan produk dan layanan Bank BRI (seperti ATM, e-banking, m-banking, dan pinjaman dana) *

Ya

Tidak (berhenti sampai disini)

Setelah bagian 4 Lanjutkan ke bagian berikut

Bagian 5 dari 13

PENGARUH BAURAN PEMASARAN BANK BRI TERHADAH KEPUASAN PELANGGAN DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

⊕ 📄 Tr 📄 📄 ☰

Bagian 5 dari 13

PENGARUH BAURAN PEMASARAN BANK BRI TERHADAH KEPUASAN PELANGGAN DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

Kuesioner Demografi

Jenis Kelamin *

Laki-laki

Perempuan

Usia *

18 - 25 tahun

26 - 35 tahun

36 - 45 tahun

46 - 55 tahun

56 keatas

Setelah bagian 5 Lanjutkan ke bagian berikut

+

Tr

▶

≡



Bagian 6 dari 13

PENGARUH BAURAN PEMASARAN (PRODUK) BANK BRI TERHADAH KEPUASAN PELANGGAN DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

Deskripsi (opsional)

Teman-teman bisa menjawab pertanyaan kuesioner ini sesuai dengan pengalaman yang pernah teman-teman alami selama menjadi nasabah Bank BRI



Teman-teman bisa memilih satu diantara lima jawaban pernyataan atau pertanyaan yang telah disediakan di bawah ini dengan skala likert dengan keterangan sebagai berikut :

1. STS : Sangat Tidak Setuju
2. TS : Tidak Setuju
3. N : Netral
4. S : Setuju
5. SS : Sangat Setuju

Bank BRI menyajikan layanan baru seperti e-banking



Bagian 7 dari 13

PENGARUH BAURAN PEMASARAN (HARGA) BANK BRI TERHADAH KEPUASAN PELANGGAN DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

Teman-teman bisa memilih satu diantara lima jawaban pernyataan atau pertanyaan yang telah disediakan di bawah ini dengan skala likert dengan keterangan sebagai berikut :

1. STS : Sangat Tidak Setuju
2. TS : Tidak Setuju
3. N : Netral
4. S : Setuju
5. SS : Sangat Setuju

Bank BRI menyediakan jadwal pembayaran pinjaman *

STS 1 2 3 4 5 SS

Bank BRI membayar bunga deposito kepada nasabah *

STS 1 2 3 4 5 SS

⊕ 📄 Tr 📄 ▶ ☰

Formulir tanpa judul Semua perubahan disimpan di Drive

Pertanyaan Jawaban 201

Bank BRI menetapkan bunga atas pemakaian fasilitas perbankan dengan tepat *

1 2 3 4 5

STS SS

Besarnya komisi untuk layanan Bank BRI dianggap cukup *

1 2 3 4 5

STS SS

Syarat peminjaman dana di Bank BRI masuk akal *

1 2 3 4 5

STS SS

Setelah bagian 7 Lanjutkan ke bagian berikut

Bagian 8 dari 13

PENGARUH BAURAN PEMASARAN (LOKASI) ✕ ⋮

BANK BRI TERHADAP KEBUTUHAN

⊕ 📄 Tr 📷 📺 ☰

Formulir tanpa judul Semua perubahan disimpan di Drive

Pertanyaan Jawaban 201

Bagian 8 dari 13

PENGARUH BAURAN PEMASARAN (LOKASI) BANK BRI TERHADAH KEPUASAN PELANGGAN DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

Teman-teman bisa memilih satu diantara lima jawaban pernyataan atau pertanyaan yang telah disediakan di bawah ini dengan skala likert dengan keterangan sebagai berikut :

1. STS : Sangat Tidak Setuju
2. TS : Tidak Setuju
3. N : Netral
4. S : Setuju
5. SS : Sangat Setuju

Bank BRI memiliki lokasi dan aksesibilitas yang baik *

1 2 3 4 5

STS SS

Bank BRI memiliki ketersediaan ATM yang memadai *

1 2 3 4 5

STS SS

⊕ 📄 Tr 🖼️ 📺 ☰

Formulir tanpa judul Semua perubahan disimpan di Drive

Pertanyaan Jawaban 201

Bank BRI memiliki lokasi yang hening dan nyaman *

1 2 3 4 5

STS SS

Fasilitas parkir pada Bank BRI memadai *

1 2 3 4 5

STS SS

Setelah bagian 8 Lanjutkan ke bagian berikut

Bagian 9 dari 13

PENGARUH BAURAN PEMASARAN (PROMOSI) BANK BRI TERHADAH KEPUASAN PELANGGAN DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

Teman-teman bisa memilih satu diantara lima jawaban pernyataan atau pertanyaan yang telah disediakan di bawah ini dengan skala likert dengan keterangan sebagai berikut :

1. STS : Sangat Tidak Setuju
2. TS : Tidak Setuju

+

Tr

⏮ ⏪ ⏩ ⏭

Formulir tanpa judul Semua perubahan disimpan di Drive 🗨️ ▶️ ⋮ 👤

Pertanyaan Jawaban **201**

Bank BRI memiliki lokasi yang hening dan nyaman *

1 2 3 4 5

STS SS

Fasilitas parkir pada Bank BRI memadai *

1 2 3 4 5

STS SS

Setelah bagian 8 Lanjutkan ke bagian berikut

Bagian 9 dari 13

PENGARUH BAURAN PEMASARAN (PROMOSI) BANK BRI TERHADAH KEPUASAN PELANGGAN DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

✕ ⋮

Teman-teman bisa memilih satu diantara lima jawaban pernyataan atau pertanyaan yang telah disediakan di bawah ini dengan skala likert dengan keterangan sebagai berikut :

1. STS : Sangat Tidak Setuju
2. TS : Tidak Setuju

⊕ 📄 Tr 🖼️ 📺 ☰

Formulir tanpa judul Semua perubahan disimpan di Drive

Pertanyaan Jawaban 201

Bagian 9 dari 13

PENGARUH BAURAN PEMASARAN (PROMOSI) BANK BRI TERHADAH KEPUASAN PELANGGAN DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

Teman-teman bisa memilih satu diantara lima jawaban pernyataan atau pertanyaan yang telah disediakan di bawah ini dengan skala likert dengan keterangan sebagai berikut :

1. STS : Sangat Tidak Setuju
2. TS : Tidak Setuju
3. N : Netral
4. S : Setuju
5. SS : Sangat Setuju

Bank BRI memiliki jaringan komunikasi langsung (e-banking, m-banking, dll)

1 2 3 4 5

STS SS

Bank BRI memiliki situs web yang menarik dan dinamis

1 2 3 4 5

STS SS

Formulir tanpa judul Semua perubahan disimpan di Drive

Pertanyaan Jawaban 201

Teman dan kenalan saya merekomendasikan Bank BRI *

1 2 3 4 5

STS SS

Bank BRI diiklankan di televisi *

1 2 3 4 5

STS SS

Bank BRI memberikan hadiah atau gift kepada nasabah *

1 2 3 4 5

STS SS

Setelah bagian 9 Lanjutkan ke bagian berikut

Bagian 10 dari 13

PENGARUH BAURAN PEMASARAN (ORANG) BANK BRI TERHADAH KEPUJIAN

+ 📄 Tr 🖼️ 📺 ☰

Formulir tanpa judul Semua perubahan disimpan di Drive

Pertanyaan Jawaban 201

Bagian 10 dari 13

PENGARUH BAURAN PEMASARAN (ORANG) BANK BRI TERHADAH KEPUASAN PELANGGAN DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

Teman-teman bisa memilih satu diantara lima jawaban pernyataan atau pertanyaan yang telah disediakan di bawah ini dengan skala likert dengan keterangan sebagai berikut :

