

BAB V

PENUTUP

Bab berikut berisikan kesimpulan berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti. Terdapat juga pemaparan implikasi manajerial serta saran dan keterbatasan penelitian.

5.1 Kesimpulan

Sebanyak 250 responden pengguna aplikasi Tokopedia berpartisipasi dalam penelitian ini. Responden dalam penelitian ini didominasi oleh kelompok responden perempuan dengan persentase sebesar 55,2%. Pada kategori usia, usia 18-23 tahun merupakan usia dengan jumlah terbanyak dengan persentase sebesar 39,2%. Sebagian besar pendidikan terakhir responden adalah tingkatan sarjana (S1) sebesar 66%. Rata-rata pendapatan bulanan responden adalah lebih dari Rp.3.500.000.- dengan persentase sebesar 52,4%. Alasan penggunaan aplikasi Tokopedia didominasi oleh aplikasi yang menawarkan banyak promo dengan persentase sebesar 19,9%.

Customer experience berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Tetapi, kepercayaan tidak berhasil membuktikan adanya hubungan positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Konsumen yang percaya terhadap sebuah merek belum tentu memiliki loyalitas yang tinggi terhadap merek tersebut. Citra merek mampu menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Efek mediasi yang dihasilkan

dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan memiliki mediasi komplementer antara pengaruh *customer experience* terhadap loyalitas pelanggan. Kepercayaan memiliki mediasi tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan mampu memediasi komplementer pengaruh citra merek terhadap loyalitas pelanggan.

5.2 Implikasi Manajerial

Penelitian menghasilkan temuan berupa pengaruh positif *customer experience* terhadap kepuasan pelanggan. Pengalaman pelanggan menjadi hal krusial penentu kesuksesan sebuah bisnis dalam *marketplace* Tokopedia. Pengalaman pelanggan yang menyenangkan ketika menggunakan aplikasi Tokopedia dapat membantu bisnis mengoptimalkan loyalitas pelanggan dan meraih laba jangka panjang. Kepuasan pelanggan merupakan proses yang didorong oleh pengalaman di mana konsumen mendekati untuk konsumsi, bentuk harapan sebagai hasil dari pengalaman masa lalu, pengalaman yang mempublikasikan usaha pemasaran, dan evaluasi (Chen & Wu, 2022). *Tenant* dalam Tokopedia perlu meninjau kembali ulasan yang diberikan oleh konsumen. Ulasan yang buruk dapat dijadikan evaluasi guna memperbaiki kinerja dari *tenant*.

Penelitian menghasilkan temuan berupa pengaruh positif *customer experience* terhadap loyalitas pelanggan. Satu diantara cara untuk mempertahankan posisi perusahaan dalam pasar adalah dengan menarik hati konsumen dan memberikan pelayanan mengesankan terutama dari segi layanan yang diberikan (Setiawan et al., 2021). Tingkat loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh jenis produk yang dibeli.

Pelanggan umumnya mudah beralih ke perusahaan lain jika produk yang dibutuhkan adalah *convenience goods*. Hal ini disebabkan oleh harga yang murah dan tidak membutuhkan beragam pertimbangan dalam pembeliannya. Tokopedia dapat meningkatkan *awareness* dengan cara melakukan periklanan personalisasi. Personalisasi membuat konsumen merasa spesial karena produk yang ditampilkan sesuai dengan minat pribadi konsumen.

Penelitian menghasilkan temuan berupa pengaruh positif kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan. Kepercayaan adalah kunci perantara antara pelanggan dan pemilik bisnis. Minimnya kepercayaan dapat menghambat pertumbuhan bisnis dan mengurangi retensi pelanggan. Kepercayaan menciptakan tingkat kepuasan yang tinggi, di mana semakin tinggi tingkat kepercayaan maka pelanggan menjadi lebih puas (Silviana et al., 2022). Tokopedia diharapkan kembali menambah program promo seperti gratis ongkos kirim, *voucher cashback*, potongan harga, maupun *flash sale* agar pelanggan puas dan tetap loyal melakukan pembelian di Tokopedia.

Penelitian menghasilkan temuan berupa pengaruh positif citra merek terhadap kepuasan pelanggan. Citra merek yang kuat perlu dibangun agar tercapai kesuksesan secara keseluruhan (Sangwan & Bhakar, 2018). Pada saat konsumen mempersepsikan atribut dari suatu merek, konsumen akan membentuk harapan atas kebutuhan spesifik yang akan menimbulkan kepuasan (Chen & Wu, 2022). Merek yang kuat membuat konsumen merasa bahwa produk yang ditawarkan lebih baik dari pesaing. Tim pemasaran Tokopedia seharusnya tidak hanya berfokus pada penjualan fungsi produk, tetapi juga menciptakan merek yang *memorable* dalam benak konsumen.

Penelitian menghasilkan temuan berupa pengaruh positif citra merek terhadap loyalitas pelanggan. Pelanggan yang terbiasa menggunakan merek tertentu cenderung memiliki konsistensi dengan citra merek (Rusmahafi & Wulandari, 2020). Citra merek berperan penting ketika konsumen membuat pertimbangan dalam keputusan pembelian karena menandakan kualitas yang lebih tinggi dan mengarah kepada peningkatan niat beli (Chen & Wu, 2022). Tokopedia perlu menciptakan strategi yang menarik agar dapat mempertahankan pangsa pasarnya. Program tanggung jawab sosial perusahaan akan menjadi salah satu program yang meningkatkan citra merek dan menciptakan persepsi yang positif.

