

# LAMPIRAN

Lampiran 1 : **Kuesioner**

**Kuesioner**

Assalaamualaikum wr wb.

Dengan hormat,

Saya Nurika Tyasning Utami mahasiswa S1 prodi Manajemen dan Bisnis Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, memohon kesediaannya saudara untuk menjadi responden dalam penelitian saya dan mengisi kuesioner ini. Penelitian ini dilakukan dalam rangka skripsi sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi saya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan, nilai dan loyalitas konsumen pada pelayanan jasa salon Flaurent di Yogyakarta.

Dengan adanya latar belakang demikian, saya memohon bantuan dan kesediaannya saudara/I untuk terlibat dalam penelitian ini dan mengisi kuesioner yang telah terlampir. Saya sangat berharap saudara dapat memberikan jawaban yang akurat sesuai dengan apa yang saudara yang pernah alami dan lakukan. Atas waktu dan perhatian yang saudara/I berikan saya ucapkan terimakasih.

**Nama responden** :

**Petunjuk pengisian bagian 1 dan 2: pilihlah salah satu jawaban yang paling sesuai dibawah ini dengan memberi tanda silang (X) atau lingkaran (O).**

Bagian 1

1. Usia
  - a. < 17 tahun
  - b. 18-26 tahun
  - c. 27-35 tahun
  - d. 36-44 tahun
  - e. 45-53 tahun
2. Pekerjaan Utama  
.....
3. Rata-rata pendapatan Anda per bulan
  - a. < Rp 750.000
  - b. Rp 750.000 – Rp 1.500.000
  - c. Rp 1.500.000 – Rp 3.000.000

- d. Rp 3.000.000 – Rp 4.500.000
  - e. Rp 4.500.000 – Rp 7.500.000
4. Rata-rata pengeluaran khusus untuk salon Anda per tiga bulan
- a. < Rp 50.000
  - b. Rp 50.000 – Rp100.000
  - c. Rp 100.000 – Rp 200.000
  - d. Rp 200.000 – Rp 500.000
  - e. Rp 500.000 – Rp 700.000
  - f. Rp 700.000 – Rp 1.000.000

Bagian 2 : Pengalaman dan Pengetahuan Responden

1. Berapa kalikah Anda mendatangi salon Flaurent selama 3 bulan terakhir ?
  - a. 3-4 kali
  - b. > 5 kali
2. Darimanakah Anda mengenal salon Flaurent ini pertama kali ?
  - a. Keluarga
  - b. Teman
  - c. Banner
  - d. Internet
3. Apa pertimbangan awal anda menggunakan jasa salon ini ? (jawaban boleh lebih dari satu)
  - a. Harga
  - b. Suasana
  - c. Pelayanan
  - d. Lokasi
  - e. Lainnya....

Bagian 3:

Petunjuk pengisian:

Berilah tanda ceklis, centang atau silang pada kolom jawaban yang menurut Anda paling sesuai.

Keterangan:

1. Sangat tidak setuju (STS)
2. Tidak setuju (TS)
3. Ragu-ragu / netral (N)

4. Setuju (S)
5. Sangat setuju (SS)

<b>Kode</b>	<b>Pernyataan (Persepsi Nilai)</b>	<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>N</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>
PN 1	Menurut saya salon flaurent cukup terkenal di daerah Yogyakarta					
PN 2	Menurut saya salon flaurent mempunyai nilai yang baik dibandingkan salon lainnya					
PN 3	Menurut saya salon flaurent sudah memperkenalkan dan menawarkan produk-produknya sesuai kebutuhan saya					
PN 4	Menurut saya jasa yang diberikan karyawan salon flaurent sudah memenuhi kebutuhan saya					
PN 5	Menurut saya citra salon flaurent lebih baik dari citra salon lainnya					
<b>No</b>	<b>Pernyataan (Kepercayaan)</b>	<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>N</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>
KP 1	Saya merasa kinerja perusahaan salon flaurent dapat dipercaya					
KP 2	Saya percaya terhadap integritas perusahaan salon flaurent					
KP 3	Saya percaya terhadap kinerja produk ataupun pelayanan salon flaurent yang telah diberikan					
KP 4	Saya percaya terhadap fitur-fitur (seperti alat-alat perawatan) yang digunakan pada salon flaurent					
KP 5	Saya merasa produk ataupun pelayanan yang diberikan salon flaurent dapat diandalkan					
<b>No</b>	<b>Pernyataan (Kepuasan Konsumen)</b>	<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>N</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>
KK 1	Saya merasa puas dengan pelayanan jasa ataupun produk yang diberikan salon flaurent					

KK 2	Saya merasa daya tanggap karyawan salon flaurent baik					
KK 3	Saya merasa kehandalan pelayanannya ataupun produk salon flaurent baik					
KK 4	Saya merasa karyawan salon flaurent memahami kebutuhan saya dan mampu memberikan solusi					
<b>No</b>	<b>Pernyataan (Loyalitas)</b>	<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>N</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>
LY 1	Saya merasa kinerja produk ataupun pelayanan yang diberikan salon flaurent dapat dipercaya					
LY 2	Saya merasa citra perusahaan salon flaurent dapat dipercaya					
LY 3	Saya merasa harga yang diberikan salon flaurent sudah sesuai dan lebih terjangkau dibandingkan salon lainnya					
LY 4	Saya merasa kehandalan produk atau pelayanan yang diberikan sudah sesuai dan dapat dipercaya					
LY 5	Saya akan menggunakan jasa salon flaurent kembali untuk kedepannya					

Lampiran 3 : Analisis Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PN1	107	3	5	4.26	.678
PN2	107	2	5	3.79	.579
PN3	107	2	5	3.85	.670
PN4	107	2	5	3.87	.674
PN5	107	2	5	3.79	.659
<b>PN</b>	<b>107</b>	<b>2</b>	<b>5</b>	<b>3.91</b>	<b>.450</b>
KP1	107	3	5	3.89	.634
KP2	107	2	5	3.89	.619
KP3	107	2	5	3.87	.631
KP4	107	3	5	3.88	.696
KP5	107	1	5	3.86	.665
<b>KP</b>	<b>107</b>	<b>1</b>	<b>5</b>	<b>3.88</b>	<b>.510</b>
KK1	107	2	5	4.02	.658
KK2	107	2	5	3.76	.725
KK3	107	2	5	3.76	.671
KK4	107	2	5	3.82	.762
<b>KK</b>	<b>107</b>	<b>2</b>	<b>5</b>	<b>3.84</b>	<b>.579</b>
LY1	107	3	5	3.92	.616
LY2	107	3	5	3.98	.614
LY3	107	2	5	4.20	.693
LY4	107	3	5	3.96	.643
LY5	107	2	5	4.06	.684
<b>LY</b>	<b>107</b>	<b>2</b>	<b>5</b>	<b>4.02</b>	<b>.507</b>
Valid N (listwise)	107				

Lampiran 4 : Uji Validitas *Pre-test* Persepsi Nilai

Correlations

		PN1	PN2	PN3	PN4	PN5	TOTALPN
PN1	Pearson Correlation	1	.326	.301	-.014	.332	.594**
	Sig. (2-tailed)		.079	.106	.942	.073	.001
	N	30	30	30	30	30	30
PN2	Pearson Correlation	.326	1	.370*	.115	.457*	.709**
	Sig. (2-tailed)	.079		.044	.546	.011	.000
	N	30	30	30	30	30	30
PN3	Pearson Correlation	.301	.370*	1	.354	.399*	.696**
	Sig. (2-tailed)	.106	.044		.055	.029	.000
	N	30	30	30	30	30	30
PN4	Pearson Correlation	-.014	.115	.354	1	.237	.503**
	Sig. (2-tailed)	.942	.546	.055		.207	.005
	N	30	30	30	30	30	30
PN5	Pearson Correlation	.332	.457*	.399*	.237	1	.758**
	Sig. (2-tailed)	.073	.011	.029	.207		.000
	N	30	30	30	30	30	30
TOTALPN	Pearson Correlation	.594**	.709**	.696**	.503**	.758**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.005	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