1. STS : Sangat Tidak Setuju
2. TS : Tidak Setuju
3. N : Netral
4. S : Setuju
5. SS : Sangat Setuju

Staf Bank BRI berperilaku dan bersikap dengan baik *

1 2 3 4 5

STS SS

Staf Bank BRI menjaga kerahasiaan dan menjamin data nasabah *

1 2 3 4 5

STS SS

+

Tr

+

+

+

+

Formulir tanpa judul Semua perubahan disimpan di Drive

Pertanyaan Jawaban 201

Staf bank BRI memiliki pengetahuan yang baik *

1 2 3 4 5

STS SS

Staf Bank BRI berpenampilan dengan baik *

1 2 3 4 5

STS SS

Staf Bank BRI memberikan respon dan tuntutan bagi masalah nasabah *

1 2 3 4 5

STS SS

Bank BRI memiliki staf yang cukup *

1 2 3 4 5

STS SS

+

Tr

+

+

+

+

Formulir tanpa judul Semua perubahan disimpan di Drive

Pertanyaan Jawaban 201

Staf bank BRI memiliki pengetahuan yang baik *

1 2 3 4 5

STS SS

Staf Bank BRI berpenampilan dengan baik *

1 2 3 4 5

STS SS

Staf Bank BRI memberikan respon dan tuntutan bagi masalah nasabah *

1 2 3 4 5

STS SS

Bank BRI memiliki staf yang cukup *

1 2 3 4 5

STS SS

+

Tr

+

+

+

+

Formulir tanpa judul Semua perubahan disimpan di Drive

Pertanyaan Jawaban 201

Bagian 11 dari 13

PENGARUH BAURAN PEMASARAN (BUKTI FISIK) BANK BRI TERHADAH KEPUASAN PELANGGAN DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

Teman-teman bisa memilih satu diantara lima jawaban pernyataan atau pertanyaan yang telah disediakan di bawah ini dengan skala likert dengan keterangan sebagai berikut :

1. STS : Sangat Tidak Setuju
2. TS : Tidak Setuju
3. N : Netral
4. S : Setuju
5. SS : Sangat Setuju

Bank BRI memiliki fasilitas yang memadahi (contoh : hiasan, furniture, AC, dll) *

1 2 3 4 5

STS SS

Bank BRI memiliki perangkat digital yang mendukung *

1 2 3 4 5

STS SS

+

Tr

+

+

+

+

Formulir tanpa judul Semua perubahan disimpan di Drive

Pertanyaan Jawaban 201

Bank BRI memiliki penataan peralatan yang baik *

STS 1 2 3 4 5 SS

Bank BRI memiliki hiasan interior yang baik *

STS 1 2 3 4 5 SS

Bank BRI memiliki penampilan luar yang baik *

STS 1 2 3 4 5 SS

Setelah bagian 11 Lanjutkan ke bagian berikut

Bagian 12 dari 13

PENGARUH BAURAN PEMASARAN
(PROSES) BANK BRI TERHADAH KEPUJASAN

+

Tr

☰

Formulir tanpa judul Semua perubahan disimpan di Drive

Pertanyaan Jawaban 201

Bagian 12 dari 13

PENGARUH BAURAN PEMASARAN (PROSES) BANK BRI TERHADAH KEPUASAN PELANGGAN DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

Teman-teman bisa memilih satu diantara lima jawaban pernyataan atau pertanyaan yang telah disediakan di bawah ini dengan skala likert dengan keterangan sebagai berikut :

1. STS : Sangat Tidak Setuju
2. TS : Tidak Setuju
3. N : Netral
4. S : Setuju
5. SS : Sangat Setuju

Nasabah memiliki perasaan aman dan nyaman terhadap Bank BRI *

1 2 3 4 5

STS SS

Bank BRI memiliki sistem antrean yang baik *

1 2 3 4 5

STS SS

+

Tr

+

+

+

Formulir tanpa judul Semua perubahan disimpan di Drive

Pertanyaan Jawaban 201

Bank BRI memiliki proses yang sederhana dan mudah dimengerti *

STS 1 2 3 4 5 SS

Bank BRI memiliki jam kerja dan hari kerja yang sesuai *

STS 1 2 3 4 5 SS

Bank BRI memiliki waktu tunggu layanan yang baik *

STS 1 2 3 4 5 SS

Bank BRI memiliki proses polling (untuk kritik dan saran) yang ditujukan terhadap nasabah untuk meningkatkan layanan perbankan *

STS 1 2 3 4 5 SS

+

Tt

≡

Formulir tanpa judul Semua perubahan disimpan di Drive

Pertanyaan Jawaban 201

Bagian 13 dari 13

PENGARUH BAURAN PEMASARAN BANK BRI TERHADAH KEPUASAN PELANGGAN DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

Teman-teman bisa memilih satu diantara lima jawaban pernyataan atau pertanyaan yang telah disediakan di bawah ini dengan skala likert dengan keterangan sebagai berikut :

1. STS : Sangat Tidak Setuju
2. TS : Tidak Setuju
3. N : Netral
4. S : Setuju
5. SS : Sangat Setuju

Bank BRI memiliki kualitas layanan yang baik *

STS 1 2 3 4 5 SS

Bank BRI memiliki tingkat keamanan dan keandalan yang baik *

STS 1 2 3 4 5 SS

Fasilitas perbankan yang ada di Bank BRI memenuhi harapan nasabah *

+

Tt

+

+

+

+

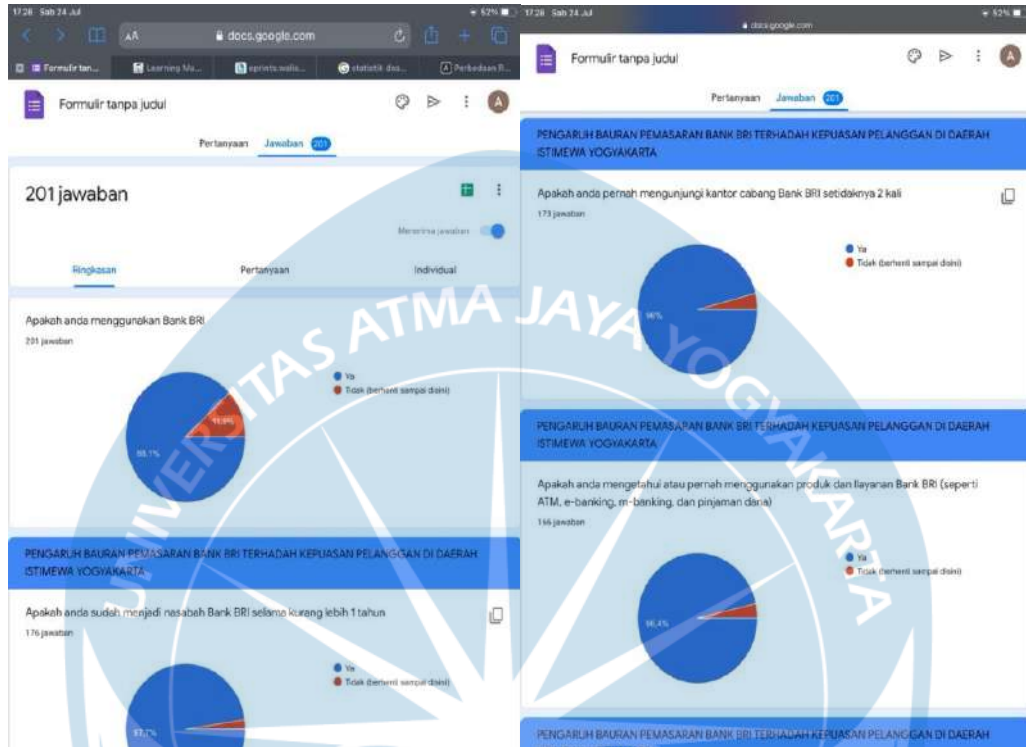
Formulir tanpa judul Semua perubahan disimpan di Drive