Penelitian menghasilkan temuan berupa pengaruh positif kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Perusahaan harus memprioritaskan kepuasan pelanggan yang merupakan kunci utama untuk mencapai loyalitas (Manyanga et al., 2022). Pelanggan yang loyal adalah pelanggan yang merasa puas terhadap produk dan layanan yang diberikan sehingga pelanggan tersebut ingin mempromosikan produk kepada orang yang dikenal (Silviana et al., 2022). Tokopedia harus bisa mempertahankan pelanggan setia dan menarik pelanggan baru. Ketika ingin menciptakan layanan yang baik, perusahaan harus mengetahui kebutuhan dan keinginan target pasarnya. Tokopedia perlu meminta *feedback* secara berkala, misalnya terkait pengalaman penggunaan aplikasi.

5.3 Keterbatasan dan Saran Penelitian

Berdasarkan uji hipotesis, pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan hasilnya tidak signifikan. Hal ini mungkin terjadi karena adanya persaingan yang ketat, di mana tersedia beragam pilihan *marketplace* yang masing-masing menawarkan keunggulan, sehingga konsumen dapat dengan bebas memilih *marketplace* yang dirasa paling menguntungkan.

Responden dalam penelitian ini didominasi oleh rentang usia 18 tahun hingga 23 tahun, hal ini mungkin berdampak terhadap hasil penelitian yang akan berpengaruh pada loyalitas pelanggan dalam menggunakan aplikasi Tokopedia. Penelitian selanjutnya dapat lebih menyempadankan kelompok rentang usia lain sehingga hasil penelitian dapat lebih objektif.

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat meneliti variabel *customer experience* menggunakan 3 dimensi yaitu *sensory experience (sensor)*, *emotional experience (emotion)*, dan *social experience (social)*. Pada bagian kuesioner kepuasan konsumen, tidak ada keterwakilan pertanyaan dari citra merek. Pada bagian kuesioner citra merek, ada pertanyaan yang perlu ditinjau ulang. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat lebih memperhatikan pertanyaan dari kuesioner yang akan digunakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). *Partial Least Square (PLS)-Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Andi.
- Abu-Alhaija, A. S., Hussein, H. S., & Allan, A. J. A. (2019). Relationship Between Customer Satisfaction and Customer Loyalty: A Review and Future Directions of Its Nature and Approaches. *Eurasian Journal of Social Sciences* , 7(4), 28–39. <https://doi.org/10.15604/ejss.2019.07.04.003>
- Amani, V. J. (2020). The Effect of Customer Satisfaction on Their Loyalty by Mediating the Mental Image of The Brand and Trust Using Structural Equations in The Banking Industry (Case study: Pasargad Bank). In *Journal of Internet Banking and Commerce An open access Internet journal) Journal of Internet Banking and Commerce* (Vol. 25, Issue 4). <http://www.icommerceland.com>
- Andhika, M. A., & Fahrozi, W. (2023). Andhika2023 Aplikasi Marketplace di Kota Medan. *U-NET Jurnal Teknik Informatika*, 7(1), 25–32.
- Annur, C. M. (2023). *Ini Daftar E-commerce yang Paling Dipercaya UMKM di Indonesia, Tokopedia Teratas!*
- Arman, & Shabbir, S. A. (2020). Impact of Service Quality and Brand Image on Brand Loyalty: The Mediating Role of Customer Satisfaction. *Eurasian Journal of Social Sciences*, 8(2), 75–84. <https://doi.org/10.15604/ejss.2020.08.02.004>
- Bougie, R., & Sekaran, U. (2019). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach* (8th Edition). Wiley Global Education US.
- Büyükdağ, N. (2021). The effect of brand awareness, brand image, satisfaction, brand loyalty and WOM on purchase intention: An empirical research on social media. *Business & Management Studies: An International Journal*, 9(4), 1380–1398. <https://doi.org/10.15295/bmij.v9i4.1902>
- Chen, A. H., & Wu, R. Y. (2022). Mediating Effect of Brand Image and Satisfaction on Loyalty through Experiential Marketing: A Case Study of a Sugar Heritage Destination. *Sustainability (Switzerland)*, 14(12). <https://doi.org/10.3390/su14127122>
- Chen, J., & Lin, Y. (2020). Is/are customer satisfaction and trust mediating factors of loyalty for OTA-from China's case? *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 453(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/453/1/012027>

