

LAMPIRAN I

PRA SURVEI

Sehubungan dengan penyelesaian tugas akhir dengan judul “Pengaruh *Customer Relationship Management* dan *After Sales Service* melalui *Customer Satisfaction* Melalui *Customer Loyalty* sebagai variabel intervening” dengan studi kasus *E-commerce* Shopee di wilayah Tangerang . Maka saya mahasiswa dari Universitas Esa Unggul mengharapkan ketersediaan Bapak/Ibu/Saudara/Saudari untuk menjadi responden dalam penelitian ini dengan cara mengisi pra survei secara lengkap dan sesuai dengan keadaan yang sebenarnya karena hasil dari pra survei ini sangat mempengaruhi hasil penelitian. Pra survei ini hanya bertujuan untuk kepentingan penelitian, semua data yang masuk akan dijamin kerahasiannya.

Nama :

Alamat :

Umur :

- a. < 20 Tahun
- b. 21-30 Tahun
- c. 31-40 Tahun
- d. > 40 Tahun

Pekerjaan :

- a. Pelajar
- b. Mahasiswa
- c. Pegawai Swasta
- d. Kewirausahaan

1. *Customer Relationship Management*

No	Pertanyaan	Jawaban	
		Ya	Tidak
1	Apakah pelanggan tertarik menggunakan shopee di pilih karena pelayanannya sesuai?	20%	80 %
2	Apakah layanan social media memudahkan pelanggan mendapatkan informasi Shopee?	16%	84%

2. *After Sales Service*

No	Pertanyaan	Jawaban	
		Ya	Tidak
1	Apakah Shopee menanggapi untuk pengembalian barang reject dengan baik?	24%	76%
2	Apakah Shopee cepat menanggapi masalah antara pelanggan dan penjual?	20%	80%

LAMPIRAN II

Kuesioner Penelitian

**PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT*
AND AFTER SALES SERVICE MELALUI *CUSTOMER*
SATISFACTION TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* PADA
ECOMMERCE SHOPEE (STUDI KASUS WILAYAH
*TANGERANG)***

Responden Yth,

Sehubung dengan penyusunan skripsi dengan judul yang telah disebutkan diatas,maka dengan hormat saya:

Nama : Nurmaniah

NIM : 2015-11-175

Memohon kesediaan Ibu/Bapak/Saudara/I untuk mengisi kuesioner (daftar pertanyaan) yang saya ajukan ini secara jujur dan terbuka. Daftar pertanyaan ini saya ajukan semata-mata untuk keperluan penelitian, sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan jenjang strata satu (S1) jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Esa unggul, Jakarta. Karenanya, Kebenaran dan kelengkapan jawabanya yang anda berikan akan sangat membantu bagi penulis, untuk selanjutnya akan mrnjadi masukan yang bermanfaat bagi hasil penelitian yang penulis lakukan. Atas pertisifasinya Ibu/Bapak Saudara/i dalam mengisi daftar pertanyaan/kuesioner ini, saya ucapkan terimakasih.

Hormat Saya

Nurmaiah

No. Responden:

Data Responden

Petunjuk :

Isilah data responden dibawah ini dengan menyilang (X) pada salah satu jawaban yang tersedia.

1. Usia:
 - a. 17-25
 - b. 26-35
 - c. > 35 tahun
2. Pendidikan terakhir:
 - a. SMA/Sederajat
 - b. Sarjana
 - c. Pasca Sarjana
 - d. Lain-Lain, tuliskan _____.
3. Pekerjaan anda saat ini:
 - a. Pelajar/Mahasiswa
 - b. Karyawan
 - c. Wirausaha
 - d. Lain-lain, tuliskan _____.
4. Berapa kali dalam sebulan anda berbelanja di *e-commerce* shopee dalam 6 bulan terakhir?
 - a. 2 Kali
 - b. 3-4 Kali
 - c. >5 Kali
5. faktor-faktor apakah yang membuat anda memutuskan untuk membeli produk dari *e-commerce* Shopee?
.....
.....
6. Apa yang membedakan *e-commerce* Shopee dengan *ecommerce* lain?
.....
.....
7. Pengalaman menyenangkan seperti apa yang anda rasakan ketika anda memakai *e-commerce* Shopee?
.....
.....

CARA PENGISIAN

1. Sebelum mengisi pernyataan kuesioner di bawah, bacalah petunjuk pengisian dengan baik dan isilah data responden terlebih dahulu.
2. Kuesioner penelitian ini terdiri dari 39 pernyataan.
3. Berilah tanda silang (✓) pada kolom pernyataan **Sangat Tidak Setuju (STS)**, **Tidak Setuju (TS)**, **Setuju (S)** dan **Sangat Setuju (SS)** sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

NO.	PERNYATAAN	KETERANGAN			
		STS	TS	S	SS
	<i>Customer Relationship Management</i>	1	2	3	4
1.	Kemudahan dalam mendapatkan informasi produk serta promosi iklan di tv,youtube / papan billboard.				
2.	Penggunaan Sistem informasi pada Shopee sangat membantu pelanggan dalam melakukan pembelian				
3	Shopee menyediakan media komunikasi yang digunakan untuk menjalin hubungan dengan pelanggan				
4.	Petugas <i>customer service</i> Shopee bekerja secara professional				
5.	Petugas <i>customer service</i> Shopee memiliki kemampuan memberikan pelayanan yang cepat				
6.	Petugas <i>customer service</i> Shopee melayani pelanggan dengan ramah				
7.	Komunikasi dalam proses pembelian produk terjalin dengan baik				
8.	Proses pembelian di Shopee sangat mudah untuk dilakukan pelanggan				
9.	Proses pembelian di shopee secara keseluruhan memenuhi keinginan pelanggan				

