

BAB IV

PENUTUP

Pada bab IV ini, berisi tentang kesimpulan dari hasil analisis data yang sudah dijabarkan pada bab III sebelumnya, serta terdapat saran yang bersumber dari hasil analisis.

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil temuan data di lapangan dan pembahasan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa kualitas relasi yang dijalin oleh *personal shopper* PT. Emax Fortune International dengan pelanggan masuk kategori baik, yaitu dengan jumlah skor rata-rata 3,60. Skor tersebut menunjukkan, bahwa kualitas relasi antara *personal shopper* dengan pelanggan masih perlu ditingkatkan lagi dan mencoba memperbaiki hubungan agar kedepannya bisa lebih baik serta menguntungkan diantara dua belah pihak.

Berdasarkan dari masing-masing dimensi kualitas relasi sebagian besar dalam kategori yang sama yaitu baik, namun nilai tertinggi adalah dimensi *control mutuality*, ditunjukkan dengan skor rata-rata 3,65. Rata-rata tersebut menunjukkan bahwa, pelanggan memberikan nilai yang cukup tinggi kepada perlakuan *personal shopper* dalam hal *control mutuality*. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa pelanggan menilai kualitas relasi *personal shopper* dengan pelanggan merupakan sebuah kekuatan dari perusahaan untuk saling mempengaruhi satu sama lain, dimana *control mutuality* berhubungan dengan pelanggan yang mendapatkan wewenang dan juga kesempatan dalam

memberikan *control* terhadap *personal shopper* ketika pelayanan yang diberikan oleh *personal shopper* tidak memuaskan dan tidak sesuai harapan.

Suatu hubungan dikatakan memiliki kualitas relasi yang sangat baik apabila memiliki tingkat kepercayaan, kepuasan, komitmen, dan kontrol mutualitas yang tinggi terhadap suatu hubungan yang telah dijalin. Walaupun pada kenyataannya, hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan tingkat kepercayaan yang dimiliki oleh pelanggan. Tingkat kepercayaan yang dimiliki oleh pelanggan masih perlu diperbaiki lagi, karena pada dimensi kepercayaan memiliki skor yang paling rendah dibandingkan dengan dimensi lain. Dimensi kepercayaan memiliki skor sebesar 3,52. Skor tersebut masuk dalam kategori baik namun memiliki skor paling rendah dibandingkan dengan dimensi lain, sehingga *personal shopper* harus mampu membangun kepercayaan dari pelanggan, karena pelanggan merasa *personal shopper* kurang bisa memberikan informasi secara efektif dan terpercaya.

Sedangkan untuk tingkat kepuasan, memperoleh skor yang baik juga yaitu sebesar 3,64. Meskipun dikatakan baik, *personal shopper* tetap harus meningkatkan kepuasan pelanggan. Karena, pada dimensi ini skor yang diperoleh juga belum maksimal. Sehingga, *personal shopper* harus lebih meningkatkan kualitas relasi hubungan yang dijalin agar pelanggan merasa puas dengan hubungan yang sudah dijalin antara *personal shopper* dengan pelanggan yang arahnya bahwa pelanggan merasa puas dengan *personal shopper* ketika menangani keluhan dari pelanggan.

Suatu hubungan akan dapat bertahan lama, apabila kedua belah pihak dapat menjaga komitmen yang dibangun. Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa tingkat komitmen yang dimiliki *personal shopper* dengan pelanggan adalah sebesar 3,61. Skor tersebut termasuk dalam kategori baik. sehingga dapat disimpulkan bahwa pelanggan berusaha mempertahankan hubungan yang baik dengan *personal shopper*.

Kontrol mutualitas memiliki peran yang sangat penting dalam melihat kualitas relasi yang dijalin antara organisasi dengan pelanggan. Nilai rata-rata pada dimensi ini merupakan nilai yang tertinggi yaitu dengan skor 3,65. Hal tersebut menunjukkan bahwa tingkat kontrol yang dimiliki oleh *personal shopper* dapat dikatakan cukup baik. hal ini ditunjukkan dengan kebijaksanaan *personal shopper* untuk memberikan wewenang serta kontrol terhadap pelanggan ketika pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan harapan.