- Chinomona, R. (2016). Brand communication, brand image and brand trust as antecedents of brand loyalty in Gauteng Province of South Africa. *African Journal of Economic and Management Studies*, 7(1), 124–139. <https://doi.org/10.1108/AJEMS-03-2013-0031>
- Christanto, Y. M., & Santoso, S. (2022). The influence of service quality, corporate image, and customer satisfaction on customer loyalty in banking sector in Yogyakarta. *International Journal of Research in Business and Social Science (2147- 4478)*, 11(7), 09–16. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v11i7.2025>
- Dhisasmito, P. P., & Kumar, S. (2020). Understanding customer loyalty in the coffee shop industry (A survey in Jakarta, Indonesia). *British Food Journal*, 122(7), 2253–2271. <https://doi.org/10.1108/BFJ-10-2019-0763>
- Ertemel, A. V., Civelek, M. E., Eroğlu Pektaş, G. Ö., & Çemberci, M. (2021). The role of customer experience in the effect of online flow state on customer loyalty. *PLoS ONE*, 16(7 July 2021). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0254685>
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, Disertasi Ilmu Manajemen* (5th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Finaka, A. W. . (2023). *Pengguna Internet di Indonesia Makin Tinggi*.
- Firman, A., Ilyas, G. B., Reza, H. K., Lestari, S. D., & Putra, A. H. P. K. (2021). The Mediating Role of Customer Trust on the Relationships of Celebrity Endorsement and E-WOM to Instagram Purchase Intention. *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi*, 8(1), 107. <https://doi.org/10.24252/minds.v8i1.20594>
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares-Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Progam SmartPLS 3.0* (2nd ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gogoi, B. J., & Shillong, I. (2021). Customer Trust Influencing Customer Perceived Value and Brand Loyalty. In *Academy of Marketing Studies Journal* (Vol. 25, Issue 5).
- Ha, M.-T. (2021). The impact of customer experience on customer satisfaction and customer loyalty. In *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education* (Vol. 12, Issue 14).
- Hammouri, Q., Al-Gasawneh, J., Nusairat, N. M., Hanandeh, A., & Barakat, S. (2021). *The Determinants of Trust and its Influence on Online Buying Intention: An Empirical Study on Social Commerce in Jordan* (Vol. 25). <http://annalsofrscb.ro>

- Hamzah, M. L., Purwati, A. A., Jamal, A., Sutoyo, & Rizki, M. (2021). An analysis of customer satisfaction and loyalty of online transportation system in Pekanbaru, Indonesia. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 704(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/704/1/012029>
- Hansopaheluwakan, S. (2021). Analysis of e-service quality and website quality effect on e-customer loyalty through e-customer satisfaction (case study: Tokopedia). *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 794(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/794/1/012086>
- Ilhamalimy, R. R., & Ali, H. (2021). Model Perceived Risk And Trust: E-WOM and Purchase Intention (The Role of Trust Mediating in Online Shopping in Shopee Indonesia). *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 2(2), 204–221. <https://doi.org/10.31933/dijdbm.v2i2>
- Kachwala, T., Panchal, D., Rego, S., & Pai, P. (2020). *Relationships Between Service Quality, Customer Satisfaction & Customer Loyalty in Hotel Services*. <http://www.publishingindia.com/johar/>
- Khoironi, T. A., Syah, H., & Dongoran, P. (2018). Product Quality, Brand Image and Pricing To Improve Satisfaction Impact on Customer Loyalty. *International Review of Management and Marketing*, 8(3), 51–58. <http://www.econjournals.com>
- Kim, Y. J., & Kim, H. S. (2022). The Impact of Hotel Customer Experience on Customer Satisfaction through Online Reviews. *Sustainability (Switzerland)*, 14(2). <https://doi.org/10.3390/su14020848>
- Kuhn, S. (n.d.). *Predictors of Customer Loyalty Towards South African Independent Coffee Shops: A Mixed-Method Approach*.
- Kumar, P., Mokha, A. K., & Pattnaik, S. C. (2022). Electronic customer relationship management (E-CRM), customer experience and customer satisfaction: evidence from the banking industry. *Benchmarking*, 29(2), 551–572. <https://doi.org/10.1108/BIJ-10-2020-0528>
- Lee, V., Park, S., & Lee, D. (2022). The Effect of E-commerce Service Quality Factors on Customer Satisfaction, Purchase Intention, and Actual Purchase in Uzbekistan. *Global Business and Finance Review*, 27(3), 56–74. <https://doi.org/10.17549/gbfr.2022.27.3.56>
- Mansouri, H., Sadeghi Boroujerdi, S., & Md Husin, M. (2022). The influence of sellers' ethical behaviour on customer's loyalty, satisfaction and trust. *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 26(2), 267–283. <https://doi.org/10.1108/SJME-09-2021-0176>

- Manyanga, W., Makanyeza, C., & Muranda, Z. (2022). The effect of customer experience, customer satisfaction and word of mouth intention on customer loyalty: The moderating role of consumer demographics. *Cogent Business and Management*, 9(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2022.2082015>
- Matute, J., Polo-Redondo, Y., & Utrillas, A. (2016). The influence of EWOM characteristics on online repurchase intention: Mediating roles of trust and perceived usefulness. *Online Information Review*, 40(7), 1090–1110. <https://doi.org/10.1108/OIR-11-2015-0373>
- Mehta, A. M. (2020). How Brand Image and Perceived Service Quality Affect Customer Loyalty Through Customer Satisfaction. In *Academy of Marketing Studies Journal* (Vol. 24, Issue 1).
- Miao, M., Jalees, T., Zaman, S. I., Khan, S., Hanif, N. ul A., & Javed, M. K. (2022). The influence of e-customer satisfaction, e-trust and perceived value on consumer's repurchase intention in B2C e-commerce segment. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 34(10), 2184–2206. <https://doi.org/10.1108/APJML-03-2021-0221>
- Mooteallo, A. , Sannegadu, A. , Pudaruth, R., Juwaheer, T. D. , & Gupta, S. . (2022). Antecedents of customer loyalty in the telecommunications industry-evidence from Mauritius. In *Academy of Marketing Studies Journal* (Vol. 26, Issue 4).
- Nobar, H. B. K., & Rostamzadeh, R. (2018). The Impact of Customer Satisfaction, Customer Experience and Customer Loyalty on Brand Power: Empirical Evidence From Hotel Industry. *Journal of Business Economics and Management*, 19(2), 417–430. <https://doi.org/10.3846/jbem.2018.5678>
- Pappas, I. O. (2018). User experience in personalized online shopping: a fuzzy-set analysis. *European Journal of Marketing*, 52(7–8), 1679–1703. <https://doi.org/10.1108/EJM-10-2017-0707>
- Pekovic, S., & Rolland, S. (2020). Recipes for achieving customer loyalty: A qualitative comparative analysis of the dimensions of customer experience. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 56(102171), 1–15. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102171>
- Rather, R. A., & Sharma, J. (2017). *The Effects of Customer Satisfaction and Commitment on Customer Loyalty: Evidence From The Hotel Industry*.
- Riadi, E. (2016). *Statistika Penelitian (Analisis Manual dan IBM SPSS)*. Penerbit Andi.