Pertanyaan Jawaban 201

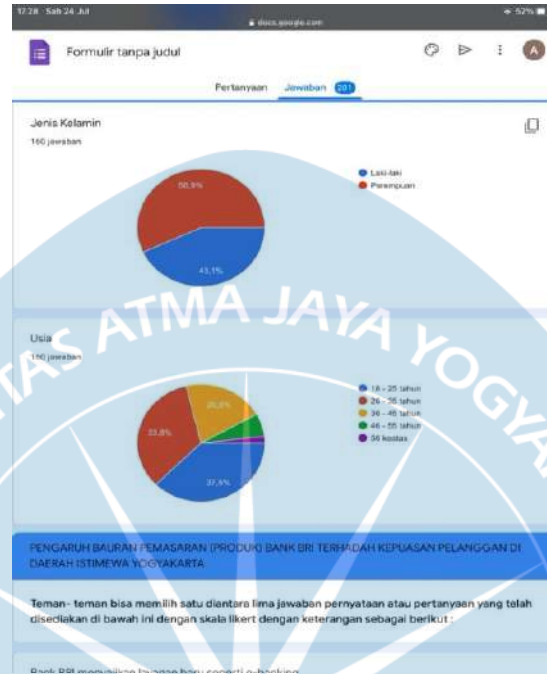
	1	2	3	4	5	
STS	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	SS
...						
Bank BRI memiliki tingkat keamanan dan keandalan yang baik *						
STS	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	SS
Fasilitas perbankan yang ada di Bank BRI memenuhi harapan nasabah *						
STS	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	SS
Secara keseluruhan nasabah merasa nyaman dan puas dengan pelayanan yang diberikan Bank BRI *						
STS	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	SS

