

OUTPUT UJI VALIDITAS VARIABEL CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,673
Bartlett's Test of Sphericity		Approx. Chi-Square
		227,546
		df
		66
		Sig.
		,000

Anti-image Matrices

	VAR00001	VAR00002	VAR00003	VAR00004	VAR00005	VAR00006	VAR00007	VAR00008	VAR00009	VAR00010	VAR00011	VAR00012
VAR00001	,203	-,063	,074	-,113	,005	-,139	-,150	-,042	,023	,108	,013	-,101
VAR00002	-,063	,401	-,193	-,021	-,055	,111	,034	-,050	,043	-,088	,028	,000
VAR00003	,074	-,193	,505	-,067	,087	-,148	-,135	,008	-,026	,048	-,011	-,073
VAR00004	-,113	-,021	-,067	,302	,038	,125	,012	,035	-,153	-,117	-,023	,186
VAR00005	,005	-,055	,087	,038	,169	-,033	-,025	,033	-,100	,003	-,058	,033
VAR00006	-,139	,111	-,148	,125	-,033	,528	,058	,010	-,079	-,235	,023	,086
VAR00007	-,150	,034	-,135	,012	-,025	,058	,276	,047	-,053	-,038	-,019	,010
VAR00008	-,042	-,050	,008	,035	,033	,010	,047	,086	-,053	-,013	-,053	,058

Anti-image Correlation	VAR00009	,023	,043	-,026	-,153	-,100	-,079	-,053	-,053	,439	,074	,036	,001
	VAR00010	,108	-,088	,048	-,117	,003	-,235	-,038	-,013	,074	,284	-,022	-,068
	VAR00011	,013	,028	-,011	-,023	-,058	,023	-,019	-,053	,036	-,022	,051	-,059
	VAR00012	-,101	,000	-,073	,186	,033	,086	,010	,058	,001	-,068	-,059	,433
	VAR00001	,628 ^a	-,219	,231	-,454	,027	-,424	-,632	-,317	,079	,449	,130	-,341
	VAR00002	-,219	,797 ^a	-,429	-,061	-,209	,242	,102	-,268	,103	-,260	,193	-,001
	VAR00003	,231	-,429	,569 ^a	-,172	,297	-,287	-,363	,041	-,056	,127	-,066	-,157
	VAR00004	-,454	-,061	-,172	,618 ^a	,168	,314	,043	,219	-,420	-,399	-,185	,514
	VAR00005	,027	-,209	,297	,168	,766 ^a	-,110	-,114	,274	-,368	,014	-,628	,123
	VAR00006	-,424	,242	-,287	,314	-,110	,336 ^a	,151	,048	-,165	-,606	,142	,179
	VAR00007	-,632	,102	-,363	,043	-,114	,151	,729 ^a	,305	-,153	-,134	-,159	,030
	VAR00008	-,317	-,268	,041	,219	,274	,048	,305	,706 ^a	-,274	-,085	-,801	,302
	VAR00009	,079	,103	-,056	-,420	-,368	-,165	-,153	-,274	,731 ^a	,209	,238	,002
	VAR00010	,449	-,260	,127	-,399	,014	-,606	-,134	-,085	,209	,670 ^a	-,186	-,193
	VAR00011	,130	,193	-,066	-,185	-,628	,142	-,159	-,801	,238	-,186	,686 ^a	-,394
	VAR00012	-,341	-,001	-,157	,514	,123	,179	,030	,302	,002	-,193	-,394	,557 ^a

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Communalities		
	Initial	Extraction
VAR00001	1,000	,774
VAR00002	1,000	,565
VAR00003	1,000	,694
VAR00004	1,000	,788
VAR00005	1,000	,833
VAR00006	1,000	,833
VAR00007	1,000	,786
VAR00008	1,000	,877
VAR00009	1,000	,711
VAR00010	1,000	,821
VAR00011	1,000	,944
VAR00012	1,000	,834

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix ^a		
	Component	
	1	2
VAR00001	,723	,422
VAR00002	,744	,029
VAR00003	,354	,576
VAR00004	,594	,553
VAR00005	,789	-,414
VAR00006	,297	,281
VAR00007	,670	,471
VAR00008	,826	-,414
VAR00009	,597	,392
VAR00010	,682	-,321
VAR00011	,837	-,486
VAR00012	,416	-,478

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 4 components extracted.