<i>After sales service</i>		STS	TS	S	SS
		1	2	3	4
10	<i>Customer Sales Service</i> memiliki Kemampuan yang sangat baik dalam menangani keluhan pelanggan				
11	<i>Customer Sales Service</i> cepat dalam menanggapi keluhan pelanggan ketika barang rusak/ tidak sesuai .				
12	<i>Customer Sales Service</i> sangat terpercaya dalam menyelesaikan keluhan pelanggan				
13	<i>Customer sales service</i> memberikan jaminan pengembalian barang jika terjadi kerusakan / tidak sesuai pesanan				
No	PERNYATAAN	KETERANGAN			
14	<i>Customer sales service</i> memberi jaminan ketika barang anda tidak dikirim oleh penjual maka uang anda akan shopee berikan kembali yang berupa koin shopee.				
15	Shopee selalu menenuhi janji terhadap promosi-promosinya.				
16	Shopee selalu memberikan kejutan kepada pelanggan dengan promosi-promosinya.				
<i>Customer Satisfaction</i>		STS	TS	S	SS
		1	2	3	4
17.	Anda merasa puas terhadap Kemudahan dalam mendapatkan informasi produk serta promosi iklan di tv,youtube / papan bilbord.				
18.	Anda merasa puas terhadap Penggunaan Sistem informasi pada Shopee sangat membantu pelanggan dalam melakukan pembelian.				
19.	Anda merasa puas terhadap Shopee menyediakan media komunikasi yang digunakan untuk menjalin hubungan				

	dengan pelanggan				
20	Anda merasa puas terhadap Petugas <i>customer service</i> Shopee bekerja secara profesional				
21	Anda merasa puas terhadap Petugas <i>customer service</i> Shopee memiliki kemampuan memberikan pelayanan yang cepat				
22	Anda merasa puas terhadap Petugas <i>customer service</i> Shopee melayani pelanggan dengan ramah				
23	Anda merasa puas terhadap Komunikasi dalam proses pembelian produk terjalin dengan baik				
24	Anda merasa puas terhadap Proses pembelian di Shopee sangat mudah untuk dilakukan pelanggan				
25	Anda merasa puas terhadap Proses pembelian di shopee secara keseluruhan memenuhi keinginan pelanggan				
26	Anda merasa puas terhadap <i>Customer Sales Service</i> memiliki Kemampuan yang sangat baik dalam menangani keluhan pelanggan				
27	Anda merasa puas terhadap <i>Customer Sales Service</i> cepat dalam menanggapi keluhan pelanggan ketika barang rusak/ tidak sesuai .				
28	Anda merasa puas terhadap <i>Customer Sales Service</i> sangat terpercaya dalam menyelesaikan keluhan pelanggan				
29	Anda merasa puas terhadap <i>Customer sales service</i> memberikan jaminan pengembalian barang jika terjadi kerusakan / tidak sesuai pesanan				
30	Anda merasa puas terhadap <i>Customer sales service</i> memberi jaminan ketika barang anda tidak dikirim oleh penjual				

	maka uang anda akan shopee berikan kembali yang berupa koin shopee.				
31	Anda merasa puas terhadap Shopee selalu menenuhi janji terhadap promosi-promosinya.				
32	Anda merasa puas terhadap Shopee selalu memberikan kejutan kepada pelanggan dengan promosi-promosinya.				
Customer Loyalty		STS	TS	S	SS
		1	2	3	4
33	Saya akan selalu melakukan pembelian produk di Shopee				
34	Saya tidak memiliki keinginan untuk berpindah ke <i>e-commerce</i> yang lain.				
35	Bila ada kekurangan dengan Shopee, saya tidak akan langsung pindah ke <i>e-commerce</i> yang lain.				
36	Saya akan menyampaikan hal-hal yang positif tentang <i>e-commerce Shopee</i> .				
37	Saya akan menyampaikan hal-hal yang baik bahwa <i>e-commerce</i> tersebut <i>truted</i>				
38	Saya akan merekomendasikan menggunakan <i>e-commerce shopee</i> pada teman, keluarga, dan rekan saya.				
39	Saya akan merekomendasi <i>e-commerce</i> terpercaya				

LAMPIRAN III

Data Karakteristik 30 Responden

Keterangan		Jumlah Responden	Total
Jenis Kelamin	Perempuan	20	30
	Laki- Laki	10	
Usia	17-25 tahun	19	30
	26-35 tahun	5	
	≥ 35 tahun	6	
Pendidikan Terakhir	Pelajar / Mahasiswa	18	30
	Sarjana	6	
	Pasca Sarjana	6	
Pekerjaan	Pelajar / Mahasiswa	21	30
	Karyawan	5	
	Wirausaha	4	
Frekuensi Pembelian	2 Kali	6	30
	3-4 Kali	9	
	> 5 Kali	15	

Data Karakteristik 160 Responden

Keterangan		Jumlah Responden	Total
Jenis Kelamin	Perempuan	90	160
	Laki- Laki	70	
Usia	17-25 tahun	90	160
	26-35 tahun	50	
	≥ 35 tahun	20	
Pendidikan Terakhir	SMU / Sederaja	90	160
	Sarjana	50	
	Pasca Sarjana	20	
Pekerjaan	Pelajar / Mahasiswa	90	160
	Karyawan	35	
	Wirausaha	35	
Frekuensi Pembelian	2 Kali	34	160
	3-4 Kali	38	
	> 5 Kali	88	