⊕ 📄 Tr 🖼️ 🎥 ☰

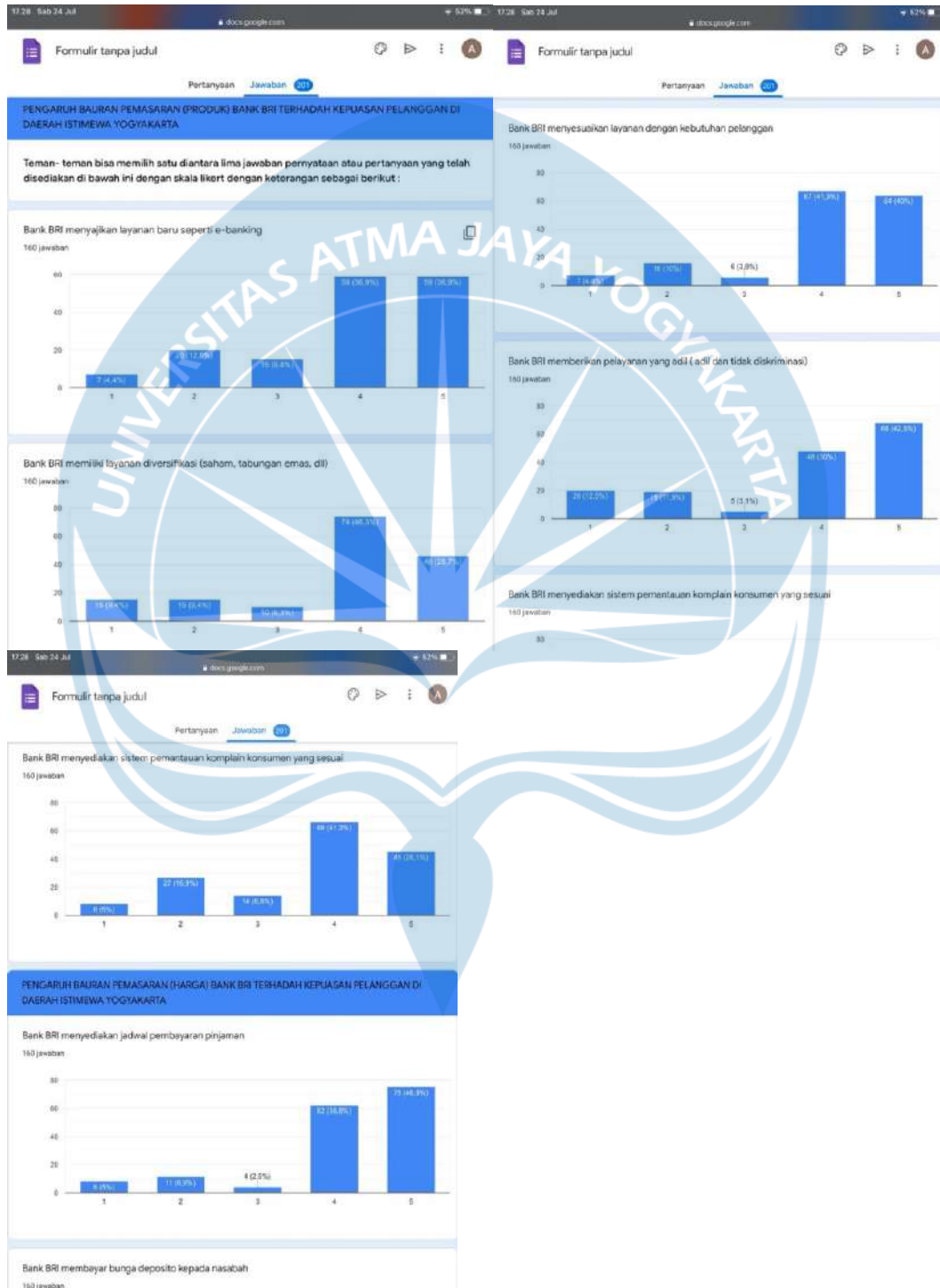
Lampiran 2 Jawaban Kuesioner Filter

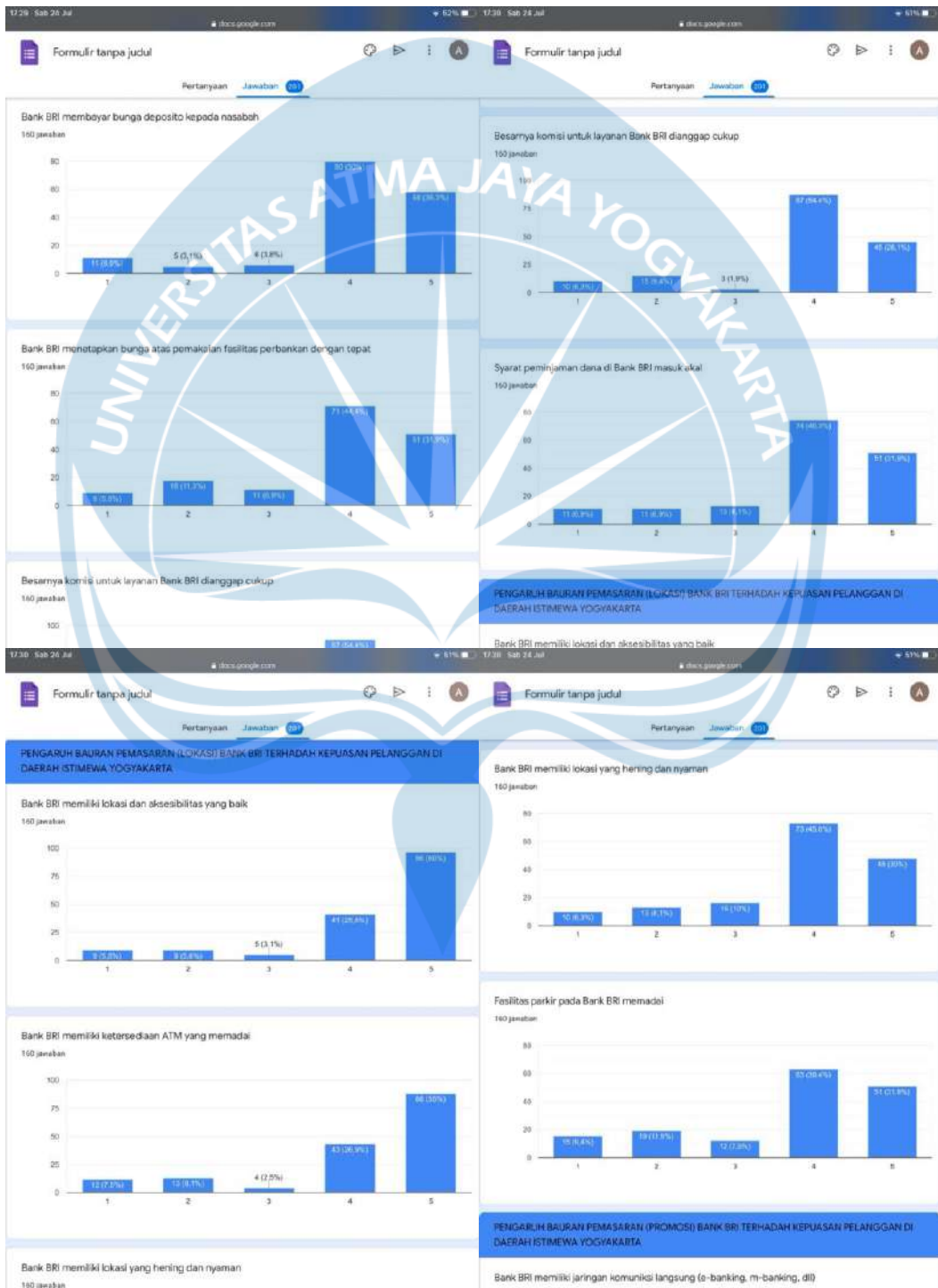


Lampiran 3 Jawaban Kuesioner Demografi



Lampiran 4 Jawaban Kuesioner Variabel

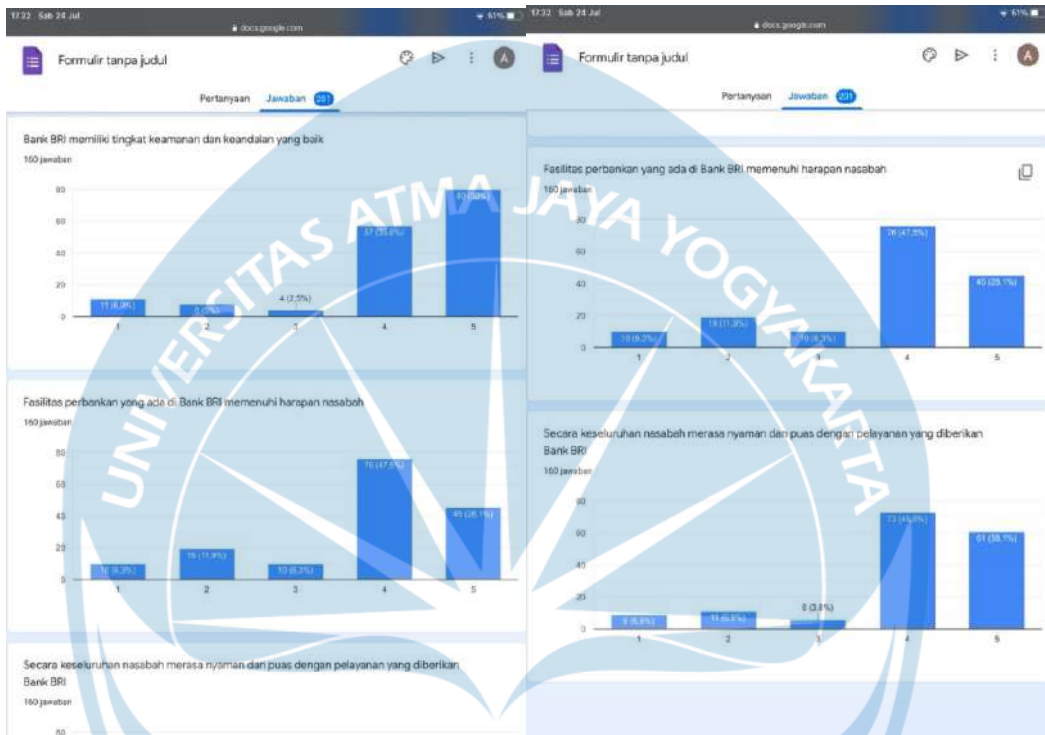












PRD 1	PRD 2	PRD 3	PRD 4	PRD 5	2	4	5	4	4
5	4	5	4	5	5	4	4	5	4
5	4	4	5	4	5	5	5	5	5
4	4	5	4	5	5	5	5	5	5
4	5	5	4	5	2	4	5	4	2
4	4	5	5	4	5	5	5	4	5
5	5	5	5	5	1	4	4	1	2
3	5	4	5	4	5	4	4	4	2
5	4	5	4	4	5	5	5	4	4
3	3	4	4	3	5	5	1	5	5
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
5	3	5	5	5	2	4	5	5	2
4	4	5	5	4	5	4	5	5	4
5	5	3	4	5	4	5	4	5	4
5	4	5	4	5	5	2	4	5	4
5	4	5	5	4	1	2	5	5	5
4	5	4	5	5	4	4	5	5	4
5	5	5	5	4	1	4	4	4	2
4	5	5	5	5	5	5	1	1	4
4	5	4	5	4	4	4	5	5	5
4	5	4	5	5	5	5	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	2	2	2
5	5	5	5	5	4	4	4	1	4
3	4	5	4	4	5	5	5	4	4
4	3	4	5	5	4	5	4	5	5
4	4	3	4	3	5	5	2	5	5
5	5	4	5	3	5	4	5	1	1
5	5	4	5	5	5	5	4	5	2
5	4	5	4	5	4	2	4	1	4
4	3	4	5	4	4	4	4	5	2
4	5	5	4	5	5	5	4	5	4
2	1	3	3	2	2	4	5	5	5
3	1	4	5	2	4	4	4	5	4
3	4	5	4	3	5	1	5	1	4
4	2	3	5	2	4	4	4	4	2
3	4	2	2	4	4	4	4	4	4
5	5	4	4	5	2	4	4	4	5
5	4	5	4	4	2	4	5	1	4
5	4	4	5	2	4	4	4	5	4
2	2	1	3	1	4	5	2	5	4
3	2	4	3	3	2	4	5	4	5
2	3	5	4	2	4	4	5	1	4
2	4	3	4	3	1	5	4	4	4
3	2	4	5	3	4	2	4	2	5
4	2	4	5	4	4	1	4	2	5
3	4	3	5	2	4	4	1	4	4
5	4	5	5	3	4	1	5	5	5
3	4	4	5	3	3	4	4	5	4
5	4	5	4	5	4	4	2	1	4
4	4	4	5	4	4	4	4	2	4
5	3	4	5	4	4	1	4	4	4
4	3	4	5	4	4	1	2	2	4
3	5	4	5	3	4	4	4	2	5
5	4	5	5	3	4	5	4	1	4
3	2	4	5	5	4	5	1	2	4
4	4	5	4	4	4	4	1	2	4
4	3	5	5	4	2	4	2	2	4
3	4	4	5	4	5	4	5	4	4
4	3	4	5	3	4	4	1	2	4
5	3	4	5	2	4	4	4	1	5
3	5	4	5	3	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	2	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	4	4	4	4	5	4
4	4	4	2	2	5	1	5	4	1
5	5	5	2	5	1	4	1	1	1
5	4	5	4	5	2	2	4	2	2
4	1	5	5	5	4	1	1	1	1
5	5	5	4	5	5	2	1	2	2
4	5	4	1	2	2	1	4	1	2
5	5	4	1	2	4	5	1	4	1
5	5	5	2	5	1	1	5	4	1
5	4	5	5	5	2	5	1	1	2
5	4	5	4	4	1	4	5	5	1
4	2	5	5	4	2	1	1	5	2
5	5	2	1	2	4	2	4	2	4
5	4	5	4	4	2	4	5	1	5
2	5	4	5	4	4	1	4	1	2
5	5	5	5	5	5	4	1	5	2