HASIL OUTPUT UJI VALIDITAS VARIABEL LOYALITAS

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	,630
Approx. Chi-Square	9,688
Bartlett's Test of Sphericity df	6
Sig.	,138

Anti-image Matrices

		VAR00005	VAR00006	VAR00007	VAR00008
Anti-image	VAR00005	,881	-,065	-,169	-,158
Covariance	VAR00006	-,065	,830	-,293	-,012
	VAR00007	-,169	-,293	,768	-,132
	VAR00008	-,158	-,012	-,132	,917
	VAR00005	,688 ^a	-,076	-,205	-,175
Anti-image	VAR00006	-,076	,604 ^a	-,366	-,014
Correlation	VAR00007	-,205	-,366	,600 ^a	-,157
	VAR00008	-,175	-,014	-,157	,684 ^a

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Component Matrix^a

	Component
	1
VAR00005	,638
VAR00006	,667
VAR00007	,776
VAR00008	,542

Extraction Method:

Principal Component

Analysis.

a. 1 components extracted.

Communalities

	Initial	Extraction
VAR00005	1,000	,407
VAR00006	1,000	,445
VAR00007	1,000	,603
VAR00008	1,000	,293

Extraction Method: Principal

Component Analysis.

HASIL OUTPUT UJI VALIDITAS VARIABEL KEPUASAN

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	,707
Approx. Chi-Square	281,718
Bartlett's Test of Sphericity	df
	55
Sig.	,000

Anti-image Matrices

		VAR00001	VAR00002	VAR00003	VAR00004	VAR00005	VAR00006	VAR00007	VAR00008	VAR00009	VAR00010	VAR00011
		,048	-,028	-,041	-,014	,019	,009	-,020	-,024	-,007	,031	,015
	VAR00001											
	VAR00002	-,028	,191	,033	,021	-,134	-,040	,034	,046	,038	-,104	-,052
Anti-image	VAR00003	-,041	,033	,040	,017	-,029	-,016	,015	,043	,012	-,045	-,019
Covariance	VAR00004	-,014	,021	,017	,138	-,034	-,135	,027	-,005	-,018	-,108	-,011
	VAR00005	,019	-,134	-,029	-,034	,155	,063	-,072	-,010	-,026	,080	,029
	VAR00006	,009	-,040	-,016	-,135	,063	,200	-,026	,029	,023	,061	-,004

Anti-image Correlation	VAR00007	-,020	,034	,015	,027	-,072	-,026	,441	6,862E-005	-,051	-,001	-,001
	VAR00008	-,024	,046	,043	-,005	-,010	,029	6,862E-005	,619	,049	-,060	-,060
	VAR00009	-,007	,038	,012	-,018	-,026	,023	-,051	,049	,093	-,054	-,079
	VAR00010	,031	-,104	-,045	-,108	,080	,061	-,001	-,060	-,054	,434	,075
	VAR00011	,015	-,052	-,019	-,011	,029	-,004	-,001	-,060	-,079	,075	,092
	VAR00001	,706 ^a	-,296	-,940	-,172	,220	,092	-,139	-,138	-,105	,218	,219
	VAR00002	-,296	,680 ^a	,375	,128	-,778	-,207	,119	,134	,285	-,362	-,391
	VAR00003	-,940	,375	,652 ^a	,221	-,361	-,177	,109	,273	,194	-,336	-,311
	VAR00004	-,172	,128	,221	,722 ^a	-,234	-,812	,110	-,016	-,158	-,443	-,098
	VAR00005	,220	-,778	-,361	-,234	,697 ^a	,357	-,275	-,033	-,219	,308	,243
	VAR00006	,092	-,207	-,177	-,812	,357	,648 ^a	-,086	,082	,166	,209	-,026
	VAR00007	-,139	,119	,109	,110	-,275	-,086	,913 ^a	,000	-,251	-,003	-,007
	VAR00008	-,138	,134	,273	-,016	-,033	,082	,000	,837 ^a	,204	-,116	-,251
	VAR00009	-,105	,285	,194	-,158	-,219	,166	-,251	,204	,715 ^a	-,269	-,853
	VAR00010	,218	-,362	-,336	-,443	,308	,209	-,003	-,116	-,269	,648 ^a	,376
	VAR00011	,219	-,391	-,311	-,098	,243	-,026	-,007	-,251	-,853	,376	,693 ^a

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Communalities

	Initial	Extraction
VAR00001	1,000	,872
VAR00002	1,000	,668
VAR00003	1,000	,888
VAR00004	1,000	,921
VAR00005	1,000	,820
VAR00006	1,000	,839
VAR00007	1,000	,685
VAR00008	1,000	,588
VAR00009	1,000	,872
VAR00010	1,000	,590
VAR00011	1,000	,869

Extraction Method: Principal Component Analysis.