LAMPIRAN IV

Tabulasi Data Pre-test 30 Responden

No	Customer Relationship Management									After Sales Service									Customer Satisfaction									Customer Loyalty						Total		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	1	2	3	4	5	6	7				
1	2	3	2	3	3	3	2	2	23	3	3	2	2	3	4	3	20	3	3	2	2	4	4	3	2	1	1	41	4	3	3	3	3	4	4	24
2	2	4	3	3	4	4	3	3	30	3	3	3	3	3	3	2	20	3	3	3	3	3	2	3	2	3	43	3	4	2	2	3	3	4	21	
3	3	3	3	3	3	3	3	1	25	3	2	1	1	2	3	2	14	3	2	1	2	3	2	2	1	1	31	3	3	4	4	4	4	4	26	
4	1	4	3	4	4	3	2	4	28	3	3	2	3	3	4	3	21	3	3	2	4	3	3	1	1	1	42	3	3	3	3	3	3	4	22	
5	3	3	3	4	4	3	3	3	29	3	3	3	3	3	3	3	21	3	3	3	3	3	3	4	2	1	46	3	3	2	1	4	4	4	21	
6	3	4	4	4	4	4	3	4	34	4	3	4	4	3	4	4	26	4	3	4	4	4	4	1	1	1	53	4	4	4	4	4	3	4	27	
7	4	4	4	3	3	3	3	3	30	4	4	3	3	3	3	3	23	4	4	3	3	3	2	2	2	2	47	4	4	3	3	4	4	4	26	
8	3	4	4	4	4	4	3	3	33	3	4	3	3	3	4	3	23	3	4	3	3	4	3	2	2	2	49	3	3	4	4	4	4	3	24	
9	4	4	4	4	4	4	3	4	35	4	4	3	3	4	4	4	26	4	4	3	4	4	4	4	3	4	59	4	4	4	4	4	4	4	27	
10	3	4	4	3	3	4	3	3	31	3	3	3	3	4	3	22	3	3	3	2	4	3	3	3	3	50	3	3	2	2	3	4	3	20		
11	3	3	4	4	3	4	3	4	31	4	3	3	3	4	4	4	24	4	3	3	4	4	4	4	3	3	57	4	4	3	3	4	3	4	25	
12	4	4	4	3	4	4	3	2	31	4	3	3	3	4	4	4	24	4	3	3	4	4	4	4	3	3	57	4	3	4	4	4	4	3	26	
13	3	4	3	4	4	4	4	3	32	3	3	3	3	4	4	4	23	3	3	3	4	4	3	3	3	3	55	3	3	3	3	3	3	4	23	
14	3	4	4	4	4	4	4	4	35	4	4	3	3	4	4	4	26	4	4	3	3	4	4	4	3	4	57	3	4	4	3	4	4	3	25	
15	3	4	4	4	4	4	4	3	34	4	4	3	3	3	4	4	24	4	4	3	3	4	4	4	3	4	55	4	3	3	3	3	4	4	24	

Tabulasi Data Pre-test 30 Responden

No	Customer Relationship Management									Total	Customer Satisfaction																Total	Customer Loyalty						Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16		1	2	3	4	5	6	
16	4	4	3	3	4	4	3	3	3	31	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	57	3	3	2	2	3	4	3	20
17	4	4	3	3	4	4	3	4	3	32	3	4	2	2	3	3	4	3	4	2	3	4	4	2	50	3	3	3	3	3	3	3	20	
18	4	4	3	3	4	4	4	3	3	32	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	60	3	2	1	1	2	3	2	14	
19	4	4	3	3	4	3	3	3	3	30	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	52	3	3	2	3	3	4	3	21	
20	4	4	3	3	4	4	4	4	3	33	3	3	2	1	4	4	4	4	2	4	3	4	3	2	50	3	3	3	3	3	3	3	21	
21	4	4	3	3	4	4	3	4	4	32	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	63	4	3	4	4	3	4	4	26	
22	4	4	4	3	3	4	2	3	3	31	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	58	4	4	3	3	3	3	3	23	
23	4	4	3	4	3	4	4	3	3	32	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	55	3	4	3	3	3	4	3	23	
24	2	3	3	4	4	3	4	3	3	29	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	4	3	4	4	59	4	4	3	3	4	4	4	26	
25	3	4	3	3	4	4	4	4	4	33	3	3	2	2	3	4	3	3	3	2	4	3	3	2	47	3	3	3	3	3	3	3	22	
26	3	4	4	4	3	4	3	4	4	32	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	57	4	3	3	3	3	3	3	24	
27	4	3	4	3	4	4	3	4	4	33	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	59	4	3	3	3	3	3	3	24	
28	4	3	4	4	3	4	4	4	4	34	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	54	3	3	3	3	3	3	3	23	
29	3	4	2	3	3	3	3	3	3	27	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	58	4	4	3	3	4	4	4	26	
30	4	3	4	3	4	4	4	3	3	32	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	57	4	4	3	3	3	3	3	24	