HRG 1	HRG 2	HRG 3	HRG 4	HRG 5	1	4	4	4	5
5	5	4	5	4	5	4	5	4	4
5	5	4	4	5	5	5	5	5	5
4	5	4	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	5	5	5	4	2	4	5
5	3	4	4	4	5	4	5	5	5
5	5	5	5	5	5	1	4	5	5
5	5	4	4	5	4	5	5	4	4
5	4	5	5	4	5	4	4	5	5
3	3	3	3	4	4	5	4	4	4
5	5	5	4	5	4	5	5	5	5
5	5	5	4	5	4	4	2	2	5
5	4	5	5	4	5	4	2	4	4
4	5	5	4	4	5	5	4	4	4
5	4	5	4	5	5	4	4	4	2
4	5	4	5	5	4	5	5	4	5
4	5	5	4	5	5	4	5	4	5
4	5	5	4	5	5	5	5	5	5
4	4	5	4	3	4	5	5	2	4
5	4	5	4	3	4	5	5	5	4
4	5	4	5	4	4	4	4	4	4
4	5	4	5	5	4	4	2	2	1
4	5	4	5	5	5	5	4	4	5
4	5	4	5	4	4	4	4	5	4
5	5	4	5	4	4	4	4	5	5
4	5	5	4	4	4	5	4	5	4
4	4	5	4	4	4	4	4	5	5
4	5	4	4	4	4	5	4	2	2
4	5	4	5	4	4	5	1	4	2
5	4	5	4	5	5	4	5	4	1
4	4	3	5	4	4	5	4	4	4
4	4	3	5	4	4	5	4	4	1
4	4	5	4	4	4	5	4	4	4
4	3	1	2	3	5	5	5	4	4
2	4	3	4	5	4	5	4	4	4
3	4	5	4	3	5	4	4	4	4
3	4	2	4	3	4	4	4	4	4
2	4	3	5	4	2	5	4	4	4
4	4	4	5	5	5	4	4	4	4
2	2	4	2	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	3	2	5	2	5	4	5	1	4
3	3	4	3	3	2	5	5	4	1
4	5	3	4	3	2	4	5	1	4
4	5	3	4	3	5	5	5	5	4
5	5	4	4	5	4	5	4	5	2
4	4	4	5	4	4	1	5	4	4
5	5	5	5	4	5	4	1	4	5
4	4	4	5	4	4	5	2	4	2
5	4	4	4	5	4	4	4	4	2
5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	5	4	4	4	4	4
5	5	4	4	3	4	4	2	4	4
4	5	4	4	4	5	4	4	4	4
4	5	4	5	3	4	4	2	4	4
5	4	5	4	4	5	4	4	4	4
5	5	3	4	5	5	4	4	4	4
4	5	4	5	4	4	4	4	4	4
5	4	2	3	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5	4	4	1	4
5	4	3	5	5	5	4	4	4	4
5	5	3	4	4	4	5	1	4	4
5	5	4	4	5	4	4	4	4	4
1	4	4	4	3	1	4	4	4	2
5	4	3	4	3	4	2	4	4	4
4	4	4	4	4	5	1	4	5	1
4	4	4	4	4	4	4	1	4	4
4	1	3	4	5	5	4	4	1	4
4	4	2	5	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	1	5	1	1	1
4	1	5	5	5	1	1	4	1	5
5	5	5	5	5	2	2	2	2	2
4	1	4	4	3	1	1	1	1	1
4	4	2	2	4	4	2	2	2	2
5	4	4	2	1	2	5	2	2	5
5	5	5	2	4	4	1	4	4	1
5	5	5	2	4	5	4	1	1	4
5	4	5	4	5	5	4	5	2	1
4	4	5	4	5	1	4	1	4	4
4	5	4	2	4	5	4	1	1	4
5	5	2	5	5	5	1	5	2	2
5	5	5	5	5	2	5	4	4	5
5	4	4	4	4	4	1	2	1	2
4	5	5	4	5	1	4	1	5	4

LKS 1	LKS 2	LKS 3	LKS 4	4	5	2	5
5	4	5	4	5	5	4	4
4	5	4	5	4	4	4	1
5	5	4	5	5	5	5	5
4	5	5	4	5	4	4	5
5	5	5	4	5	1	5	5
5	5	5	5	5	4	4	2
4	5	4	4	4	5	4	2
5	5	3	4	4	4	5	5
5	3	3	3	4	4	4	4
5	5	5	5	5	4	5	5
5	5	5	5	5	4	5	1
5	1	4	5	5	5	4	4
4	5	4	5	5	5	4	2
5	5	4	5	5	4	2	5
5	5	4	4	5	1	5	4
4	4	3	3	5	4	4	5
1	5	5	3	5	4	4	5
5	5	5	5	2	2	4	2
3	4	4	5	4	1	4	4
4	5	4	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	1	2	2
5	5	5	5	4	2	2	4
5	5	5	3	1	4	5	1
5	4	5	4	5	5	5	5
5	5	5	3	4	5	5	5
5	5	3	4	4	2	2	2
5	5	3	4	5	4	4	2
4	5	4	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	4	4	5
5	5	3	4	5	5	4	5
2	3	1	2	5	5	5	5
4	2	3	2	5	5	4	4
3	4	5	4	4	5	4	4
4	2	4	5	5	5	4	1
3	4	5	1	5	5	2	4
4	5	4	5	5	5	4	4
4	4	4	4	5	5	4	2
5	4	4	5	2	5	4	2
3	2	3	3	5	5	5	5
5	5	3	3	5	4	4	4
4	5	3	4	5	5	4	4
3	1	4	2	4	4	4	4
5	5	2	3	4	5	4	4
5	5	3	4	1	5	5	2
4	5	4	4	5	1	4	1
5	5	4	4	4	2	4	4
5	5	4	4	4	5	5	4
5	5	3	5	5	5	4	4
4	5	4	4	1	5	4	5
4	5	5	4	4	5	4	4
5	5	4	3	5	5	4	1
5	3	4	3	5	5	4	4
5	5	4	4	5	5	4	4
5	4	4	5	4	5	5	1
5	5	3	4	5	4	4	4
5	4	4	4	5	5	4	4
5	5	5	5	5	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	4
5	5	3	4	5	5	4	1
4	1	4	5	5	4	4	4
5	5	4	5	5	5	4	4
4	3	3	3	5	5	4	1
5	5	4	4	5	4	4	4
4	4	3	3	5	4	4	4
5	4	4	5	5	5	4	4
5	2	5	2	1	5	1	4
5	4	5	5	4	1	1	1
1	4	5	4	2	2	2	2
4	4	5	4	5	1	1	4
4	4	4	2	2	4	2	2
5	5	4	5	1	2	1	2
4	5	4	4	4	5	1	1
4	5	4	4	5	1	1	5
4	5	5	4	2	4	2	1
5	4	5	5	1	2	1	2
5	5	5	5	2	1	4	1
5	4	5	5	4	2	1	2
5	5	4	4	2	5	2	1
5	5	2	4	2	4	2	4
1	4	5	5	5	1	4	4