B. Saran

1. Bagi perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, maka peneliti memberikan saran khususnya kepada PT. EMAX Fortune International terkait dengan hubungan yang telah terjalin dengan EMAX member. Sehingga, untuk kedepannya EMAX memiliki kualitas hubungan yang sangat baik dengan EMAX member. Terutama, EMAX harus lebih meningkatkan kepercayaan member kepada *personal shopper* karena dimensi kepercayaan memiliki nilai yang paling rendah dibandingkan

dengan dimensi lain. Selain itu, dimensi kualitas relasi yang paling tinggi adalah pada dimensi *control mutuality* yang berarti bahwa kualitas relasi *personal shopper* dengan konsumen yang paling tinggi adalah kekuatan dari perusahaan untuk saling mempengaruhi satu sama lain atau berhubungan dengan sejauh mana pihak dalam suatu hubungan puas dengan kontrol yang mereka miliki atas hubungan yang mereka jalin dengan suatu perusahaan, untuk itu perlu dipertahankan dimensi *control mutuality* tersebut dan meningkatkan tiga dimensi lain dari kualitas relasi untuk memberikan pelayanan yang maksimal kepada konsumen.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti merasa bahwa masih banyak kekurangan yang terdapat dalam penelitian ini, maka saran peneliti untuk penelitian selanjutnya, karakteristik data yang digunakan tidak hanya karakteristik responden, namun perlu dimasukkan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan kualitas relasi dari *personal shopper* berdasarkan karakteristiknya, misalkan kualitas relasi *personal shopper* berdasarkan gender dan sebagainya, untuk itu saran kepada peneliti selanjutnya dapat dilengkapi dengan analisis kualitas relasi berdasarkan pada karakteristik *personal shopper*. Penelitian ini juga dapat disempurnakan dengan metode penelitian kualitatif didasari dengan teori-teori yang terkait sehingga mampu memberikan gambaran secara lebih mendalam tentang kualitas relasi yang diteliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Barnesh, James .G.2003. *Secret Customer Relationship Management (Rahasia Manajemen Hubungan Pelanggan)*. Yogyakarta: ANDI.
- Broom, G.M, Center, A.H & Cutlip, S.M .2000.*Effective Public Relations*.(Edisi ke-8).Prectice Hall.
- Bungin, Burhan. 2001. *Metodologi penelitian sosial*. Surabaya : Airlangga University Press
- Buttle, Francis. 2004. *Customer Relationship Management*. Alih bahasa: Arief Subiyanto. Malang:Banyumedia Publishing.
- Cutlip, ScottM, Allen H Center, dan Glen M Broom. 2000. *Effective Public Relations*.New Jersey: Prentice Hall Inc
- Dozier, D., Grunig, J.E., & Grunig, L.A. (1995).*Manager Guide to Excellence in Public Relations and Communication Management*. New Jersey. Lawrence Erlbaum Associates.
- Gaspersz, V. 1997.*Manajemen Kualitas dalam Industri Jasa*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Grunig, J. E. 1993. *Imageand substance: From symbolic to behavioural relationships*. Public Relations Review, 91 (2), 121-139
- Grunig, J. E., & Hunt, T. 1984. *Managing Public Relations*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Grunig, Larissa A., Grunig, James & Dozier, David M. 1995.*Guide to excellence in public relations and communication management*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associate,Inc
- Haberer, J. (2010). *Layanan Pelanggan di Era Informasi*. Jakarta : Indeks.
- Hon, Linda Childers & Grunig, James E. (1999).*Guidelines For Measuring Relationship in Public Relations*. Institute For Public Relations.
- Huang, Y. H. 2001. OPRA: A Cross-Cultural, Multiple-Item Scale For Measuring Organization-Public Relationships. *Journal of Public Relations Research*.
- Jeffkins, Frank. 1994. *Public Relations untuk Bisnis*. Jakarta: PT. Pustaka Binaman Pressindo.
- Kasali, Rhenald.2003. *Metode Penelitian Komunikasi*. Jakarta: Pustaka Grafiti.