LAMPIRAN V

Tabulasi Data 160 Responden

No	Customer Relationship Management								Total	After Sales Service					Total	Customer Satisfaction										Total	Customer Loyalty					Total			
	1	2	3	4	5	6	7	8		1	2	3	4	5		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		11	12	13	1	2		3	4	5
1	4	3	3	3	4	4	3	3	16	3	3	3	4	3	16	3	4	3	3	2	3	4	3	4	3	4	4	3	20	3	4	3	4	3	
2	3	4	3	3	3	4	4	4	28	4	3	3	3	3	16	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	24	4	4	4	4	4	
3	1	4	2	3	3	3	3	4	23	4	4	4	3	3	18	3	2	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	16	7	3	1	2	3	3	4
4	3	2	2	2	3	4	4	3	23	4	4	4	4	3	19	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	23	5	4	3	4	4	4	4
5	4	4	2	2	4	3	3	4	26	4	3	3	3	3	16	4	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4
6	2	3	4	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	15	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	3
7	4	4	4	4	4	4	4	3	31	4	3	4	4	3	28	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4
8	1	4	4	4	3	4	4	3	27	4	4	3	3	3	17	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	2	44	4	4	4	4	4	4	3	3
9	1	1	2	2	3	3	3	3	18	3	3	3	4	3	16	4	3	3	3	3	2	3	3	4	4	3	38	3	2	2	3	3	3	3	16
10	3	3	3	4	4	4	4	4	29	4	4	3	3	3	17	3	2	3	3	3	2	2	3	4	4	4	39	3	3	3	3	3	2	2	16
11	4	2	3	3	4	4	4	4	28	4	4	4	4	3	19	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	47	4	3	4	3	3	3	3	20
12	4	4	3	3	4	2	2	4	26	3	3	4	4	3	17	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	50	3	4	3	4	4	4	4	22
13	3	3	3	4	3	3	4	3	26	4	4	3	3	3	17	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	39	3	3	3	3	3	3	3	18
14	3	2	3	4	4	4	4	3	27	3	3	3	3	3	15	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	35	3	3	3	2	3	2	2	15
15	4	4	3	2	4	4	3	3	27	4	4	4	4	3	19	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	46	3	3	3	3	3	3	3	18
16	4	3	2	2	2	3	3	3	22	4	4	4	4	3	19	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	37	3	4	3	3	3	3	3	19
17	3	3	2	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	3	19	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	47	4	2	3	4	3	4	3	20
18	3	3	4	4	3	4	4	4	29	4	4	4	4	3	19	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	50	4	4	4	4	4	4	4	24
19	4	4	4	4	4	4	4	3	31	4	2	4	3	3	16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	50	4	4	4	4	4	4	4	24
20	4	4	4	4	4	4	4	3	31	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	2	3	4	3	4	4	4	46	4	4	3	4	4	4	4	23
21	4	3	3	3	4	4	4	4	28	3	3	4	4	3	17	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	45	3	4	4	4	4	3	4	22
22	3	4	4	4	4	4	4	4	31	3	4	4	3	3	17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	50	3	4	4	4	4	4	4	23
23	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52	4	4	4	4	4	4	4	24
24	4	4	3	3	4	3	4	3	28	4	3	3	3	3	16	3	2	3	4	2	3	4	3	4	3	3	40	3	4	3	3	4	4	4	20
25	3	3	3	2	3	2	3	3	22	3	3	3	3	3	15	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	40	4	4	4	4	4	4	4	24
26	2	3	3	2	3	2	2	3	20	3	3	3	3	3	15	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	2	32	2	3	3	3	3	3	3	17
27	1	3	2	1	3	2	3	3	18	2	3	3	3	3	14	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	35	3	3	3	3	3	3	3	18
28	2	2	3	1	2	3	3	4	20	3	3	4	4	3	17	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	36	3	3	3	3	3	3	3	18
29	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	3	18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49	4	4	4	4	4	4	4	23
30	3	1	2	2	2	2	3	3	18	4	3	3	3	3	16	3	4	4	2	1	2	3	3	3	2	2	34	3	3	3	3	3	3	3	18
31	3	2	3	2	3	3	2	4	22	3	3	3	3	3	15	3	2	3	3	2	2	3	3	2	3	3	35	3	3	3	3	2	3	3	17
32	3	3	3	2	2	3	3	3	22	4	4	4	4	3	19	3	3	2	3	4	1	3	3	3	3	4	38	3	3	3	3	3	3	3	18
33	3	3	4	3	2	4	4	4	27	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	51	4	4	4	4	4	4	4	24
34	2	1	1	1	1	1	1	1	11	4	4	2	2	3	15	1	1	3	3	1	1	1	1	1	1	1	19	1	4	1	3	1	1	1	11
35	2	3	3	2	3	2	2	4	21	4	2	2	3	3	14	3	2	3	3	3	2	3	1	2	3	2	33	1	3	2	3	2	3	2	14
36	3	3	2	4	4	3	3	3	25	3	4	4	4	3	18	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	51	4	4	4	3	4	4	4	23
37	2	3	3	3	3	4	3	4	25	4	3	4	4	3	18	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	43	3	4	3	3	3	3	3	20
38	3	1	2	2	1	2	3	3	17	3	2	2	3	3	13	4	3	3	3	2	2	3	2	2	3	3	35	2	3	2	2	3	3	3	15
39	2	2	3	2	3	3	4	4	23	4	3	3	2	3	15	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	34	3	4	3	3	3	3	3	19
40	4	4	3	4	4	4	4	3	30	4	4	3	3	3	17	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	42	3	3	3	3	3	3	3	19