- Rusmahafi, F. A., & Wulandari, R. (2020). The Effect of Brand Image, Service Quality, and Customer Value on Customer Satisfaction. *International Review of Management and Marketing*, 10(4), 68–77. <https://doi.org/10.32479/irmm.9939>
- Sangwan, A. D., & Bhakar, S. S. (2018). The Effect of Service Quality, Brand Image and Customer Satisfaction on Customer Loyalty: Evidence From Hotel Industry. *Prestige International Journal of Management & IT-Sanchayan*, 7(1), 1–15.
- Sarmad, I., & Ali, R. (2022). Determinants of Sustainable Marketing Activities and their Impact on Customer Loyalty. *Abasyn Journal of Social Sciences*, 15(2), 123–133. <https://doi.org/10.34091/AJSS.15.2.03>
- Setiawan, A. M., Yulianto, E., & Kusumawati, A. (2020). A Review of Concept of Sharia Marketing, Customer Satisfaction, Trust, and Loyalty. *BISNIS & BIROKRASI: Jurnal Ilmu Administrasi Dan Organisasi*, 27(1). <https://doi.org/10.20476/jbb.v27i1.11618>
- Setiawan, E. B., Valdhavessa, D., Bambang, H., Marina, S., Bilqis, L. D. F. R., Agusinta, L., Hernawan, M. A., & Sidjabat, S. (2021). How To Build Customer Loyalty: Through Customer Experience, Perceived Price, And Customer Satisfaction. In *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education* (Vol. 12, Issue 4).
- Sholihin, M., & Ratmono, D. (2013). *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 3.0 untuk Hubungan Nonlinier dalam Penelitian Sosial dan Bisnis*. Andi.
- Silviana, N. S., Rofiaty, & Puspaningrum, A. (2022). The effect of customer experience of trust and e-service quality on customer loyalty with customer satisfaction as a research mediation variable in Tokopedia e-commerce. *International Journal of Research in Business and Social Science (2147- 4478)*, 11(6), 600–608. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v11i6.1971>
- Subaebasni, S., Risnawaty, H., Arie Wicaksono, A., Albadriyah Widsata, P., Straitliner Express, P., & APP Jakarta Kemenperin, P. (2019). International Review of Management and Marketing Effect of Brand Image, the Quality and Price on Customer Satisfaction and Implications for Customer Loyalty PT Strait Liner Express in Jakarta. *International Review of Management and Marketing*, 9(1), 90–97. <https://doi.org/10.32479/irmm.7440>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian dan Pengembangan (Research and Development/R&D)*. Alfabeta.
- Sukendi, J., Harianto, N., Wansaga, S., Gunadi, W., & Management, B. (2021). The Impact of E-Service Quality On Customer Engagement, Customer Experience and

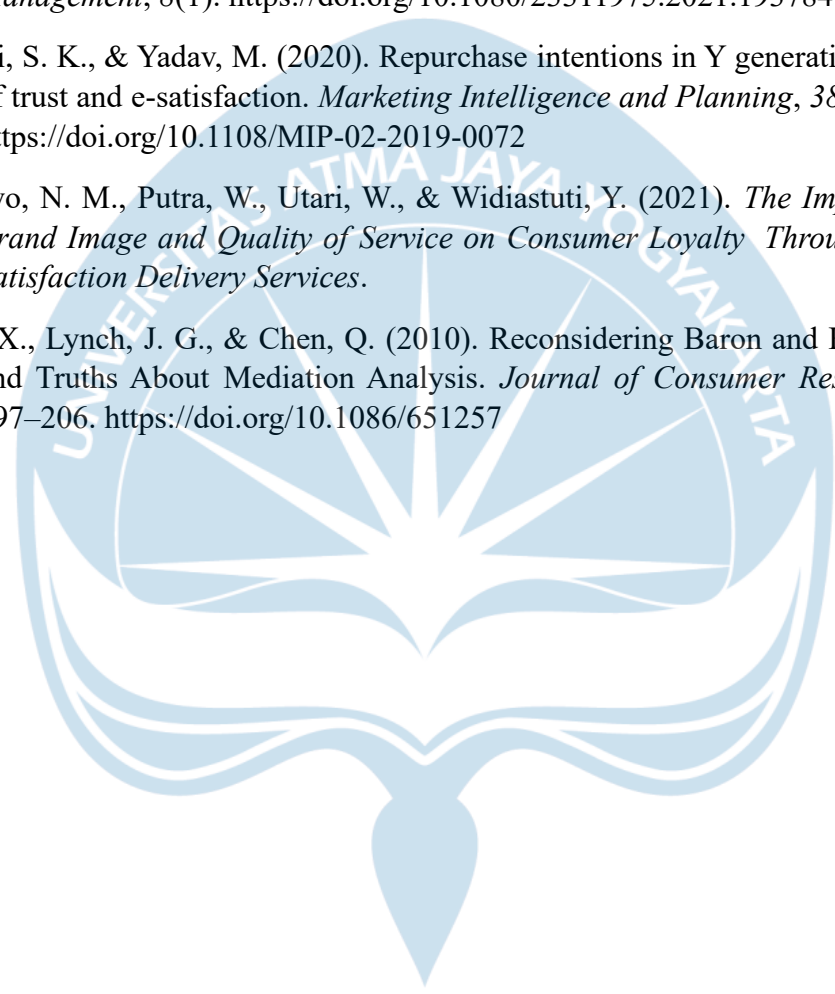
Customer Loyalty in B2c E-Commerce. In *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education* (Vol. 12, Issue 3).