PRM 1	PRM 2	PRM 3	PRM 4	PRM 5	5	1	4	2	5
4	5	4	4	5	4	4	2	2	4
5	4	5	4	4	5	4	4	4	4
5	4	5	5	5	5	5	2	4	4
4	5	4	5	5	4	4	4	4	2
5	4	5	4	4	5	5	4	4	4
5	5	5	5	5	4	4	4	5	5
3	4	5	4	4	4	5	4	4	4
5	5	4	5	5	5	4	5	5	5
4	3	4	3	4	4	4	4	5	5
4	5	5	5	5	5	5	4	5	5
5	4	5	4	4	4	5	1	4	5
5	4	4	5	4	4	4	2	5	5
5	5	5	5	5	2	4	5	2	4
5	5	4	5	5	4	4	5	4	4
5	4	4	3	4	4	4	4	5	5
4	4	5	5	5	4	2	4	1	4
5	5	5	5	3	4	4	4	2	4
4	5	4	5	4	5	5	2	4	5
4	5	3	4	5	5	4	5	4	5
5	4	5	4	4	1	5	5	5	5
5	5	4	4	5	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	4	4	5	5	1
4	5	4	4	3	4	5	4	4	4
4	5	5	4	5	4	5	5	5	5
4	3	5	4	5	5	4	5	5	5
5	4	5	4	3	5	1	4	4	4
4	5	4	5	4	4	4	1	5	5
5	5	5	3	4	4	5	2	4	4
2	1	4	1	2	5	4	5	4	5
3	4	5	3	5	4	4	1	5	4
3	5	4	3	5	4	4	4	4	5
4	5	3	4	5	4	4	4	4	4
2	3	5	4	3	4	4	5	4	4
5	5	5	5	4	4	5	5	4	1
4	4	4	4	4	2	4	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	5	1
5	4	1	4	5	4	4	5	4	5
3	2	2	2	3	4	4	5	4	4
3	3	4	2	3	4	5	4	2	4
4	3	5	4	2	4	5	5	4	4
4	2	3	3	4	5	4	1	4	2
4	2	5	3	4	4	2	4	2	5
4	3	4	3	4	4	4	2	5	4
4	3	5	4	4	4	4	4	4	4
5	3	4	3	4	5	1	5	4	4
4	3	5	4	5	4	4	4	5	4
4	2	5	2	4	4	4	1	2	5
4	3	4	2	5	4	5	5	4	5
5	3	5	3	4	4	5	5	4	5
4	4	5	3	4	1	4	5	1	5
3	4	5	3	5	4	1	5	4	5
5	4	2	3	4	4	4	4	5	4
4	4	5	3	3	4	4	5	4	1
3	2	4	1	3	1	5	4	1	4
4	4	4	4	4	4	4	1	4	4
4	3	5	3	4	2	4	5	4	4
4	3	4	3	4	4	4	5	4	5
4	4	4	3	5	4	4	4	4	1
4	4	5	3	4	4	5	4	4	4
4	4	5	4	4	1	4	5	2	4
4	3	3	4	1	4	5	5	4	5
5	4	5	4	4	4	4	5	4	4
4	4	3	4	4	4	4	2	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
5	5	5	5	5	5	1	4	1	5
5	5	5	5	5	1	4	1	5	4
5	5	5	5	5	2	2	2	2	2
5	5	5	5	5	5	1	1	1	1
5	4	3	4	4	2	2	5	2	2
4	4	2	2	4	4	1	2	1	2
4	4	4	5	5	1	5	1	4	5
4	4	4	4	4	5	1	4	1	1
5	5	5	5	5	4	2	5	2	4
4	5	5	5	5	1	2	4	4	1
4	2	5	4	5	2	1	2	1	2
5	5	4	5	5	4	2	1	2	4
5	4	4	4	4	4	5	2	5	2
5	2	4	4	4	2	4	4	1	2
5	5	5	5	5	4	1	2	2	4

ORG 1	ORG 2	ORG 3	ORG 4	ORG 5	ORG 6	5	5	5	5	4	4
5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4
5	5	5	5	4	4	1	4	4	4	4	2
5	4	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5
5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4
5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	1	5
5	5	5	5	5	5	1	5	4	5	4	5
5	5	4	5	5	4	5	4	1	5	4	5
4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4
3	3	4	3	3	3	4	5	4	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4
5	4	4	5	5	3	5	5	5	5	5	4
4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	2	4
4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4
3	4	5	4	3	5	5	4	4	5	4	1
4	5	5	3	4	5	5	1	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	2	2
5	4	3	4	5	4	4	5	4	5	5	1
4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4
4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	1	4	5	4	4	4
4	5	4	5	4	5	4	5	2	2	2	1
4	4	4	5	4	4	5	4	4	1	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4
4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4
4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4
1	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5
4	5	1	5	3	4	5	5	5	5	2	4
3	5	4	5	5	3	5	5	5	5	5	4
2	3	4	3	1	2	5	5	5	5	5	4
1	3	2	4	3	1	5	5	5	5	5	4
4	3	5	4	3	4	5	5	5	5	5	4
4	3	4	5	4	3	4	1	4	4	4	4
4	3	5	4	3	4	5	5	4	4	5	4
4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4
4	4	2	4	4	4	5	5	5	5	5	4
5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4
5	4	3	4	2	3	4	5	5	5	4	4
2	5	3	4	5	4	4	4	5	1	5	2
3	5	4	5	3	2	5	2	4	5	5	4
2	4	5	4	3	3	5	4	1	4	4	4
5	5	4	4	3	3	5	5	4	4	4	1
3	5	4	5	3	4	5	5	4	4	5	4
4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	1	4
4	5	5	1	4	3	5	4	4	4	4	4
5	5	5	5	4	4	4	4	4	1	5	4
4	5	5	5	4	2	4	5	1	4	4	2
4	5	4	5	4	3	1	5	4	4	1	2
5	5	5	5	4	2	5	1	4	4	4	4
4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	1	2
5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	1
5	5	4	4	4	3	4	5	4	4	1	4
4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4
4	4	5	5	5	3	5	4	1	4	4	4
5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4
5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	2
5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	4	4
3	3	3	4	3	3	5	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	1
3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	5	2	2	1	4	5	1	5	1	4
4	4	5	5	2	2	5	1	5	1	4	1
5	5	5	5	5	5	2	2	2	2	2	2
5	4	5	5	5	4	1	4	1	1	1	1
5	5	5	5	5	5	2	2	2	2	2	2
4	4	5	5	4	4	1	2	4	2	1	2
5	5	5	1	5	5	4	1	4	4	5	1
4	4	4	4	1	1	5	4	1	5	4	5
1	5	5	4	4	4	2	1	2	1	2	1
5	5	4	4	5	5	1	2	5	2	1	4
5	5	4	5	5	2	4	5	1	2	4	2
5	5	4	4	5	5	5	2	2	4	5	2
5	2	5	5	5	5	2	4	2	1	2	1
4	5	4	5	4	2	1	5	1	2	1	2
4	5	4	5	4	5	4	2	4	4	2	4