Tabulasi Data 160 Responden

No	Customer Relationship Management								Total	After Sales Service								Total	Customer Satisfaction										Total	Customer Loyalty						Total
	1	2	3	4	5	6	7	8		1	2	3	4	5	1	2	3		4	5	6	7	8	9	10	11	12	13		1	2	3	4			
81	3	4	4	3	2	2	2	4	24	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52	4	4	4	4	23				
82	3	3	2	3	2	2	3	3	21	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	38	3	3	3	3	18				
83	1	1	3	2	2	3	3	4	19	3	3	3	3	3	15	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	37	3	3	3	3	18				
84	2	1	1	1	1	1	2	3	12	2	3	3	2	3	13	3	3	4	3	1	2	2	2	2	2	2	32	2	4	2	3	15				
85	3	3	2	3	4	3	4	4	26	4	4	3	3	3	17	3	3	4	4	4	3	2	4	4	3	3	45	4	3	3	4	20				
86	1	3	4	2	4	4	4	3	25	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52	4	4	4	4	24				
87	4	2	3	3	3	2	3	4	24	4	4	3	3	3	17	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	41	3	2	3	3	17				
88	3	2	2	2	3	3	3	4	22	3	3	3	2	3	14	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	36	3	3	3	3	18				
89	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	15	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	32	3	2	3	2	16				
90	3	4	4	4	4	2	3	4	28	3	3	3	3	3	15	3	4	3	4	4	4	4	4	3	2	2	45	4	4	4	4	24				
91	3	2	2	4	3	3	2	4	23	4	4	4	4	3	19	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	40	3	4	3	3	19				
92	4	4	4	4	3	4	3	3	28	2	3	3	3	3	14	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	42	3	3	3	3	19				
93	4	4	4	4	4	3	4	3	30	4	4	1	4	3	16	2	2	4	4	2	2	2	4	4	2	2	38	3	4	4	2	19				
94	1	4	4	3	4	3	3	3	25	4	4	4	4	4	19	2	1	1	4	4	4	2	3	4	4	2	34	4	3	4	4	23				
95	3	3	3	4	3	4	3	4	27	4	3	4	3	3	17	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	45	3	4	4	3	21				
96	3	2	2	3	2	3	3	4	22	3	3	3	2	3	14	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	37	3	3	3	3	19				
97	2	2	2	4	2	4	4	3	23	4	4	4	4	3	18	4	2	1	4	4	4	4	4	4	4	4	47	4	4	4	4	24				
98	3	2	2	2	3	2	3	4	21	3	3	3	3	3	15	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	34	2	3	2	2	14				
99	3	2	2	2	3	2	3	3	20	3	3	3	3	3	15	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	34	2	3	2	2	15				
100	1	1	2	3	2	3	4	4	20	4	4	3	3	3	17	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	43	3	4	3	3	19				
101	3	4	3	4	4	4	4	3	29	4	2	4	4	3	17	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	50	4	4	4	4	24				
102	4	3	4	4	3	3	4	4	29	4	3	4	3	3	17	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	47	4	3	4	4	23				
103	3	4	4	4	3	4	3	3	28	4	4	4	4	3	18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49	3	4	4	4	22				
104	3	3	3	3	4	3	4	4	27	4	3	3	3	3	16	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	45	3	4	3	4	21				
105	2	2	2	2	1	2	3	3	17	3	3	3	3	3	15	2	3	3	3	3	3	4	3	2	2	2	36	3	2	2	3	15				
106	3	4	3	1	4	4	4	4	27	3	2	3	2	3	13	2	1	3	3	4	3	3	2	4	4	4	40	4	4	4	4	24				
107	3	2	2	2	3	3	3	4	22	3	3	3	4	3	16	1	1	3	2	3	3	3	3	2	3	2	32	3	4	3	3	21				
108	3	3	3	4	2	4	4	4	27	3	3	3	2	4	15	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	47	3	2	3	3	17				
109	3	2	2	2	3	2	3	4	21	3	3	3	3	3	15	3	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	31	3	3	2	3	16				
110	3	3	3	3	2	2	3	3	23	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	37	3	3	3	3	19				
111	3	3	2	2	3	3	3	4	23	2	3	2	2	3	12	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	36	2	3	2	3	16				
112	3	2	2	2	2	2	2	3	18	3	2	2	2	3	13	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	35	2	3	3	3	17				
113	4	2	2	2	2	3	3	3	21	2	3	3	3	3	14	2	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	38	3	4	3	4	21				
114	3	4	4	2	2	3	2	3	23	4	4	4	4	4	19	4	4	4	4	2	3	3	4	4	4	4	47	4	4	3	3	21				
115	1	1	3	3	2	2	3	4	19	2	3	4	4	3	16	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	39	3	4	3	4	20				
116	4	4	4	4	1	3	4	3	27	4	4	4	4	4	19	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	50	4	4	4	4	23				
117	2	3	3	3	3	3	3	3	23	3	3	3	3	3	15	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	38	3	3	3	3	18				
118	4	2	3	4	4	3	4	4	28	4	4	4	4	4	18	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49	4	4	4	4	23				
119	3	4	3	2	3	1	2	4	22	3	3	2	3	3	14	2	3	1	4	2	3	3	2	3	2	2	34	3	4	3	2	17				
120	3	3	4	3	3	4	3	4	27	3	3	4	3	3	16	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	44	3	3	3	2	17				