Supriyanto, A., Wiyono, B. B., & Burhanuddin, B. (2021). Effects of service quality and customer satisfaction on loyalty of bank customers. *Cogent Business and Management*, 8(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1937847>

Trivedi, S. K., & Yadav, M. (2020). Repurchase intentions in Y generation: mediation of trust and e-satisfaction. *Marketing Intelligence and Planning*, 38(4), 401–415. <https://doi.org/10.1108/MIP-02-2019-0072>

Wibowo, N. M., Putra, W., Utari, W., & Widiastuti, Y. (2021). *The Impact of Price, Brand Image and Quality of Service on Consumer Loyalty Through Consumer Satisfaction Delivery Services*.

Zhao, X., Lynch, J. G., & Chen, Q. (2010). Reconsidering Baron and Kenny: Myths and Truths About Mediation Analysis. *Journal of Consumer Research*, 37(2), 197–206. <https://doi.org/10.1086/651257>





LAMPIRAN 1
KUESIONER PENELITIAN

Nomor Responden:

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE*, KEPERCAYAAN, DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DAN KEPUASAN SEBAGAI PEMEDIASI

A. Tujuan Penelitian

Kepada Yth:

Bapak/Ibu/Saudara/i/ Responden Penelitian

Di tempat

Dengan Hormat,

Perkenalkan nama saya Catharine Clarista Clara, saya mahasiswa Magister Manajemen di Universitas Atma Jaya Yogyakarta saat ini sedang mengerjakan tugas akhir tentang *customer experience*, kepercayaan, dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan dan kepuasan sebagai pemediasi. Saya memohon bantuan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk berkenan mengisi kuesioner penelitian saya dibawah ini.

Peneliti menggunakan data penelitian ini hanya semata-mata untuk kepentingan akademik sehingga peneliti menjamin sepenuhnya kerahasiaan

identitas maupun jawaban yang Bapak/Ibu/Saudara/i berikan. Suatu kontribusi yang sangat besar terhadap penulis apabila Bapak/Ibu/Saudara/i bersedia untuk mengisi kuesioner penelitian ini.

Demikian disampaikan, atas kerjasama dan partisipasi Bapak/Ibu/Saudara/i saya ucapkan terima kasih.

B. Petunjuk Pengisian

Mohon berikan penilaian objektif dengan memberi skor pada kolom yang telah disajikan, dimana skor tersebut mewakili alasan atau keadaan yang Anda rasakan sebenarnya. Skor dimulai dari angka 1 hingga 5 yang memiliki arti berikut:

Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju
1	2	3	4	5

C. Identitas Diri Responden

Isilah Identitas Anda dibawah ini dan beri tanda centang pada kolom yang menurut Anda sesuai.

1. Nama Responden :
2. Jenis Kelamin Responden : Perempuan Laki-laki
3. Usia Responden : Tahun

4. Pendapatan Bulanan : <Rp.1.500.000,-
 Rp.1.500.000,- s/d Rp.2.500.000,-
 Rp.2.500.000,- s/d Rp.3.500.000,-
 >Rp.3.500.000,-
5. Pendidikan Terakhir : SMP
 SMA
 Diploma
 Sarjana (S1)
 Pascasarjana (S2)
6. Alasan penggunaan : Aplikasi mudah digunakan
(Boleh memilih lebih dari 1) Menawarkan banyak promo
 Metode pembayaran yang beragam
 Tampilan/desain yang menarik
 Fitur penjualan yang lengkap
 Penasaran, ingin mencoba

D. Daftar Pertanyaan

Berikan tanda X pada kolom “Skor” yang disediakan.

No	Pernyataan	Jawaban Responden				
		1	2	3	4	5
	Customer Experience					
1	Saya merasa nyaman menggunakan aplikasi Tokopedia					
2	Saya merasa aplikasi Tokopedia mudah untuk digunakan					
3	Menggunakan Tokopedia cocok untuk gaya hidup saya					
4	Tokopedia mengelola keluhan pelanggan dengan baik					
5	Secara keseluruhan pengalaman saya terhadap Tokopedia menyenangkan					

No	Pernyataan	Jawaban Responden				
		1	2	3	4	5
	Kepercayaan					
1	Berdasarkan pengalamanmu, Anda tahu bahwa tenant yang menjual produk di marketplace Tokopedia jujur					
2	Saya percaya Tokopedia secara konsisten menyediakan layanan yang berkualitas baik bagi saya					
3	Tokopedia memenuhi kepentingan terbaik konsumennya					
4	Saya percaya pada komitmen yang dibuat oleh Tokopedia					
5	Saya percaya pada janji yang dibuat oleh Tokopedia					