- Kriyantono, Rachmat. 2010. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Kriyantono, Rachmad. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Kriyantono, Rachmat. 2008. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Lattimore, Dan, Otis Baskin, Suzette T.Heiman, & Elizabeth L. Toth. 2010. *Public Relations Profesi dan Politik*. Jakarta: Salemba humanika.
- Majid, S. A. 2009. *Customer Service Dalam Bisnis Jasa Transportasi*. Jakarta : PT.Raja Grafindo Persada.
- Malhotra, Naresh K. 1999. *Marketing Research An Applied Orientation*. New Jersey: Prentice Hall, Inc.
- Margono. 2004. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Masyhuri dan Zainuddin. 2008. *Metodologi Penelitian–Pendekatan Praktis dan Aplikatif*. Bandung : PT Refika Aditama
- Moore, Frazier H. 2000. *Hubungan Masyarakat : Prinsip, Kasus dan Masalah*, Edisi Kedua, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung
- Morgan, R. M., and Hunt, S. D. 1994. *The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing*. Journal of Marketing, 58, 20-28.
- Morissan. 2006. *Pengantar Public Relations, Strategi Menjadi Humas Profesional*. Jakarta : Ramdina Prakarsa.
- Morissan. 2008. *Manajemen Public Relations : Strategi menjadi Humas Profesional*. Jakarta: Kencana Prenade Media Group.
- Morissan, 2010. *Manajemen Public Relations*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Nasution, MN. 2005. *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Oetomo, B.S.D, Simandjuntak, J.P dan Sukoco, A.A. 2003. *I-CRM Membina Relasi dengan Pelanggan.Com*. Yogyakarta: ANDI OFFSET.
- Putra, Ngurah. 1999. *Manajemen Hubungan Masyarakat*. Yogyakarta: ANDI Offset

- Rakhmat, Jalaludin. 1991. *Metode penelitian Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya Offset.
- Ruslan, Rosady. 2003. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Ruslan, Rosady. 2005. *Manajemen Public Relations & Manajemen Komunikasi: Konsep dan Aplikasi*. Edisi Revisi. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Seitel, Fraser. 1995. *The Practice of Public Relations 6th ed*. New Jersey: Practice Hall Inc.
- Singarimbun, Masri & Sofian, Effendi. 1989. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
- Singarimbun, M. dan S. Effendi, 1998. *Metode penelitian survey*. Jakarta: LP3ES.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif & RND*. Bandung: Alfabeta
- Suhandang, Kustadi. 2004. *Public Relations Perusahaan: Kajian Program Implementasi*. Bandung : Penerbit Nuansa.
- Sulaksana, Uyung. 2005. *Integrated Marketing Communications Teks dan Kasus*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Surra, C. A. & Ridley, C. A. 1991. *Multiple Perspectives on Intertaction: Participants, Peers, and Observers*. In B. M. Montgomery & S. Duck (Eds.), *Studying Interpersonal Interaction* New York: Guilford.
- Tjiptono, Fandy. (2005). *Service Quality and Satisfaction*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Turner, L. H., & West, R. 2008. *Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Wood, W., & Acuff, J. 2006. *Relationship Edge in Bussiness: Menjalin Koneksi dengan Pelanggan dan Kolega*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia.



No Responden

Data Responden :

Nama :

Alamat :

Berilah tanda silang (X) pada salah satu jawaban yang anda pilih:

1. Jenis Kelamin :

- a. Laki-laki
- b. Perempuan

2. Usia

- a. 15-20 tahun
- b. 21-26 tahun
- c. 27-32 tahun
- d. di atas 32 tahun

3. Pekerjaan :

- a. Pelajar
- b. Mahasiswa

c. Pegawai

d. Wiraswasta

e. Lain-lain

4. Lama menjadi pelanggan EMAX:

a. <2 tahun

b. 2-4 tahun

c. 5-7 tahun

d. > 7 tahun

5. Jumlah Transaksi

a. < 5 kali

b. 5-10 kali

c. 10-20 kali

d. < 20 kali

Jawablah Pertanyaan di bawah ini:

Intruksi:

Berikan tanda silang (x) pada kolom alternatif skor (1-10) yang telah disediakan untuk memberikan tingkat persetujuan anda. Semakin besar skor yang dipilih, maka semakin besar rasa setuju anda dengan pernyataan tersebut. Pernyataan yang dibuat terkait dengan persepsi anda terhadap relasi yang telah dijalin antara *personal shopper* PT. Emax Fortune International dengan anda!