Tabulasi Data 160 Responden

No	Customer Relationship Management								Total	After Specs Service								Total	Customer Satisfaction													Total	Customer Loyalty					Total
	Customer Relationship Management									After Specs Service									Customer Satisfaction														Customer Loyalty					
	1	2	3	4	5	6	7	8		1	2	3	4	5	1	2	3		4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	1	2	3		4	5	6			
121	4	3	3	3	3	4	4	28	3	4	3	4	3	17	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	21					
122	4	2	2	3	3	4	4	26	3	4	3	3	3	16	3	2	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	22						
123	3	2	3	3	4	3	4	25	3	3	3	4	3	16	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	21						
124	3	3	4	4	4	4	4	30	3	3	3	4	3	16	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	19						
125	2	3	3	3	3	3	4	24	4	4	2	3	3	16	3	4	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	4	3	20						
126	3	3	4	4	3	3	4	28	4	3	4	4	3	18	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	4	4	3	2	3	2	2	14						
127	4	4	4	4	4	4	3	31	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	25						
128	3	4	4	3	4	3	3	27	4	3	3	3	3	16	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	23						
129	4	2	3	3	2	4	4	25	3	4	3	3	3	16	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	20						
130	3	2	1	2	3	3	3	20	3	4	2	2	3	14	4	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	16						
131	4	4	4	3	4	4	4	30	3	3	4	4	3	17	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	24						
132	4	4	4	3	4	3	4	30	3	3	3	3	3	15	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	21						
133	4	3	4	3	3	4	3	28	4	4	3	3	3	17	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	23						
134	2	3	4	4	4	3	3	26	3	3	3	4	3	16	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	23						
135	3	4	2	3	3	4	3	26	3	3	4	4	3	17	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	23						
135	4	4	4	4	4	4	4	31	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	20						
137	2	3	4	4	3	3	4	26	3	3	3	4	3	16	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	23						
138	3	4	2	3	4	4	3	26	3	3	4	4	3	17	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	21						
139	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	21						
140	3	4	4	2	4	3	4	27	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	3	4	4	22						
141	4	4	3	3	4	3	3	28	4	4	4	4	3	19	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	23						
142	4	3	4	4	3	2	3	26	4	4	4	4	3	18	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	24						
143	4	4	3	4	4	4	4	31	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	24						
144	3	2	2	2	3	4	4	23	4	4	4	4	3	19	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	22						
145	4	4	2	2	4	3	3	25	4	3	3	3	3	16	4	4	3	2	4	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	24						
146	2	3	4	4	3	3	4	26	3	3	3	4	3	16	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	23						
147	3	4	2	3	4	4	3	27	3	3	4	4	3	17	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	22						
148	4	4	4	4	4	4	4	31	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	22						
149	3	3	4	3	3	4	3	27	3	3	3	4	3	16	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	19						
150	4	3	3	3	3	2	4	25	3	4	3	4	3	16	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	20						
151	4	2	2	3	3	4	2	24	3	4	3	3	3	16	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	22						
152	3	2	3	3	4	3	4	25	3	3	3	4	3	16	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	21						
153	3	3	3	4	4	4	4	29	4	4	4	3	3	17	3	3	3	3	2	2	3	3	3	4	4	4	4	3	3	2	2	17						
154	4	1	3	2	2	4	3	23	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	20						
155	4	4	3	3	4	2	3	27	4	3	3	4	4	17	4	2	4	2	3	2	3	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	22						
156	3	3	3	4	3	3	4	27	4	4	4	3	3	17	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	18						
157	3	2	3	2	3	2	3	21	3	3	3	3	3	15	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	2	15						
158	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	24						
159	4	4	3	3	4	3	4	28	4	3	3	4	3	16	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	20						
160	3	4	4	4	4	4	3	30	4	4	4	4	3	18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	22						
TOTAL	477	475	478	475	500	502	521	3940	549	532	531	531	480	2625	542	500	510	515	531	494	528	517	529	528	520	527	519	670	526	525	526	3191						

LAMPIRAN VI

VALIDITAS CRM

Correlations										
	CRM1	CRM2	CRM3	CRM4	CRM5	CRM6	CRM7	CRM8	CRM9	Total
CRM1	Pearson Correlation 1	.135	.307	-.115	-.062	.212	.115	.289	.038	.472**
	Sig. (2-tailed)	.477	.099	.545	.745	.261	.545	.122	.843	.008
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
CRM2	Pearson Correlation .135	1	.025	-.010	.167	.202	.167	.037	.237	.366**
	Sig. (2-tailed)	.477	.897	.956	.378	.284	.378	.847	.208	.047
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
CRM3	Pearson Correlation .307	.025	1	.408*	.045	.361*	.385*	.060	.465**	.657**
	Sig. (2-tailed)	.099	.897	.025	.812	.050	.036	.753	.010	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
CRM4	Pearson Correlation -.115	-.010	.408*	1	.005	.093	.435*	.207	.414*	.476**
	Sig. (2-tailed)	.956	.025		.980	.626	.016	.273	.023	.008
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
CRM5	Pearson Correlation -.062	.167	.045	.005	1	.398*	.139	.173	.197	.372*
	Sig. (2-tailed)	.477	.812	.980		.029	.465	.361	.297	.043
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
CRM6	Pearson Correlation .212	.202	.361*	.093	.398*	1	.398*	.178	.448*	.642**
	Sig. (2-tailed)	.261	.050	.626	.029		.029	.347	.013	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
CRM7	Pearson Correlation .115	.167	.385*	.435*	.139	.398*	1	.299	.400*	.654**
	Sig. (2-tailed)	.477	.036	.016	.465	.029		.108	.028	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
CRM8	Pearson Correlation .289	.037	.060	.207	.173	.178	.299	1	.245	.518**
	Sig. (2-tailed)	.122	.753	.273	.361	.347	.108		.192	.003
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
CRM9	Pearson Correlation .038	.237	.465**	.414*	.197	.448*	.400*	.245	1	.709**
	Sig. (2-tailed)	.843	.010	.023	.297	.013	.028	.192		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation .472**	.366**	.657**	.476**	.372*	.642**	.654**	.518**	.709**	1
	Sig. (2-tailed)	.008	.000	.008	.043	.000	.000	.003	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

VALIDITAS AFTER SALES SERVICE

Correlations									
	AFSS1	AFSS2	AFSS3	AFSS4	AFSS5	AFSS6	AFSS7	Total	
AFSS1	Pearson Correlation 1	.414*	.366*	.397*	.229	.111	.483**	.642**	
	Sig. (2-tailed)	.023	.047	.030	.224	.560	.007	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	
AFSS2	Pearson Correlation .414*	1	.340	.275	.472**	.093	.234	.598**	
	Sig. (2-tailed)	.023	.066	.142	.009	.623	.213	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	
AFSS3	Pearson Correlation .366*	.340	1	.910**	.521**	.103	.295	.835**	
	Sig. (2-tailed)	.047	.066	.000	.003	.587	.113	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	
AFSS4	Pearson Correlation .397*	.275	.910**	1	.362*	.074	.249	.783**	
	Sig. (2-tailed)	.030	.000	.000	.049	.699	.185	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	
AFSS5	Pearson Correlation .229	.472**	.521**	.362*	1	.057	.390*	.663**	
	Sig. (2-tailed)	.009	.003	.049	.000	.764	.033	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	
AFSS6	Pearson Correlation .111	.093	.103	.074	.057	1	.333	.335	
	Sig. (2-tailed)	.560	.587	.699	.764	.072	.072	.071	
	N	30	30	30	30	30	30	30	
AFSS7	Pearson Correlation .483**	.234	.295	.249	.390*	.333	1	.637**	
	Sig. (2-tailed)	.007	.113	.185	.033	.072	.072	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	
Total	Pearson Correlation .642**	.598**	.835**	.783**	.663**	.335	.637**	1	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.071	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	