Uji Validitas *Pre-test* Kepercayaan

Correlations

		KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	TOTALKP
KP1	Pearson Correlation	1	.793**	.632**	.429*	.363*	.783**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.018	.049	.000
	N	30	30	30	30	30	30
KP2	Pearson Correlation	.793**	1	.556**	.446*	.386*	.779**
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.014	.035	.000
	N	30	30	30	30	30	30
KP3	Pearson Correlation	.632**	.556**	1	.513**	.467**	.797**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001		.004	.009	.000
	N	30	30	30	30	30	30
KP4	Pearson Correlation	.429*	.446*	.513**	1	.656**	.806**
	Sig. (2-tailed)						
	N	30	30	30	30	30	30

	Sig. (2-tailed)	.018	.014	.004		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
KP5	Pearson Correlation	.363*	.386*	.467**	.656**	1	.760**
	Sig. (2-tailed)	.049	.035	.009	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30
TOTALKP	Pearson Correlation	.783**	.779**	.797**	.806**	.760**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

### Uji Validitas *Pre-test* Kepuasan Konsumen

#### Correlations

		KK1	KK2	KK3	KK4	TOTALKK
KK1	Pearson Correlation	1	.726**	.648**	.388*	.824**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.034	.000
	N	30	30	30	30	30
KK2	Pearson Correlation	.726**	1	.772**	.471**	.898**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.009	.000
	N	30	30	30	30	30
KK3	Pearson Correlation	.648**	.772**	1	.511**	.886**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.004	.000
	N	30	30	30	30	30
KK4	Pearson Correlation	.388*	.471**	.511**	1	.713**
	Sig. (2-tailed)	.034	.009	.004		.000
	N	30	30	30	30	30
TOTALKK	Pearson Correlation	.824**	.898**	.886**	.713**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

### Uji validitas *Pre-test* Loyalitas Konsumen

#### Correlations

		LY1	LY2	LY3	LY4	LY5	TOTALLY
LY1	Pearson Correlation	1	.634**	.298	.695**	.479**	.817**
	Sig. (2-tailed)		.000	.110	.000	.007	.000
	N	30	30	30	30	30	30
LY2	Pearson Correlation	.634**	1	.270	.654**	.379*	.779**
	Sig. (2-tailed)	.000		.149	.000	.039	.000
	N	30	30	30	30	30	30
LY3	Pearson Correlation	.298	.270	1	.286	.454*	.609**
	Sig. (2-tailed)	.110	.149		.125	.012	.000
	N	30	30	30	30	30	30
LY4	Pearson Correlation	.695**	.654**	.286	1	.480**	.817**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.125		.007	.000



	N	30	30	30	30	30	30
LY5	Pearson Correlation	.479**	.379*	.454*	.480**	1	.752**
	Sig. (2-tailed)	.007	.039	.012	.007		.000
	N	30	30	30	30	30	30
TOTALLY	Pearson Correlation	.817**	.779**	.609**	.817**	.752**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	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).