A. *Trust* (Kepercayaan)

NO	PERTANYAAN	ALTERNATIF SKOR									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1.	<i>Personal shopper</i> selalu memperlakukan anda dengan baik dan adil.										
2.	Keputusan-keputusan yang diambil oleh <i>personal shopper</i> selalu mempertimbangkan kepentingan anda.										
3.	<i>Personal shopper</i> selalu menepati janji yang diberikan kepada anda.										
4.	<i>Personal shopper</i> menggunakan langkah-langkah yang sistematis sesuai prosedur dalam melayani anda.										
5.	Anda merasa yakin bahwa <i>personal shopper</i> memiliki kemampuan untuk membantu permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh anda.										
6.	<i>Personal shopper</i> memberikan pelayanan yang dibutuhkan secara cepat.										
7.	<i>Personal shopper</i> memberikan informasi secara efektif dan terpercaya.										

B. *Satisfaction* (kepuasan)

[illegible]

C. *Commitment* (Komitmen)

[illegible]

D. *Control Mutuality* (kontrol atas hubungan)

[illegible]

2.	<i>Personal shopper</i> berusaha merealisasikan keinginan anda.											
3.	<i>Personal shopper</i> percaya dengan pendapat anda.											
4.	<i>Personal shopper</i> selalu memberikan kesempatan untuk anda dalam mengutarakan pendapatnya.											
5.	Dalam berinteraksi dengan <i>personal shopper</i> , anda mendapatkan kesempatan dan wewenang untuk memberikan control terhadap <i>personal shopper</i> ketika pelayanan yang diberikan oleh <i>personal shopper</i> tidak memuaskan dan tidak sesuai harapan											
6.	<i>Personal shopper</i> dapat bekerjasama dengan anda.											

Terima Kasih atas Partisipasinya

DATA PENELITIAN

Res	JK	Usia	Pek	Waktu	J. Trans	Trust							Mean	Satisfaction							Mean	Commitment							Mean	Control Mutuality							Mean	Rata-rata	Kualitas																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																												
						1	2	3	4	5	6	7		1	2	3	4	5	6	7		1	2	3	4	5	6	1		2	3	4	5	6	7																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
1	1	1	3	5	3	4	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	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	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	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	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	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	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	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	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	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	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	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	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	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	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	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	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	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	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	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	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	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	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	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	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	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	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	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	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	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	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	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	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	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	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	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	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	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	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	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	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	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	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3