No	Pernyataan	Jawaban Responden				
		1	2	3	4	5
	Citra Merek					
1	Tokopedia memiliki reputasi yang baik dalam memenuhi janjinya					
2	Tokopedia memiliki reputasi yang baik dalam memenuhi komitmennya					
3	Tokopedia adil terhadap konsumennya					
4	Tokopedia jujur terhadap konsumennya					
5	Tokopedia merupakan perusahaan yang handal					
6	Tokopedia merupakan perusahaan yang terpercaya					
7	Tokopedia merupakan perusahaan yang inovatif					
8	Tokopedia merupakan perusahaan yang berwawasan kedepan					

No	Pernyataan	Jawaban Responden				
		1	2	3	4	5
	Kepuasan Pelanggan					
1	Saya merasa senang dengan produk yang ditawarkan oleh Tokopedia					
2	Saya menikmati penggunaan aplikasi Tokopedia					
3	Saya senang dengan keputusan saya untuk membeli di Tokopedia					
4	Pengalaman yang diperoleh di Tokopedia melebihi ekspektasi saya					
5	Secara umum, saya merasa puas dengan pengalaman membeli keseluruhan menggunakan aplikasi Tokopedia					

No	Pernyataan	Jawaban Responden				
		1	2	3	4	5
	Loyalitas Pelanggan					
1	Saya akan mengatakan hal yang positif mengenai Tokopedia kepada orang lain					
2	Saya akan merekomendasikan Tokopedia kepada orang lain					
3	Saya akan melakukan pembelian ulang melalui aplikasi Tokopedia					
4	Saya akan membeli melalui Tokopedia walaupun rekan saya merekomendasikan <i>marketplace</i> lain					

E. Ucapan Terima Kasih

Saya mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya atas partisipasi dari Bapak/Ibu/Saudara/i sekalian yang telah bersedia untuk mengisi kuesioner ini. Disadari sepenuhnya tanpa bantuan Bapak/Ibu/Saudara/i studi ini tidak dapat berjalan dengan lancar.



CE1	CE2	CE3	CE4	CE5	K1	K2	K3	K4	K5	CM1	CM2	CM3	CM4	CM5	CM6	CM7	CM8	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	LP1	LP2	LP3	LP4
4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5
5	4	4	3	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	5	3	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	2	3	4	3	3	4	4	4	4	4	5	4	5	3	4	4	5	4	4	5	4	4	3	4	4	5
5	5	4	3	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5
4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5
4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4
3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3
2	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	3	5	3
4	5	5	4	5	3	3	3	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	3	5	5	2	5	5	3	5
3	5	3	5	2	5	4	5	4	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	5	5	4	5	3
3	3	4	4	3	2	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	5
4	4	5	3	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4
5	5	3	2	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	2	5	1
5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	3
4	4	5	4	5	3	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	3
5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	3
5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	4	4	2	3	3	3	3	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	3	3	4	4	5	5
5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4
5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4

CE1	CE2	CE3	CE4	CE5	K1	K2	K3	K4	K5	CM1	CM2	CM3	CM4	CM5	CM6	CM7	CM8	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	LP1	LP2	LP3	LP4
5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	2	3	3
3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	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	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3
3	3	2	3	2	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4
4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4
4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	5	5	5	3	3	5	3	4	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	3	3	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	3	2	3
4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	5	4	4	5	4	3	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4
4	4	3	4	2	2	3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	5	3
4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	3	4	5	5	4	4

CE1	CE2	CE3	CE4	CE5	K1	K2	K3	K4	K5	CM1	CM2	CM3	CM4	CM5	CM6	CM7	CM8	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	LP1	LP2	LP3	LP4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4
4	4	3	3	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	3	4	5	4	4	4
4	5	4	5	4	3	4	4	5	5	5	5	3	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	3
4	4	3	4	3	5	5	5	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	2	2	3	2	2	3	1
4	4	4	4	4	3	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	3	4	4	5	4	5	3
4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4
4	4	4	3	4	3	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4
5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	3	4	5	4	4	4
4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	2	3	1
4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	3	5	3
5	5	4	5	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4
4	5	4	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5
4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4

CE1	CE2	CE3	CE4	CE5	K1	K2	K3	K4	K5	CM1	CM2	CM3	CM4	CM5	CM6	CM7	CM8	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	LP1	LP2	LP3	LP4
5	5	5	5	4	5	5	4	5	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	3	5	4
5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	5	3	5	4
5	5	3	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4
5	5	4	5	5	5	5	5	3	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	3	3	5	5	4	5
5	4	5	5	5	4	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5
5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5
5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3
5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5
4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4
4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	3	4	4	4	5	3	4	5	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	2	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	3
5	4	4	5	5	4	4	5	4	3	4	4	5	5	5	5	4	3	5	4	4	5	4	5	5	4	4
4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4

CE1	CE2	CE3	CE4	CE5	K1	K2	K3	K4	K5	CM1	CM2	CM3	CM4	CM5	CM6	CM7	CM8	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	LP1	LP2	LP3	LP4	
4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	
5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	
3	4	3	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	3	4	3	3	4	5	5	3	3	
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	
4	4	3	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	
5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	4	
4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	2
4	4	4	3	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	3	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	
4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	3	5	5	4	3	4	5	5	3	4	
5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	
3	3	4	3	3	2	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
3	3	3	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	
5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	
5	3	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	3	
5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	
5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	5	5	5	
4	4	4	4	4	3	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	
5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	
2	3	3	3	3	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	
5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	
4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	
5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	3	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	