	Component		
	1	2	3
VAR00001	,780	-,307	-,411
VAR00002	,784	,208	-,104
VAR00003	,785	-,308	-,420
VAR00004	,753	-,280	,525
VAR00005	,784	,326	-,313
VAR00006	,588	-,510	,483
VAR00007	,684	,463	-,048
VAR00008	-,519	,322	,464
VAR00009	,772	,444	,281
VAR00010	,591	-,426	,243
VAR00011	,786	,422	,269

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 3 components extracted.

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Cronbach's Alpha	N of Items
,897	27

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	96,8
	Excluded ^a	1	3,2
	Total	31	100,0

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

KUISIONER

PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* TERHADAP LOYALITAS MELALUI KEPUASAN PELANGGAN (Studi kasus pada Industri Pembiayaan Mobil di Tangerang)

Bersama ini, saya meminta kesediaan bapak/ibu untuk mengisi daftar kuisisioner yang diberikan. Informasi yang anda berikan merupakan bantuan yang sangat berarti bagi saya dalam menyelesaikan penelitian ini. Atas bantuan dan perhatian anda, saya ucapkan terima kasih:

Data Responden

Petunjuk

Pilihlah Isilah data responden kemudian pilihan jawaban dimasukkan ke dalam kotak yang tersedia.

1. Jenis kelamin : ☐
- a. Laki-laki
- b. Perempuan

2. Usia : ☐
- a. 21 – 26 tahun
- b. 27 – 33 tahun
- c. 34 – 40 tahun
- d. > 50 tahun

3. Pendidikan Terakhir : ☐
- a. SMP
- b. SMA
- c. S1
- d. S2
- e. S3

4. Pekerjaan : ☐
- a. Pelajar / Mahasiswa
- b. PNS
- c. Wirausaha
- d. Karyawan Swasta
- e. dll.
- (pilihan (e) isi sesuai responden adalah.....)
5. Pendapatan : ☐
- a. Rp 3.000.000 – Rp 4.000.000
- b. Rp 4.000.001 – Rp 5.000.000
- c. Rp 5.000.001– Rp 7.000.000
- d. > Rp7.000.000
6. Berapa sering anda menggunakan jasa pembiayaan mobil di ACC : ☐
- a. 1 – 2 kali
- b. 3 – 4 kali
- c. 5 – 6 kali
- d. > 6 kali

PETUNJUK

Isilah semua pernyataan dalam kuesioner sesuai dengan kenyataan, dengan cara memberikan tanda (√) pada kotak pilihan yang sudah tersedia.

Keterangan :

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

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
Teknologi						
1.	Teknologi yang dimiliki ACC memudahkan pelanggan mendapatkan informasi.					
2.	Teknologi yang dimiliki ACC memenuhi keinginan pelanggan (seperti: ATM, Debit, Auto Debit, SMS , Call Center).					
People						
3.	Pelayanan ACC yang cepat.					
4.	ACC selalu menjaga hubungan baik dengan pelanggan.					
Proses						
5.	Customer Service ACC memberikan informasi yang jelas.					
6.	Kemudahan pengisian formulir ACC.					
7.	ACC memberikan merchandise					
Pengetahuan dan Wawasan						
8.	karyawan ACC memahai keunggulan ACC.					
9.	Karyawan ACC memberikan solusi yang tetap jika saya mengalami permasalahan.					
Sistem keluhan dan saran						
10.	ACC memberikan kemudahan kepada pelanggan untuk menyampaikan keluhan.					
11.	ACC memberikan kemudahan kepada pelanggan untuk memberikan saran.					
12.	ACC menyediakan sarana keluhan,saran melalui telpon					
Ghost shopping						
13.	apakah pelayanan ACC lebih baik daripada jasa pembiayaan kendaraan mobil lain.					
14.	karyawan ACC turun langsung untuk melayani pelanggan.					
15.	Karyawan ACC memastikan langsung kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan.					