Res	JK	Usia	Pek	Waktu	J. Trans	Trust							Mean	Satisfaction							Mean	Commitment							Mean	Control Mutuality							Mean	Rata-rata
						1	2	3	4	5	6	7		1	2	3	4	5	6	7		1	2	3	4	5	6		1	2	3	4	5	6				
93	1	4	4	1	2	4	2	4	4	4	4	4	3.71	4	4	5	4	4	5	4	4.29	4	5	4	5	5	5	4.67	5	4	4	5	4	5	4.50	4.29		
94	2	4	5	2	2	2	2	1	1	2	2	2	1.71	3	3	2	2	3	2	2	2.43	3	2	2	3	2	2	2.33	3	1	2	3	2	3	2.33	2.2		
95	1	2	2	3	3	2	2	2	4	3	4	3	2.86	3	4	4	4	4	4	4	3.86	4	4	4	4	5	5	4.33	3	4	4	5	4	4	4.00	3.76		
96	1	2	2	3	4	4	5	5	5	4	5	5	4.71	5	5	5	5	5	5	5	5.00	4	5	4	5	5	5	4.67	4	4	4	5	4	4	4.17	4.64		
97	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4.14	4	5	5	5	5	4	4	4.43	5	5	5	4	4	5	4.67	4	5	5	5	5	5	4.83	4.52		
98	2	4	4	3	4	4	5	5	5	4	4	5	4.57	4	5	5	5	4	5	5	4.71	5	5	5	5	5	5	5.00	5	5	5	5	4	5	4.83	4.78		
99	1	1	1	2	2	4	4	5	4	4	4	4	4.14	4	4	3	4	4	4	4	3.86	4	4	4	5	5	5	4.50	4	4	4	5	5	5	4.50	4.25		
100	1	1	1	1	1	2	3	3	3	3	3	3	3.00	3	3	3	3	3	3	3	3.14	3	3	3	3	3	3	3.00	3	3	3	3	3	3	3.00	3.04		
101	2	2	2	2	3	4	4	4	5	4	4	4	4.14	4	5	5	5	5	5	5	4.86	4	5	4	4	4	4	4.17	4	4	5	5	5	5	4.67	4.46		
102	2	2	2	2	1	4	4	4	3	4	3	4	3.71	3	3	3	4	4	4	4	3.57	3	4	3	4	3	4	3.50	3	4	4	4	4	5	4.00	3.7		
103	2	2	2	2	1	4	5	4	5	3	4	4	4.14	4	4	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4	4	4.00	4.04		
104	1	3	3	3	2	3	4	4	3	4	4	4	3.71	4	3	4	3	4	4	4	3.71	4	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4	3	3.83	3.82		
105	1	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4	4	4.00	3.92		
106	2	2	2	2	1	3	3	4	3	3	3	4	3.29	3	4	3	3	3	4	4	3.43	4	3	4	3	4	4	3.67	4	3	4	4	3	3	3.50	3.47		
107	1	2	3	3	2	3	3	4	3	4	3	4	3.43	4	3	4	4	3	4	3	3.57	3	4	3	4	3	4	3.50	4	3	4	4	4	4	3.67	3.54		
108	1	4	4	2	1	3	4	3	4	4	4	4	3.71	4	4	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4	4	4.00	3.93		
109	1	2	3	2	1	4	4	4	4	4	4	4	4.00	4	3	4	3	3	3	3	3.43	4	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4	4	4.00	3.86		
110	1	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4	4	4	4.00	3	4	4	4	4	4	3.83	4	4	4	4	4	4	4.00	3.96		
111	2	3	4	2	1	4	4	4	4	3	4	3	3.86	4	4	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4	4	4.00	3.92		
112	2	2	2	2	2	4	4	4	4	3	4	4	3.86	4	4	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	3	4	3	3.67	4	4	4	4	4	4	4.00	3.88		
113	2	2	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4	4	4	4.00	3	4	4	3	4	4	3.67	4	4	4	4	4	4	3.83	3.88		
114	1	3	4	3	3	4	5	4	4	4	4	4	4.14	3	4	4	4	4	4	4	3.86	4	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4	4	4.00	4		
115	1	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5.00	5	5	5	5	5	5	5	5.00	5	5	5	5	5	5	5.00	5	5	5	5	5	5	5.00	5		
116	2	3	3	1	1	4	4	4	3	4	4	5	4.00	4	4	4	3	4	4	5	4.00	4	4	4	4	3	4	3.83	4	3	4	4	4	4	3.83	3.92		
117	2	1	1	2	4	5	5	5	5	5	5	5	5.00	5	5	5	5	5	5	5	5.00	5	5	4	5	4	5	4.67	5	4	5	4	5	5	4.67	4.83		
118	2	1	2	2	3	5	4	5	5	4	5	4	4.57	5	4	5	5	5	4	4	4.71	5	4	5	5	5	5	4.83	5	5	5	5	5	5	5.00	4.78		
119	2	1	1	2	3	4	5	5	5	4	5	5	4.71	5	4	5	5	5	4	5	4.71	4	5	5	4	5	5	4.67	5	5	5	4	5	5	4.83	4.73		
120	2	2	3	2	2	4	4	5	5	4	4	4	4.29	4	4	4	4	4	5	5	4.29	5	5	4	5	5	4	4.67	5	5	4	4	5	5	4.67	4.48		
121	1	1	1	1	1	5	5	4	5	5	5	5	4.86	5	5	4	5	5	5	5	4.86	4	4	4	5	5	4	4.33	4	3	4	4	5	5	4.17	4.55		
122	2	3	3	1	2	4	4	4	4	4	5	5	4.14	5	5	4	4	4	5	5	4.57	4	4	5	5	4	4	4.33	4	3	4	4	4	4	3.83	4.22		
123	2	3	3	2	2	5	3	4	4	4	5	4	4.14	4	4	4	5	4	4	4	4.14	5	5	4	4	5	4	4.50	5	4	4	4	5	5	4.50	4.32		
124	1	4	5	1	1	1	2	2	5	5	4	4	3.29	5	4	4	4	4	4	4	4.14	5	4	2	4	2	3	3.33	4	4	4	3	4	3	3.67	3.61		
125	1	2	2	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3.71	4	4	5	4	4	4	4	4.14	4	4	2	4	3	3	3.33	2	2	3	3	4	3	2.83	3.51		
126	2	4	4	1	1	3	3	3	4	4	4	4	3.57	3	3	2	3	3	3	3	3.00	3	2	2	3	2	3	2.50	3	3	2	3	4	3	3.00	3.02		
127	2	4	4	1	1	3	3	3	4	4	4	4	3.57	3	3	3	3	3	3	3	3.00	3	3	2	3	3	3	2.83	3	2	2	3	4	3	2.67	3.02		
128	2	3	5	1	2	4	4	4	4	5	5	5	4.43	4	5	4	5	5	5	5	4.71	4	3	4	5	4	4	4.00	4	3	3	3	4	3	3.33	4.12		
129	2	4	5	2	3	4	4	4	5	5	5	5	4.57	5	5	5	5	5	5	5	5.00	3	3	4	4	4	4	3.67	4	3	3	3	3	5	3.50	4.18		
130	1	4	3	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4	4	4.00	4	5	4	4	4	4	4.17	4.04		
131	2	3	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	3.86	4	3	4	4	4	4	5	4.00	1	2	2	4	3	2.50	3	3	3	4	5	5	3.50	3.46			
132	3	3	3	1	1	4	4	3	4	4	4	4	3.86	4	4	4	3	4	4	4	3.86	4	5	5	4	5	4	4.50	4	4	4	5	5	5	4.33	4.14		
133	2	1	1	1	1	3	4	2	2	4	3	4	3.14	4	4	4	4	3	4	4	3.86	4	4	4	4	4	4	4.00	3	4	4	4	4	4	3.83	3.71		
134	1	4	5	2	2	4	4	4	4	4	3	3	3.86	4	4	4	3	3	4	4	3.71	4	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	5	5	4.17	3.93		
135	1	4	5	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4	4	4	4.00	5	4	4	4	4	4	4.20	5	5	4	4	5	5	4.67	4.22		
136	2	2	2	1	2	3	3	3	4	4	4	4	3.43	5	4	3	4	4	3	4	3.86	4	4	4	4	4	4	4.00	5	4	3	4	5	5	4.33	3.9		
137	1	4	5	1	1	5	1	1	2	4	3	4	2.86	4	4	4	4	5	5	5	4.43	4	4	4	4	4	5	4.33	4	3	4	4	4	5	4.00	3.9		
138	2	2	3	1	2	4	4	4	4	4	5	5	4.14	4	4	4	5	5	5	5	4.43	4	5	4	4	4	5	4.33	4	5	5	5	5	4	4.67	4.39		
139	1	4	5	1	2	4	4	4	3	4	5	4	4.00	4	4	4	3	4	4	4	3.86	4	5	5	4	4	4	4.50	5	4	5	5	5	5	4.67	4.26		
140	1	3	4	1	2	4	4	4	4	5	4	4	4.14	4	4	4	4	5	5	5	4.43	4	4	4	5	5	4	4.33	4	4	4	4	5	5	4.17	4.27		
141	2	2	2	2	3	3	4	4	3	3	3	3	3.29	3	3	3	3	3																				