CE1	CE2	CE3	CE4	CE5	K1	K2	K3	K4	K5	CM1	CM2	CM3	CM4	CM5	CM6	CM7	CM8	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	LP1	LP2	LP3	LP4
5	5	5	5	4	3	5	5	5	5	5	3	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
5	5	4	4	5	3	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	3	3	5	4	4	3	4	4	4	4	5
4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	3	4	5	4	5	3
5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4
5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4
4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	3	4	4	5	4	4
4	5	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	5	5	4	5	4	3	5	4	5	4	5	5	4	4	4
4	5	4	5	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4
4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4
4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5
4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4

CE1	CE2	CE3	CE4	CE5	K1	K2	K3	K4	K5	CM1	CM2	CM3	CM4	CM5	CM6	CM7	CM8	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	LP1	LP2	LP3	LP4
4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5
4	4	5	4	5	4	5	3	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4
5	5	4	4	5	4	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	3	5	4	5	5	5	5	5	4
5	5	4	5	5	5	3	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	5	4	4	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5
2	3	3	3	3	2	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	3	4	4	4	3	2
5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	5
5	4	5	5	5	3	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5
5	5	4	5	3	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	4	5
5	4	5	4	3	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5
4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5

CE1	CE2	CE3	CE4	CE5	K1	K2	K3	K4	K5	CM1	CM2	CM3	CM4	CM5	CM6	CM7	CM8	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	LP1	LP2	LP3	LP4
5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5
4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	3	5	5	5	5	3	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5
4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	3	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5
4	5	4	4	5	3	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5
5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	3
5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	3
4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5
3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3
2	2	2	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	5	4	4	3	4	2	3	2	3	3	4	3	2
4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	3	4	4	4
5	5	3	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4

CE1	CE2	CE3	CE4	CE5	K1	K2	K3	K4	K5	CM1	CM2	CM3	CM4	CM5	CM6	CM7	CM8	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	LP1	LP2	LP3	LP4
4	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	5	4	4	5	5	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	5	5	4	5	4	5	4
4	5	4	5	4	3	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	3	5	4	4	4	4	5	5	4	4
5	4	3	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4
5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3
3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3
4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
4	5	4	4	5	3	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5
4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5
5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
5	4	5	4	5	3	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5
4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5
5	5	4	4	5	4	3	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4
4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	5	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3
4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5
5	4	5	3	5	5	5	5	4	3	3	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	3
5	5	4	5	3	5	5	5	5	3	5	4	3	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4
5	3	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	3	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	3
4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	2	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4
5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5
4	5	5	3	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	3

CE1	CE2	CE3	CE4	CE5	K1	K2	K3	K4	K5	CM1	CM2	CM3	CM4	CM5	CM6	CM7	CM8	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	LP1	LP2	LP3	LP4	
4	5	5	5	5	3	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	
4	5	5	4	3	5	5	5	5	5	4	5	3	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	3
5	3	5	4	4	5	5	4	5	5	5	3	5	5	5	4	5	5	5	3	4	4	4	4	5	5	5	
4	5	4	3	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	
4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	
5	5	5	4	4	5	5	3	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	3	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	
5	5	4	5	4	5	3	4	4	4	5	4	4	5	5	3	5	4	4	5	5	5	5	3	5	4	4	
4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	3	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	
5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
5	5	4	4	5	3	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	
4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	
5	4	4	4	4	5	5	5	3	5	5	4	5	5	4	4	3	4	4	4	5	5	5	4	3	5	5	
5	5	4	4	5	4	3	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	
5	5	4	4	3	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	3	4	3	4	4	5	5	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	
5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	
5	4	3	5	5	2	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	
5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	
5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	
5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	3	4	4	

CE1	CE2	CE3	CE4	CE5	K1	K2	K3	K4	K5	CM1	CM2	CM3	CM4	CM5	CM6	CM7	CM8	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	LP1	LP2	LP3	LP4
5	5	5	4	4	5	5	5	3	5	5	5	5	4	5	5	5	3	4	4	5	5	5	4	5	5	4
5	4	5	5	5	4	5	5	4	3	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	4	3	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	3	3	4	3	5	5	5	4
5	5	3	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5
5	5	5	5	5	4	4	5	3	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5
5	5	4	4	4	5	5	4	3	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	3
5	5	5	5	5	3	4	4	3	5	5	4	4	4	3	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5
5	4	4	3	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	3	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4
5	4	5	5	5	5	4	4	3	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	3	5	5	5	4
5	5	5	5	5	4	4	3	3	5	4	4	5	5	3	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4
4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5
4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5
5	4	4	3	4	5	5	4	4	4	5	5	3	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5
4	4	5	5	4	3	4	4	4	5	4	3	5	5	5	4	3	4	3	4	4	5	5	5	4	5	5
4	4	4	4	4	5	3	4	5	5	4	3	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4
4	4	5	4	4	5	5	3	4	5	4	4	4	5	5	3	3	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4
4	4	3	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	3	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5
3	3	3	4	3	4	5	5	4	4	4	4	3	4	4	5	5	5	4	3	3	3	4	4	4	3	3
5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	3	3	4	5	4	5	4	5	5	4	4
3	2	2	5	4	5	3	4	5	3	5	3	4	4	5	3	3	3	4	5	2	5	3	5	3	4	3