BF 1	BF 2	BF 3	BF 4	BF 5	4	5	4	5	4
5	4	4	4	4	4	4	5	2	4
5	4	4	3	4	4	4	5	4	5
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	5	4	4	4	5	5	4
4	4	5	5	4	5	5	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
4	5	5	4	4	4	5	4	4	2
5	4	4	4	4	5	1	4	4	4
3	3	3	4	4	4	5	4	3	4
4	5	4	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	4	5	4	4	4	5	4
4	5	5	4	5	5	5	4	4	5
5	4	4	5	4	4	4	4	5	4
3	5	4	5	4	4	4	5	4	4
5	4	4	3	3	5	4	2	4	4
4	4	5	5	5	4	5	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	2	5	5
5	3	3	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	5	4	5	4	5	4	4
4	5	5	5	5	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	4	5	4
4	5	5	4	5	5	5	4	4	2
5	3	4	5	4	4	5	4	5	4
5	4	4	5	5	4	4	4	4	4
4	5	4	5	3	5	4	5	5	5
4	5	4	5	4	4	5	4	4	2
5	5	3	4	5	5	5	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5	4	4	5
4	5	4	5	4	4	5	5	4	1
2	1	3	1	4	4	1	5	5	5
4	5	3	4	2	5	4	4	4	5
5	3	4	3	5	4	4	5	1	2
5	4	5	5	2	4	4	1	4	4
4	3	2	4	5	4	4	4	4	2
4	5	4	4	4	4	4	4	2	4
5	5	4	2	4	4	4	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	4	1
3	2	3	2	3	2	2	5	4	4
4	3	5	2	3	4	1	4	4	5
3	5	4	3	3	4	5	4	1	2
3	4	3	4	5	2	4	4	4	4
3	4	5	3	4	4	2	5	4	2
4	5	4	4	5	4	4	4	5	4
5	4	4	4	4	4	1	4	5	4
4	4	5	4	5	4	4	5	1	5
4	4	5	4	4	5	5	5	1	5
4	5	3	4	4	5	4	4	5	4
4	4	3	4	4	4	5	5	4	1
5	4	5	3	4	5	1	4	5	4
4	3	4	2	4	4	5	4	4	5
4	5	4	4	4	5	5	4	4	4
4	5	4	5	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	5	5	4	2	4
5	5	5	5	5	1	4	5	4	4
5	5	4	4	4	4	5	4	4	4
4	4	5	4	4	5	5	4	1	4
5	4	3	4	4	5	5	4	4	5
4	4	5	4	5	4	4	4	4	4
4	5	4	5	4	4	5	4	5	5
4	3	3	3	3	4	4	5	4	5
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	5	4	5	4	5	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
5	5	5	5	5	4	1	1	4	1
4	5	4	5	5	1	5	1	1	4
5	5	5	5	5	2	2	2	2	2
5	4	5	5	5	1	1	1	1	1
4	5	4	5	5	4	2	2	2	4
4	5	4	5	4	2	1	2	1	2
5	4	5	4	5	1	4	1	5	1
5	4	5	5	5	5	1	4	5	5
4	4	5	5	5	5	5	2	1	1
5	5	4	5	4	2	1	2	1	2
4	5	4	5	5	1	2	1	4	1
5	4	4	2	4	4	2	4	2	2
4	5	5	5	5	2	1	2	4	2
4	5	4	5	4	2	5	2	1	2
5	5	5	5	5	4	1	5	2	4

PRS 1	PRS 2	PRS 3	PRS 4	PRS 5	PRS 6	4	2	5	4	4	2
4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	2
5	5	4	4	5	3	5	4	5	5	4	5
4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5
5	4	5	5	5	4	5	4	2	5	4	4
4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5
5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4
4	4	5	5	4	3	4	4	5	4	2	5
4	4	5	5	4	4	1	4	4	1	4	4
4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	5	1
4	5	4	5	5	5	5	4	4	1	4	4
5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4
4	5	5	5	4	5	1	2	5	4	4	5
5	5	4	5	5	4	4	4	1	4	2	5
5	4	5	5	4	5	1	4	4	5	4	5
5	5	4	4	5	5	4	2	5	4	2	4
5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	2
4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5
5	4	5	5	5	4	4	2	4	4	2	2
3	5	3	3	5	4	1	5	4	5	4	4
5	4	5	4	3	4	4	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	4	2	4	4	2	2
5	5	5	5	5	5	1	5	4	4	4	4
4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	2
5	1	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4
5	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5
4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4
5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4
5	3	4	4	5	3	5	4	4	5	2	4
4	5	5	4	3	4	4	4	5	5	4	2
5	4	5	4	5	3	5	4	5	5	4	5
2	1	3	4	1	2	5	4	5	5	4	4
5	4	3	4	5	1	4	4	5	5	4	1
5	3	4	3	5	4	4	4	5	5	4	4
4	3	5	4	2	3	4	4	4	4	4	4
4	5	3	4	3	3	5	4	4	5	4	4
4	4	2	2	2	4	5	4	4	5	5	2
4	2	5	5	4	4	5	4	4	5	5	2
5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	2	4
3	2	4	3	2	1	5	2	5	4	4	2
4	5	3	4	2	3	5	4	4	5	4	4
4	2	3	4	3	2	5	1	5	5	4	4
4	3	2	4	3	4	4	4	1	5	5	4
4	2	5	4	3	3	4	2	5	4	4	2
4	3	5	4	1	4	4	5	4	4	4	4
5	2	4	3	3	4	4	2	2	4	4	2
5	3	4	5	4	3	5	5	5	5	5	5
5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4
5	3	4	5	3	4	1	2	4	5	4	2
5	3	4	5	4	3	4	2	4	5	1	4
5	4	3	4	4	3	5	4	4	5	4	4
5	4	4	4	3	3	5	1	5	5	4	4
5	3	1	4	5	4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4
5	4	4	4	4	3	4	2	4	5	2	4
4	4	5	5	2	4	5	4	2	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	2	4	5	4	4
4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4
5	4	4	5	4	3	5	4	4	5	4	4
5	4	4	1	4	3	5	4	5	5	1	4
4	3	3	5	4	3	4	4	4	5	4	1
4	3	5	4	3	4	4	4	4	5	4	4
3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	2	4
5	1	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	1	4	5	4	4	5	4	4	4
4	4	5	4	4	2	4	1	1	4	4	1
4	4	5	4	5	4	1	4	5	1	1	1
5	5	5	5	5	5	2	2	2	2	2	2
5	4	5	5	5	5	5	1	1	1	1	1
5	5	4	5	5	5	2	2	2	2	2	2
5	2	2	2	2	2	1	2	1	2	4	2
5	5	5	5	5	5	4	1	5	1	4	4
4	5	5	4	4	5	5	4	1	4	4	1
5	5	1	5	5	5	4	2	5	2	1	2
5	4	5	4	5	4	2	4	2	1	2	1
5	2	4	5	4	5	1	2	1	2	1	2
5	4	4	5	4	4	5	4	2	1	2	1
4	5	4	5	5	5	2	1	2	4	2	1
5	4	4	5	2	4	2	4	2	5	4	5
1	4	5	4	5	5	4	2	5	1	2	4

KP 1	KP 2	KP 3	KP 4	4	5	4	5
4	5	4	4	4	5	4	5
5	5	4	4	5	4	4	5
5	5	4	5	5	5	5	4
5	4	5	4	4	4	2	4
5	5	4	4	4	5	5	4
5	5	5	5	5	4	5	4
5	5	4	5	5	5	4	4
5	4	4	5	4	4	5	4
3	4	4	4	5	2	5	4
4	5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	4	5	5	5	5
5	5	5	5	4	5	4	5
5	5	5	5	5	4	2	4
4	5	5	4	5	5	2	4
4	5	4	4	4	4	2	4
4	5	5	4	4	5	2	4
5	5	5	5	4	5	2	5
5	5	4	5	2	4	2	2
4	3	3	3	4	4	4	4
5	5	5	5	4	4	4	4
4	4	4	5	4	5	5	2
5	5	5	5	4	4	2	4
5	4	5	4	4	2	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	4	4	4	4	5
5	5	5	5	4	4	4	4
4	5	4	5	4	5	4	4
4	4	3	4	5	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	4	5	5	5
2	2	1	3	4	5	4	5
3	2	4	3	4	4	5	5
3	2	4	3	4	4	4	4
4	5	3	4	4	5	5	5
4	5	4	5	4	5	4	4
2	4	4	4	4	4	4	5
5	5	4	4	4	5	4	5
4	4	4	4	4	4	5	5
3	4	5	5	4	4	4	4
3	4	2	2	4	5	5	4
4	4	3	4	4	4	4	1
4	3	4	4	1	4	5	5
4	4	2	3	4	4	2	2
4	4	4	4	4	1	2	4
4	4	4	4	5	1	5	5
4	5	5	4	1	4	1	4
5	5	4	5	4	1	4	4
4	5	3	4	4	4	2	1
4	5	3	4	4	5	4	5
4	5	4	4	4	4	4	4
4	5	4	4	4	4	1	4
5	5	5	5	4	5	4	1
5	5	4	5	4	1	4	4
4	5	4	4	4	1	4	5
5	5	3	5	4	4	4	5
5	5	5	5	1	4	4	4
5	5	5	5	4	5	4	4
5	5	4	4	4	4	4	4
4	5	5	4	4	5	4	5
5	4	3	4	4	4	1	5
5	4	3	4	4	4	4	4
5	4	3	4	4	5	4	4
5	5	5	5	1	4	5	1
3	3	3	3	4	5	4	5
5	5	4	5	4	4	2	4
4	3	4	4	1	5	4	1
5	4	4	4	4	5	4	5
5	5	5	4	5	4	1	4
5	5	4	5	1	4	5	1
4	5	5	4	2	4	4	2
4	5	5	4	1	1	2	1
5	4	4	4	2	2	4	2
5	4	4	4	2	1	2	1
5	4	4	5	1	1	1	1
5	5	4	5	4	4	1	4
4	4	4	4	2	1	4	4
4	4	4	5	2	1	2	1
5	5	4	5	2	5	4	4
4	4	5	4	4	2	1	2
5	5	5	5	2	1	2	2
4	5	4	4	5	2	2	4
4	5	5	5	4	4	1	2
4	5	5	5	2	1	2	2
4	5	5	5	4	2	1	2