Frequency Table

Jenis kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	90	48.1	48.1	48.1
	Perempuan	97	51.9	51.9	100.0
	Total	187	100.0	100.0	

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	15 - 20 tahun	18	9.6	9.6	9.6
	21 - 26 tahun	87	46.5	46.5	56.1
	27 - 32 tahun	66	35.3	35.3	91.4
	di atas 32 tahun	16	8.6	8.6	100.0
	Total	187	100.0	100.0	

Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar	12	6.4	6.4	6.4
	Mahasiswa	74	39.6	39.6	46.0
	Pegawai	29	15.5	15.5	61.5
	Wiraswasta	33	17.6	17.6	79.1
	Lain-lain	39	20.9	20.9	100.0
	Total	187	100.0	100.0	

Lama menjadi pelanggan EMAX

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 2 tahun	57	30.5	30.5	30.5
	2 - 4 tahun	87	46.5	46.5	77.0
	5 - 7 tahun	42	22.5	22.5	99.5
	> 7 tahun	1	.5	.5	100.0
	Total	187	100.0	100.0	

Jumlah transaksi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 5 kali	33	17.6	17.6	17.6
	5 - 10 kali	41	21.9	21.9	39.6
	10 - 20 kali	41	21.9	21.9	61.5
	> 20 kali	72	38.5	38.5	100.0
	Total	187	100.0	100.0	