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

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

TABEL VALIDITAS *CUSTOMER SATISFACTION*

TABEL VALIDITAS <i>CUSTOMER SATISFACTION</i>																	
Correlations																	
	CS1	CS2	CS3	CS4	CS5	CS6	CS7	CS8	CS9	CS10	CS11	CS12	CS13	CS14	CS15	CS16	Total
CS1	Pearson Correlatio n Sig. (2- tailed) N	.414 0,023 30	.366 0,047 30	.361 0,050 30	0,228 0,225 30	0,111 0,560 30	.483 0,007 30	0,291 0,118 30	0,283 0,130 30	.439 0,015 30	0,111 0,560 30	0,018 0,923 30	.483 0,007 30	.496 0,005 30	.369 0,045 30	0,289 0,121 30	.568 0,001 30
CS2	Pearson Correlatio n Sig. (2- tailed) N	.414 0,023 30	0,340 0,066 30	0,227 0,066 30	0,093 0,006 30	0,268 0,623 30	0,234 0,213 30	0,031 0,869 30	0,268 0,152 30	0,268 0,152 30	0,093 0,623 30	-0,043 0,822 30	0,234 0,213 30	0,299 0,108 30	.634 0,000 30	0,319 0,085 30	.495 0,005 30
CS3	Pearson Correlatio n Sig. (2- tailed) N	.366 0,047 30	0,340 0,066 30	1 0,000 30	.584 0,001 30	0,103 0,587 30	0,295 0,113 30	.417 0,022 30	0,296 0,113 30	.946 0,000 30	0,103 0,587 30	.379 0,039 30	0,295 0,113 30	0,305 0,101 30	.373 0,042 30	.705 0,000 30	.762 0,000 30
CS4	Pearson Correlatio n Sig. (2- tailed) N	.361 0,050 30	0,227 0,227 30	.879 0,000 30	.397 0,030 30	0,048 0,800 30	0,217 0,248 30	0,260 0,165 30	0,210 0,266 30	.839 0,000 30	0,048 0,800 30	0,311 0,095 30	0,217 0,248 30	0,170 0,368 30	0,178 0,346 30	.538 0,002 30	.606 0,000 30
CS5	Pearson Correlatio n Sig. (2- tailed) N	0,228 0,225 30	.492 0,007 30	.397 0,030 30	1 0,030 30	0,129 0,800 30	.480 0,248 30	.368 0,165 30	.400 0,266 30	.495 0,000 30	0,129 0,800 30	0,004 0,004 30	.480 0,248 30	.419 0,368 30	.630 0,346 30	.647 0,002 30	.711 0,000 30
CS6	Pearson Correlatio n Sig. (2- tailed) N	0,111 0,560 30	0,093 0,007 30	0,103 0,587 30	0,129 0,498 30	1 0,498 30	0,333 0,007 30	0,222 0,239 30	0,208 0,269 30	0,150 0,430 30	1,000 0,000 30	0,323 0,081 30	0,333 0,072 30	0,028 0,883 30	0,170 0,370 30	0,124 0,513 30	0,359 0,052 30
CS7	Pearson Correlatio n Sig. (2- tailed) N	.483 0,007 30	0,234 0,234 30	0,227 0,217 30	.480 0,333 30	0,333 0,498 30	1 0,333 30	.645 0,045 30	.717 0,028 30	0,354 0,005 30	0,333 0,498 30	0,239 0,982 30	1,000 0,007 30	.400 0,021 30	.463 0,000 30	0,289 0,000 30	.724 0,000 30
CS8	Pearson Correlatio n Sig. (2- tailed) N	0,291 0,118 30	.530 0,000 30	0,260 0,165 30	0,222 0,239 30	0,222 0,239 30	.645 0,045 30	1 0,000 30	.530 0,003 30	.477 0,008 30	0,222 0,239 30	0,109 0,567 30	.645 0,000 30	0,292 0,118 30	0,316 0,089 30	.381 0,038 30	.621 0,000 30