Lampiran 5 Olahan SEM

The image displays the SmartPLS software interface, showing the 'Partial Least Squares Algorithm' settings dialog box and the main software window.

Partial Least Squares Algorithm Dialog Box:

The dialog box is titled "Partial Least Squares Algorithm" and provides a brief description: "The PLS path modeling method was developed by Wold (1982). In essence, the PLS algorithm is a sequence of regressions in terms of weight vectors. The weight vectors obtained at convergence satisfy fixed point equations (see Dijkstra, 2010, for a general analysis of these equations)." A "Read more" button is available.

Basic Settings:

- Weighting Scheme: Centroid Factor Path
- Maximum Iterations: 300
- Stop Criterion (10^{-X}): 7

Advanced Settings:

Configure [individual initial weights](#)

Weighting Scheme:

PLS-SEM allows the user to apply three structural model weighting schemes:

- (1) centroid weighting scheme,
- (2) factor weighting scheme, and
- (3) path weighting scheme (default).

While the results differ little for the alternative weighting schemes, path weighting is the recommended approach. This weighting scheme provides the highest R^2 value for endogenous latent variables and is generally applicable for all kinds of PLS path model specifications and estimations. Moreover, when the path model includes higher-order constructs (often called second-order models), researchers should usually not use the centroid weighting scheme.

Maximum Iterations:

This parameter represents the maximum number of iterations that will be used for calculating the PLS results. This number should be sufficiently large (e.g., 300 iterations). When checking the PLS-SEM result, one must make sure that the algorithm did not stop because the maximum number of iterations was reached but due to the stop criterion. Note: The selection of 0 for the maximum number of iterations allows you to obtain results of the sum scores approach.

Buttons: "Open Full Report", "Close", "Start Calculation"

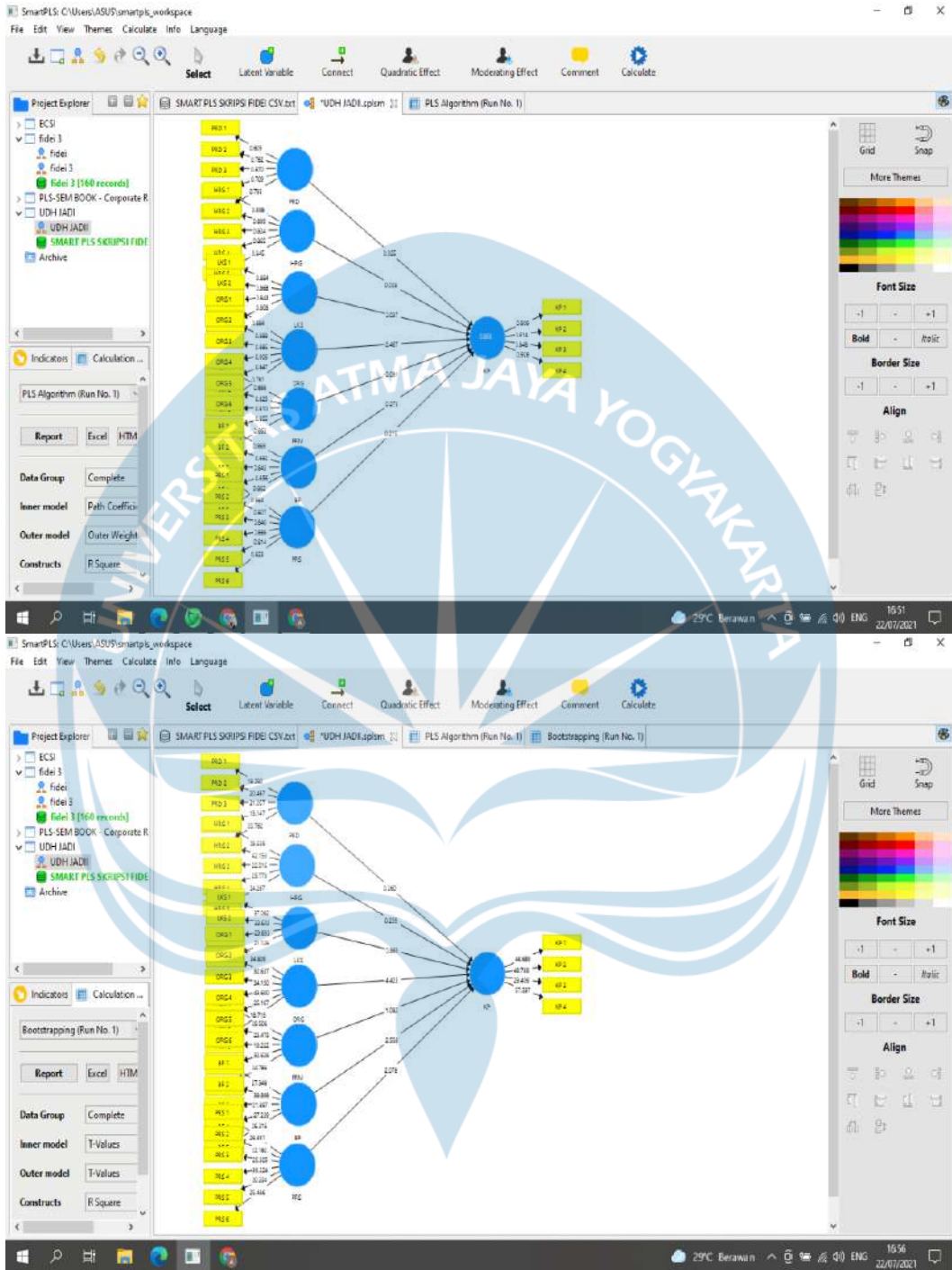
Main Software Interface:

The main interface shows a project explorer on the left with a tree view containing folders like "ECSI", "fidei 3", "PLS-SEM BOOK - Corporate Reputation Extended", "UDH JAD", "UDH JADI", and "SMART PLS SKRIPSI FIDEI CSV (160 records)".

The central area displays a path model diagram with nodes and arrows. The nodes are labeled with variables like "PR4", "PR5", "PR6", "KP1", "KP2", "KP3", and "KP4".

The bottom right corner shows a toolbar with options like "Grid", "Snap", "More Themes", "Font Size", "Bold", "Italic", "Border Size", and "Align".

The Windows taskbar at the bottom shows the system tray with the date "22/07/2021" and time "16:45".



Lampiran 6 Olahan Data Statistik deskriptif

	Max	Min	Standar Deviasi	Mean
Produk	5	1	1,23	3,38
Harga	5	1	1,12	3,97
Lokasi	5	1	1,22	4
Promosi	5	1	1,14	3,9
Orang	5	1	1,16	4,03
Bukti Fisik	5	1	1,11	4,04
Proses	5	1	1,15	3,9
Kepuasan pelanggan	5	1	1,12	4,01