Descriptives

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Trust1	187	1.00	5.00	3.3850	.78384
Trust2	187	1.00	5.00	3.3636	.80747
Trust3	187	1.00	5.00	3.4599	.83746
Trust4	187	1.00	5.00	3.7005	.75217
Trust5	187	1.00	5.00	3.4813	.75021
Trust6	187	2.00	5.00	3.5134	.75033
Trust7	187	1.00	5.00	3.7326	.72078
Rata_Trust	187	1.71	5.00	3.5195	.58746
Valid N (listwise)	187				

Descriptives

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Satisfaction1	187	1.00	5.00	3.4545	.80444
Satisfaction2	187	2.00	5.00	3.5775	.71702
Satisfaction3	187	1.00	5.00	3.5989	.75106
Satisfaction4	187	2.00	5.00	3.6364	.73056
Satisfaction5	187	2.00	5.00	3.7273	.70745
Satisfaction6	187	2.00	5.00	3.7059	.76490
Satisfaction7	187	2.00	5.00	3.7701	.72257
Rata_Satisfaction	187	2.14	5.00	3.6387	.60560
Valid N (listwise)	187				

Descriptives

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Commitment1	187	1.00	5.00	3.5187	.74301
Commitment2	187	1.00	5.00	3.5508	.78380
Commitment3	186	1.00	5.00	3.5699	.76967
Commitment4	187	1.00	5.00	3.6952	.72448
Commitment5	187	1.00	5.00	3.5829	.80811
Commitment6	186	1.00	5.00	3.7204	.77621
Rata_Commitment	187	1.50	5.00	3.6068	.62770
Valid N (listwise)	185				

Descriptives

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Control_Mutuality1	187	1.00	5.00	3.4599	.74216
Control_Mutuality2	187	1.00	5.00	3.5134	.72110
Control_Mutuality3	187	2.00	5.00	3.5722	.70244
Control_Mutuality4	187	2.00	5.00	3.7219	.67018
Control_Mutuality5	187	1.00	5.00	3.8717	.69915
Control_Mutuality6	187	1.00	5.00	3.7861	.78782
Rata_ControlMutuality	187	1.50	5.00	3.6542	.58134
Valid N (listwise)	187				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas_Relasi	187	2.00	5.00	3.6048	.55860
Valid N (listwise)	187				

Frequency Table

Trust

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat tidak baik	1	.5	.5	.5
Tidak baik	8	4.3	4.3	4.8
Cukup baik	80	42.8	42.8	47.6
Baik	74	39.6	39.6	87.2
Sangat baik	24	12.8	12.8	100.0
Total	187	100.0	100.0	

Satisfaction

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak baik	6	3.2	3.2	3.2
Cukup baik	55	29.4	29.4	32.6
Baik	95	50.8	50.8	83.4
Sangat baik	31	16.6	16.6	100.0
Total	187	100.0	100.0	

Com m itm ent

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak baik	1	.5	.5	.5
	Tidak baik	7	3.7	3.7	4.3
	Cukup baik	71	38.0	38.0	42.2
	Baik	73	39.0	39.0	81.3
	Sangat baik	35	18.7	18.7	100.0
	Total	187	100.0	100.0	

Control_Mutuality

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak baik	1	.5	.5	.5
	Tidak baik	2	1.1	1.1	1.6
	Cukup baik	68	36.4	36.4	38.0
	Baik	88	47.1	47.1	85.0
	Sangat baik	28	15.0	15.0	100.0
	Total	187	100.0	100.0	

Kualitas Relasi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak baik	6	3.2	3.2	3.2
	Cukup baik	72	38.5	38.5	41.7
	Baik	77	41.2	41.2	82.9
	Sangat baik	32	17.1	17.1	100.0
	Total	187	100.0	100.0	

T-Test

Group Statistics

	Jenis kelamin	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Kualitas_Relasi	Laki-laki	90	3.6382	.54625	.05758
	Perempuan	97	3.5738	.57089	.05797

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						95% Confidence Interval of the Difference	
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference		Lower	Upper
Kualitas_Relasi	Equal variances assumed	1.022	.313	.787	185	.432	.06444	.08184		-.09702	.22590
	Equal variances not assumed			.789	184.820	.431	.06444	.08170		-.09675	.22563