### Lampiran 5 : Uji reliabilitas *Pre-test* Persepsi Nilai

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.665	5

### Uji Reliabilitas *Pre-test* Kepercayaan

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.838	5

### Uji Reliabilitas *Pre-test* Kepuasan Konsumen

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.850	4

### Uji reliabilitas *Pre-test* Loyalitas Konsumen

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.810	5

Lampiran 6 : Uji Validitas Persepsi Nilai

		Correlations					
		PN1	PN2	PN3	PN4	PN5	TOTALPN
PN1	Pearson Correlation	1	.259**	.253**	.179	.338**	.601**
	Sig. (2-tailed)		.007	.009	.065	.000	.000
	N	107	107	107	107	107	107
PN2	Pearson Correlation	.259**	1	.504**	.317**	.378**	.700**
	Sig. (2-tailed)	.007		.000	.001	.000	.000
	N	107	107	107	107	107	107
PN3	Pearson Correlation	.253**	.504**	1	.457**	.354**	.746**
	Sig. (2-tailed)	.009	.000		.000	.000	.000
	N	107	107	107	107	107	107
PN4	Pearson Correlation	.179	.317**	.457**	1	.361**	.678**
	Sig. (2-tailed)	.065	.001	.000		.000	.000
	N	107	107	107	107	107	107
PN5	Pearson Correlation	.338**	.378**	.354**	.361**	1	.707**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	107	107	107	107	107	107
TOTALPN	Pearson Correlation	.601**	.700**	.746**	.678**	.707**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	107	107	107	107	107	107

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

## Uji Validitas Kepercayaan

### Correlations

		KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	TOTALKP
KP1	Pearson Correlation	1	.616**	.552**	.460**	.454**	.779**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	107	107	107	107	107	107
KP2	Pearson Correlation	.616**	1	.518**	.384**	.557**	.774**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	107	107	107	107	107	107
KP3	Pearson Correlation	.552**	.518**	1	.479**	.586**	.794**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	107	107	107	107	107	107
KP4	Pearson Correlation	.460**	.384**	.479**	1	.615**	.759**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	107	107	107	107	107	107
KP5	Pearson Correlation	.454**	.557**	.586**	.615**	1	.822**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	107	107	107	107	107	107
TOTALKP	Pearson Correlation	.779**	.774**	.794**	.759**	.822**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	107	107	107	107	107	107

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

## Uji Validitas Kepuasan Konsumen

### Correlations

		KK1	KK2	KK3	KK4	TOTALKK
KK1	Pearson Correlation	1	.543**	.480**	.495**	.757**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	107	107	107	107	107
KK2	Pearson Correlation	.543**	1	.673**	.604**	.861**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	107	107	107	107	107
KK3	Pearson Correlation	.480**	.673**	1	.597**	.834**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	107	107	107	107	107
KK4	Pearson Correlation	.495**	.604**	.597**	1	.832**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	107	107	107	107	107
TOTALKK	Pearson Correlation	.757**	.861**	.834**	.832**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	107	107	107	107	107

N	107	107	107	107	107
---	-----	-----	-----	-----	-----

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

### Uji Validitas Loyalitas Konsumen

		Correlations					
		LY1	LY2	LY3	LY4	LY5	TOTALLY
LY1	Pearson Correlation	1	.694**	.326**	.659**	.526**	.810**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000	.000	.000
	N	107	107	107	107	107	107
LY2	Pearson Correlation	.694**	1	.430**	.572**	.451**	.796**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	107	107	107	107	107	107
LY3	Pearson Correlation	.326**	.430**	1	.334**	.553**	.691**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000	.000	.000
	N	107	107	107	107	107	107
LY4	Pearson Correlation	.659**	.572**	.334**	1	.583**	.801**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	107	107	107	107	107	107
LY5	Pearson Correlation	.526**	.451**	.553**	.583**	1	.807**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	107	107	107	107	107	107
TOTALLY	Pearson Correlation	.810**	.796**	.691**	.801**	.807**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	107	107	107	107	107	107

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

Lampiran 7 :

### Uji Reliabilitas Persepsi Nilai

#### Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.717	5

### Uji Reliabilitas Kepercayaan

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.844	5

### **Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen**

#### **Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.839	4

### **Uji Reliabilitas Loyalitas Konsumen**

#### **Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.838	5

Lampiran 8 :