TABEL VALIDITAS CUSTOMER SATISFACTION

TABEL VALIDITAS CUSTOMER SATISFACTION																	
Correlations																	
	CS1	CS2	CS3	CS4	CS5	CS6	CS7	CS8	CS9	CS10	CS11	CS12	CS13	CS14	CS15	CS16	Total
CS9	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	0.283 0.130 30	0.268 0.152 30	0.296 0.113 30	0.210 0.266 30	0.208 0.269 30	.717** 0.000 30	.530** 0.003 30	1 0.183 30	0.250 0.183 30	0.208 0.269 30	0.084 0.660 30	.717** 0.000 30	0.225 0.233 30	.433 0.017 30	0.240 0.201 30	.603** 0.000 30
CS10	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.439 0.015 30	0.268 0.152 30	.946** 0.000 30	.839** 0.000 30	.495** 0.005 30	0.354** 0.055 30	.477** 0.008 30	0.250 0.183 30	1 0.430 30	0.150 0.430 30	.424 0.019 30	0.354 0.055 30	.369 0.045 30	.362 0.049 30	.694** 0.000 30	.776** 0.000 30
CS11	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	0.111 0.560 30	0.093 0.623 30	0.103 0.587 30	0.048 0.800 30	0.129 0.498 30	1.000** 0.000 30	0.333 0.239 30	0.208 0.269 30	0.150 0.430 30	1 0.081 30	0.323 0.081 30	0.333 0.072 30	0.028 0.883 30	0.170 0.370 30	0.124 0.513 30	0.359 0.052 30
CS12	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	0.018 0.923 30	-0.043 0.822 30	.379 0.039 30	0.311 0.095 30	0.323 0.081 30	0.239 0.072 30	0.109 0.567 30	0.084 0.660 30	.424 0.019 30	0.323 0.081 30	1 0.204 30	0.239 0.204 30	0.064 0.736 30	0.134 0.479 30	0.335 0.071 30	.367 0.046 30
CS13	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.483** 0.007 30	0.234 0.213 30	0.295 0.113 30	0.217 0.248 30	.480** 0.007 30	1.000** 0.000 30	.645** 0.000 30	.717** 0.000 30	0.354 0.055 30	0.333 0.072 30	0.299 0.204 30	1 0.400 30	.400 0.028 30	.463** 0.010 30	0.289 0.122 30	.724** 0.000 30
CS14	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.496** 0.005 30	0.299 0.108 30	0.305 0.101 30	0.170 0.368 30	.419 0.021 30	.400 0.028 30	0.292 0.118 30	0.225 0.233 30	.369 0.045 30	0.028 0.883 30	0.064 0.736 30	.400 0.028 30	1 0.000 30	.778** 0.000 30	.631** 0.000 30	.647** 0.000 30
CS15	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.369 0.045 30	.634** 0.000 30	.373 0.042 30	0.178 0.346 30	.630** 0.000 30	.463** 0.010 30	0.316 0.089 30	.433 0.017 30	.362 0.049 30	0.170 0.370 30	0.134 0.479 30	.463** 0.010 30	.778** 0.000 30	1 0.000 30	.740** 0.000 30	.765** 0.000 30
CS16	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	0.289 0.121 30	0.319 0.085 30	.705** 0.000 30	.538** 0.002 30	.647** 0.000 30	0.289 0.122 30	.381 0.038 30	0.240 0.201 30	.694** 0.000 30	0.124 0.513 30	0.335 0.071 30	0.289 0.122 30	.631** 0.000 30	.740** 0.000 30	1 0.000 30	.789** 0.000 30
Total	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.568** 0.001 30	.495** 0.005 30	.762** 0.000 30	.606** 0.000 30	.711** 0.000 30	.724** 0.000 30	.621** 0.000 30	.603** 0.000 30	.776** 0.000 30	0.359 0.052 30	.367 0.046 30	.724** 0.000 30	.647** 0.000 30	.765** 0.000 30	.789** 0.000 30	1 0.000 30

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

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

VALIDITAS CUSTOMER LOYALTY

Correlations									
	CL1	CL2	CL3	CL4	CL5	CL6	CL7	Total	
CL1	Pearson Correlation 1	.414*	.366*	.397*	.229	.111	.483**	.642**	
	Sig. (2-tailed)	.023	.047	.030	.224	.560	.007	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	
CL2	Pearson Correlation .414*	1	.340	.275	.472**	.093	.234	.598**	
	Sig. (2-tailed)	.023	.066	.142	.009	.623	.213	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	
CL3	Pearson Correlation .366*	.340	1	.910**	.521**	.103	.295	.835**	
	Sig. (2-tailed)	.047	.066	.000	.003	.587	.113	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	
CL4	Pearson Correlation .397*	.275	.910**	1	.362*	.074	.249	.783**	
	Sig. (2-tailed)	.030	.000	.000	.049	.699	.185	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	
CL5	Pearson Correlation .229	.472**	.521**	.362*	1	.057	.390*	.663**	
	Sig. (2-tailed)	.224	.003	.049	.057	.764	.033	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	
CL6	Pearson Correlation .111	.093	.103	.074	.057	1	.333	.335	
	Sig. (2-tailed)	.560	.587	.699	.764	.072	.072	.071	
	N	30	30	30	30	30	30	30	
CL7	Pearson Correlation .483**	.234	.295	.249	.390*	.333	1	.637**	
	Sig. (2-tailed)	.007	.113	.185	.033	.072	.072	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	
Total	Pearson Correlation .642**	.598**	.835**	.783**	.663**	.335	.637**	1	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.071	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).
 **. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

LAMPIRAN VII

Hasil Uji Reabilitas 30 Responden

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliabilitas Keseluruhan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.912	39

LAMPIRAN VIII

Hasil Uji Analisis Jalur (Path Analysis) Tahap I Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.497	2.656		.563	.574
	X1 = Customer Relationship Management	.721	.102	.425	7.088	.000
	X2 = After Sales Service	1.364	.178	.459	7.654	.000

a. Dependent Variable: Z = Customer Satisfaction

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4618.336	2	2309.168	121.671	.000 ^b
	Residual	2979.664	157	18.979		
	Total	7598.000	159			

a. Dependent Variable: Z = Customer Satisfaction

b. Predictors: (Constant), X2 = After Sales Service, X1 = Customer Relationship Management

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.780 ^a	.608	.603	4.35646

a. Predictors: (Constant), X2 = After Sales Service, X1 = Customer Relationship Management

b. Dependent Variable: Z = Customer Satisfaction

LAMPIRAN IX

Hasil Uji Analisis Jalur (Path Analysis) Tahap II

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	3.586	1.296		2.766	.006
	X1 = Customer Relationship Management	.224	.057	.294	3.922	.000
	X2 = After Sales Service	.239	.102	.180	2.349	.020
	Z = Customer Satisfaction	.161	.039	.358	4.127	.000

a. Dependent Variable: Y = Customer Loyalty

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	821.508	3	273.836	60.691	.000 ^b
	Residual	703.867	156	4.512		
	Total	1525.375	159			

a. Dependent Variable: Y = Customer Loyalty

b. Predictors: (Constant), Z = Customer Satisfaction, X1 = Customer Relationship Management, X2 = After Sales Service

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.734 ^a	.539	.530	2.12414

a. Predictors: (Constant), Z = Customer Satisfaction, X1 = Customer Relationship Management, X2 = After Sales Service

b. Dependent Variable: Y = Customer Loyalty