	Lost customer analysis					
16.	ACC melakukan usaha yang mendalam untuk mempelajari kegagalan terhadap pelanggan dengan cara mengunjungi pelanggan secara langsung.					
17.	ACC melakukan usaha yang mendalam untuk mempelajari kegagalan terhadap pelanggan dengan cara menghubungi pelanggan secara langsung.					
18.	Karyawan ACC mencari informasi untuk mempelajari kegagalan terhadap kepuasan pelanggan.					
	Survei kepuasan pelanggan					
19.	Apakah pelanggan sudah merasa puas dengan pelayanan jasa ACC.					
20.	Karyawan ACC menghubungi langsung kepada pelanggan ACC untuk menanyakan kepada pelanggan apakah mereka sudah merasa puas dengan pelayanan ini.					
	Word Of Mouth					
21.	Saya akan merekomendasikan ACC kepada teman yang ingin membeli mobil.					
22.	Saya akan merekomendasikan ACC kepada saudara yang ingin membeli mobil.					
23.	Saya sebagai pelanggan akan memberikan respon positif.					
24.	Saya akan memberikan respon positif jika ada teman atau saudara yang ingin mengetahui informasi tentang ACC.					
	Menurut anda, faktor-faktor apa sajakah yang akan anda pertimbangkan, kalau anda memilih jasa pembiayaan mobil: 1. 2. 3.					

TABULASI KUESIONER PENELITIAN

	Teknologi		People		Proses			pengetahuan wawasan		Word Of Mouth			Sistem Keluhan dan Saran					Ghost Shopping		Lost customer Analysis			Survei Kepuasan Pelanggan	
No	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	26
1	4	2	5	3	4	4	4	5	3	5	3	3	4	5	5	3	4	2	3	3	4	2	3	4
2	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	5	5	5	5	5	4	3	5	3	5	5	4	3	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	3	4	4	4	4
6	5	5	3	5	4	4	5	4	3	4	4	3	5	4	4	3	5	5	3	3	4	5	3	5
7	3	4	5	5	5	5	3	2	5	2	5	5	3	2	2	5	3	4	5	5	5	4	5	4
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4
9	4	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	2	3	3	3	2	3	4
10	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
11	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
12	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
13	5	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4
14	4	5	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	5	3	3	3	5	5	3	3	3	5	3	5
15	3	4	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	3	5	5	5	3	4	5	5	5	4	5	4
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4
17	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
18	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4

TABULASI KUESIONER PENELITIAN

	Teknologi		People		Proses			pengetahuan wawasan		Word Of Mouth			Sistem Keluhan dan Saran					Ghost Shopping		Lost customer Analysis			Survei Kepuasan Pelanggan	
No	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
21	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4
23	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	4	3	3	3	3	5	3	3	3	5	3	5
24	2	4	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	4	2	4
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4
26	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
30	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4
31	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4
33	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
34	3	4	2	2	2	2	3	2	2	2	4	2	3	2	2	2	3	4	2	2	2	4	2	4
35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	2	4	4	4	4

TABULASI KUESIONER PENELITIAN

	Teknologi		People		Proses			pengetahuan wawan		Word Of Mouth			Sistem Keluhan dan Saran					Ghost Shopping		Lost customer Analysis			Survei Kepuasan Pelanggan	
No	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	26
37	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
38	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
39	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
41	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
42	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
43	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4
44	2	5	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	2	2	5	2	2	2	5	2	5
45	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4
46	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	2	4	4
48	2	4	2	2	3	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	2	2	4	2	2	3	4	2	4
49	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
51	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
52	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
53	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
54	2	4	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	4	2	4