### Uji Analisis Regresi Berganda Struktural 1

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.600	1.507		.398	.691
	TOTALPN	.441	.091	.428	4.853	.000
	TOTALKP	.316	.080	.348	3.939	.000

a. Dependent Variable: TOTALKK

### Uji Analisis Regresi Berganda Struktural 2

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.254	2.574		-.487	.630
	TOTALPN	.523	.160	.408	3.272	.003
	TOTALKK	.333	.145	.319	2.295	.030
	TOTALKP	.302	.131	.293	2.314	.029

A. Dependent Variable: TOTALLY

Lampiran 9 : Uji Simultan F

**Persepsi nilai dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen**

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	275.268	2	137.634	48.814	.000 <sup>b</sup>
	Residual	293.237	104	2.820		
	Total	568.505	106			

a. Dependent Variable: TOTALKK

b. Predictors: (Constant), TOTALKP, TOTALPN

**Persepsi nilai, kepercayaan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen**

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	139.856	3	46.619	29.129	.000 <sup>b</sup>
	Residual	41.611	26	1.600		
	Total	181.467	29			

a. Dependent Variable: TOTALLY

b. Predictors: (Constant), TOTALKP, TOTALPN, TOTALKK

Lampiran 10 : Uji Parsial t

**Persamaan Struktural 1**

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.600	1.507		.398	.691
	TOTALPN	.441	.091	.428	4.853	.000



TOTALKP	.316	.080	.348	3.939	.000
---------	------	------	------	-------	------

a. Dependent Variable: TOTALKK

### Persamaan Struktural 2

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.254	2.574		-.487	.630
	TOTALPN	.523	.160	.408	3.272	.003
	TOTALKK	.333	.145	.319	2.295	.030
	TOTALKP	.302	.131	.293	2.314	.029

a. Dependent Variable: TOTALLY

### Lampiran 11 : Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) Persepsi Nilai dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen

#### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.696 <sup>a</sup>	.484	.474	1.679

a. Predictors: (Constant), TOTALKP, TOTALPN

### Lampiran 12 : Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) Persepsi Nilai, Kepercayaan dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen

#### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.878 <sup>a</sup>	.771	.744	1.265

a. Predictors: (Constant), TOTALKP, TOTALPN, TOTALKK

Lampiran 13 : Uji Regresi *Path Analysis* Pengaruh Persepsi Nilai Terhadap

Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen

Persmaan Pertama

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.168	3.636		-.046	.963
	TOTALPN	.783	.178	.639	4.393	.000

a. Dependent Variable: TOTALKK

Persamaan Kedua

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.526	2.647		.199	.844
	TOTALPN	.599	.169	.467	3.553	.001
	TOTALKK	.494	.138	.472	3.591	.001

a. Dependent Variable: TOTALLY

Lampiran 14 : Uji Regresi *Path Analysis* Pengaruh Persepsi Nilai Terhadap

Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen

Persamaan Pertama

Coefficients <sup>a</sup>				
Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.

	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.280	2.751		1.192	.243
TOTALKP	.643	.141	.653	4.560	.000

a. Dependent Variable: TOTALKK

Persamaan Kedua

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.298	2.256		1.905	.068
	TOTALKP	.390	.149	.378	2.617	.014
	TOTALKK	.548	.151	.524	3.624	.001

a. Dependent Variable: TOTALLY

**Lampiran 15 : Hasil Regresi Persamaan Pertama Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.280	2.751		1.192	.243
	TOTALKP	.643	.141	.653	4.560	.000

a. Dependent Variable: TOTALKK

**Lampiran 16 : Hasil Regresi Persamaan Kedua Kepercayaan dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	4.298	2.256		1.905	.068
	TOTALKP	.390	.149	.378	2.617	.014
	TOTALKK	.548	.151	.524	3.624	.001

a. Dependent Variable: TOTALLY