Oneway

Descriptives

Kualitas_Relasi								
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
15 - 20 tahun	18	3.9947	.58978	.13901	3.7014	4.2880	3.04	4.83
21 - 26 tahun	87	3.4560	.54170	.05808	3.3406	3.5715	2.00	4.64
27 - 32 tahun	66	3.6130	.45151	.05558	3.5020	3.7240	2.63	4.75
di atas 32 tahun	16	3.9410	.69105	.17276	3.5728	4.3092	2.20	5.00
Total	187	3.6048	.55860	.04085	3.5242	3.6854	2.00	5.00

ANOVA

Kualitas_Relasi					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	6.476	3	2.159	7.661	.000
Within Groups	51.563	183	.282		
Total	58.039	186			

Oneway

Descriptives

Kualitas Relasi								
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
Pelajar	12	4.0600	.62425	.18021	3.6634	4.4567	3.04	4.83
Mahasiswa	74	3.4594	.54063	.06285	3.3341	3.5846	2.00	4.78
Pegawai	29	3.7496	.51696	.09600	3.5529	3.9462	2.26	4.49
Wiraswasta	33	3.7854	.57611	.10029	3.5811	3.9897	2.96	5.00
Lain-lain	39	3.4801	.45796	.07333	3.3316	3.6285	2.20	4.39
Total	187	3.6048	.55860	.04085	3.5242	3.6854	2.00	5.00

ANOVA

Kualitas Relasi					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	6.343	4	1.586	5.582	.000
Within Groups	51.696	182	.284		
Total	58.039	186			

Oneway

Descriptives

Kualitas Relasi								
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
< 5 kali	33	3.4789	.63305	.11020	3.2544	3.7034	2.00	4.55
5 - 10 kali	41	3.8504	.53315	.08326	3.6821	4.0187	2.20	4.73
10 - 20 kali	41	3.6301	.52698	.08230	3.4638	3.7964	2.96	4.78
> 20 kali	72	3.5082	.51789	.06103	3.3865	3.6299	2.63	5.00
Total	187	3.6048	.55860	.04085	3.5242	3.6854	2.00	5.00

ANOVA

Kualitas Relasi					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	3.694	3	1.231	4.146	.007
Within Groups	54.345	183	.297		
Total	58.039	186			

TABEL
NILAI - NILAI r PRODUCT MOMENT

N	Taraf Signif		N	Taraf Signif		N	Taraf Signif	
	5%	1%		5%	1%		5%	1%
3	0.997	0.999	27	0.381	0.487	55	0.266	0.345
4	0.95	0.99	28	0.374	0.478	60	0.254	0.330
5	0.878	0.959	29	0.367	0.470	65	0.244	0.317
6	0.811	0.917	30	0.361	0.463	70	0.235	0.306
7	0.754	0.874	31	0.355	0.456	75	0.227	0.296
8	0.707	0.834	32	0.349	0.449	80	0.22	0.286
9	0.666	0.798	33	0.344	0.442	85	0.213	0.278
10	0.632	0.765	34	0.339	0.436	90	0.207	0.270
11	0.602	0.735	35	0.334	0.430	95	0.202	0.263
12	0.576	0.708	36	0.329	0.424	100	0.195	0.256
13	0.553	0.684	37	0.325	0.418	125	0.176	0.23
14	0.532	0.661	38	0.32	0.413	150	0.159	0.21
15	0.514	0.641	39	0.316	0.408	175	0.148	0.194
16	0.497	0.632	40	0.312	0.403	200	0.138	0.181
17	0.482	0.606	41	0.308	0.398	300	0.113	0.148
18	0.468	0.590	42	0.304	0.393	400	0.098	0.128
19	0.456	0.575	43	0.301	0.389	500	0.088	0.115
20	0.444	0.561	44	0.297	0.384	600	0.080	0.105
21	0.433	0.549	45	0.294	0.38	700	0.074	0.097
22	0.423	0.537	46	0.291	0.376	800	0.07	0.091
23	0.413	0.526	47	0.288	0.372	900	0.065	0.086
24	0.404	0.515	48	0.284	0.368	1000	0.062	0.081
25	0.396	0.505	49	0.281	0.364			
26	0.388	0.496	50	0.279	0.361			