LAMPIRAN 3
HASIL PENGOLAHAN DATA

Outer Loading

	Citra Merek	Customer Experience	Kepercayaan	Kepuasan Pelanggan	Loyalitas Pelanggan
CE1		0,811			
CE2		0,776			
CE3		0,790			
CE4		0,716			
CE5		0,755			
CM1	0,741				
CM2	0,730				
CM3	0,710				
CM4	0,714				
CM5	0,735				
CM6	0,777				
CM7	0,735				
CM8	0,713				
K1			0,753		
K2			0,773		
K3			0,737		
K4			0,741		
K5			0,706		
KP1				0,719	
KP2				0,801	
KP3				0,774	
KP4				0,812	
KP5				0,751	
LP1					0,783
LP2					0,802
LP3					0,796
LP4					0,765

Cross Loading

	Citra Merek	Customer Experience	Kepercayaan	Kepuasan Pelanggan	Loyalitas Pelanggan
CE1	0,545	0,811	0,520	0,623	0,602
CE2	0,524	0,776	0,496	0,599	0,568
CE3	0,510	0,790	0,496	0,596	0,587
CE4	0,454	0,716	0,460	0,495	0,555
CE5	0,550	0,755	0,415	0,529	0,543
CM1	0,741	0,501	0,506	0,521	0,551
CM2	0,730	0,412	0,476	0,467	0,470
CM3	0,710	0,534	0,471	0,508	0,575
CM4	0,714	0,512	0,504	0,513	0,540

CM5	0,735	0,474	0,493	0,438	0,510
CM6	0,777	0,484	0,459	0,469	0,532
CM7	0,735	0,514	0,446	0,535	0,514
CM8	0,713	0,483	0,469	0,502	0,549
K1	0,416	0,437	0,753	0,463	0,418
K2	0,491	0,471	0,773	0,466	0,487
K3	0,521	0,467	0,737	0,454	0,463
K4	0,469	0,413	0,741	0,439	0,451
K5	0,523	0,512	0,706	0,469	0,486
KP1	0,499	0,550	0,485	0,719	0,578
KP2	0,543	0,622	0,505	0,801	0,587
KP3	0,488	0,556	0,405	0,774	0,566
KP4	0,558	0,623	0,530	0,812	0,662
KP5	0,523	0,499	0,453	0,751	0,568
LP1	0,610	0,585	0,518	0,591	0,783
LP2	0,582	0,570	0,481	0,602	0,802
LP3	0,592	0,623	0,547	0,651	0,796
LP4	0,496	0,554	0,402	0,571	0,765

Fornell-Larcker Criterion

	Citra Merek	Customer Experience	Kepercayaan	Kepuasan Pelanggan	Loyalitas Pelanggan
Citra Merek	0,732				
Customer Experience	0,671	0,770			
Kepercayaan	0,654	0,621	0,742		
Kepuasan Pelanggan	0,677	0,741	0,618	0,772	
Loyalitas Pelanggan	0,727	0,742	0,622	0,769	0,787

Cronbach's Alpha dan AVE

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Citra Merek	0,876	0,876	0,902	0,536
Customer Experience	0,828	0,831	0,879	0,593
Kepercayaan	0,796	0,796	0,860	0,551
Kepuasan Pelanggan	0,830	0,833	0,880	0,596
Loyalitas Pelanggan	0,795	0,797	0,867	0,619

R-squares

	R Square	R Square Adjusted
Kepuasan Pelanggan	0,620	0,616
Loyalitas Pelanggan	0,701	0,696

Q-squares

	SSO	SSE	Q ² (=1-SSE/SSO)
Citra Merek	2000,000	2000,000	
Customer Experience	1250,000	1250,000	
Kepercayaan	1250,000	1250,000	
Kepuasan Pelanggan	1250,000	796,578	0,363
Loyalitas Pelanggan	1000,000	578,307	0,422

Bootstrapping

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Citra Merek -> Kepuasan Pelanggan	0,260	0,258	0,066	3,971	0,000
Citra Merek -> Loyalitas Pelanggan	0,271	0,264	0,052	5,238	0,000
Customer Experience -> Kepuasan Pelanggan	0,468	0,472	0,065	7,178	0,000
Customer Experience -> Loyalitas Pelanggan	0,256	0,257	0,057	4,514	0,000
Kepercayaan -> Kepuasan Pelanggan	0,157	0,157	0,066	2,394	0,017
Kepercayaan -> Loyalitas Pelanggan	0,067	0,077	0,061	1,110	0,268
Kepuasan Pelanggan -> Loyalitas Pelanggan	0,354	0,351	0,074	4,806	0,000

Pengaruh Tidak Langsung

	Citra Merek	Customer Experience	Kepercayaan	Kepuasan Pelanggan	Loyalitas Pelanggan
Citra Merek					0,092
Customer Experience					0,166
Kepercayaan					0,056
Kepuasan Pelanggan					
Loyalitas Pelanggan					

	Specific Indirect Effects
Citra Merek -> Kepuasan Pelanggan -> Loyalitas Pelanggan	0,092
Customer Experience -> Kepuasan Pelanggan -> Loyalitas Pelanggan	0,166
Kepercayaan -> Kepuasan Pelanggan -> Loyalitas Pelanggan	0,056