TABULASI KUESIONER PENELITIAN

	Teknologi		People		Proses			pengetahuan wawasan		Word Of Mouth			Sistem Keluhan dan Saran					Ghost Shopping		Lost customer Analysis			Survei Kepuasan Pelanggan	
No	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
56	2	4	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	4	2	4
57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4
58	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
59	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	3	5
60	4	2	5	4	4	3	4	5	4	5	3	4	4	5	5	4	4	2	5	4	4	4	4	4
61	3	4	4	5	3	2	3	4	2	4	5	2	3	4	4	2	3	4	4	5	3	5	3	5
62	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	5	4
63	3	4	4	4	3	5	3	4	5	4	3	5	3	4	4	5	3	4	4	4	3	2	4	2
64	3	5	4	4	3	2	3	4	2	4	3	2	3	4	4	2	3	5	4	4	3	4	3	4
65	3	5	4	5	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	5	4	5	3	5	3	5
66	4	3	4	4	4	2	4	4	2	4	4	2	4	4	4	2	4	3	4	4	4	4	4	4
67	5	3	4	4	5	4	5	4	4	4	3	4	5	4	4	4	5	3	4	4	5	2	3	2
68	3	4	4	4	3	5	3	4	5	4	4	5	3	4	4	5	3	4	4	4	3	2	5	2
69	3	4	4	2	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	2	4	2	4	2
70	4	4	5	4	4	3	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	3	4
71	3	4	5	4	4	4	3	5	4	5	4	4	3	5	5	4	3	4	5	4	4	4	5	4
72	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4

TABULASI KUESIONER PENELITIAN

	Teknologi		People		Proses			pengetahuan wawasan		Word Of Mouth			Sistem Keluhan dan Saran					Ghost Shopping		Lost customer Analysis			Survei Kepuasan Pelanggan	
No	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	26
73	4	4	3	2	4	5	4	3	5	3	4	5	4	3	3	5	4	4	3	2	4	2	4	2
74	5	4	4	2	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	2	5	2	3	2
75	4	5	5	3	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4
76	4	4	3	4	4	5	4	3	5	3	4	5	4	3	3	5	4	4	3	4	4	4	4	4
77	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	2	4
78	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	3	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4
79	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4
80	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	2	2	2
81	4	2	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	2	4	5	4	4	4	4
82	5	5	3	5	5	5	5	3	5	3	4	5	5	3	3	5	5	5	3	5	5	4	3	4
83	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	2	4	3
84	5	4	2	4	5	4	5	2	4	2	4	4	5	2	2	4	5	4	2	4	5	4	5	4
85	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
86	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	1	3	3
87	5	4	5	5	5	3	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5
88	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4
89	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	2	5
90	3	2	3	3	4	4	3	3	4	3	2	4	3	3	3	4	3	2	3	3	4	4	2	4

TABULASI KUESIONER PENELITIAN

	Teknologi		People		Proses			pengetahuan wawasan		Word Of Mouth			Sistem Keluhan dan Saran					Ghost Shopping		Lost customer Analysis			Survei Kepuasan Pelanggan	
No	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	26
91	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4
92	3	2	3	2	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3	2	3	4	3	4	4	3
93	5	3	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	3	4	4	5	4	2	4
94	3	4	4	5	2	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	2	4	2	4
95	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	3	4	4	4	2	5
96	4	4	4	4	3	5	4	3	5	4	3	5	4	4	3	5	4	4	4	4	3	4	4	3
97	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
98	4	4	4	4	3	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	3	4	5	4
99	5	5	4	2	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	2	5	2	4	4
100	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	2	4

1.UJI REGRESI I

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,938 ^a	,881	,879	,255

a. Predictors: (Constant), CRM

Sumber : Data primer yang diolah, 2016

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	47,087	1	47,087	723,496	,000 ^b
	Residual	6,378	98	,065		
	Total	53,465	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan

b. Predictors: (Constant), CRM

Sumber : Data primer yang diolah, 2016

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,642	,120		5,350	,000
	CRM	,827	,031	,938	26,898	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber : Data primer yang diolah,2016

2. UJI ANALISIS REGRESI II

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,964 ^a	,929	,928	,193

a. Predictors: (Constant), Kepuasan , CRM

Sumber : Data primer yang diolah, 2016

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	47,675	2	23,838	637,497	,000 ^b
Residual	3,627	97	,037		
Total	51,303	99			

a. Dependent Variable: Loyalitas

b. Predictors: (Constant), Kepuasan, CRM

Sumber : Data primer yang diolah, 2016

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,553	,103		5,350	,000
CRM	,602	,067	,697	8,918	,000
KEPUASAN	,274	,077	,279	3,573	,001

a. Dependent Variable: Loyalitas

Sumber : Data primer yang diolah, 2016