

# LAMPIRAN

**Lampiran 1:****NOMOR:****KUESIONER PENELITIAN****PERAN KEPUASAN PELANGGAN DALAM MEMEDIASI E-CRM DAN E-SERVICE QUALITY TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN**

Assalamu'alaikum wr wb

Sehubungan dengan penyusunan tesis dengan judul yang telah disebutkan diatas, maka dengan hormat, saya:

Nama : Heni Wuryani  
NIM : 20161020046  
Asal Instansi : Mahasiswa Magister Manajemen UMY

Memohon kesediaan Saudara/i untuk mengisi kuesioner (daftar pertanyaan) yang saya ajukan ini secara jujur dan terbuka. Data yang didapat hanya untuk kepentingan akademis dan akan dijaga kerahasiaannya. Maka dari itu mohon kesediaan anda untuk dapat mengisi kuesioner dengan lengkap dan sesuai dengan petunjuk yang diberikan dan memilih jawaban yang dianggap paling sesuai karena jawaban anda tidak dinilai benar atau salah.

Dari Abu Hurairah ra, Nabi SAW bersabda: *“Barang siapa yang melepaskan satu kesusahan seorang mukmin, pasti Allah akan melepaskan darinya satu kesusahan pada hari kiamat. Barang siapa yang menjadikan mudah urusan orang lain, pasti Allah akan mudahkannya di dunia dan di akhirat”*. (HR. Muslim)

Terimakasih atas kesediaan anda yang telah membantu saya dengan menjawab semua pertanyaan yang saya berikan.

Wassalamu'alaikum wr wb

Hormat Saya,

Heni Wuryani

**Petunjuk pengisian:**

Pada pertanyaan di bawah ini, Anda dimohon untuk mengisi pertanyaan-pertanyaan tersebut dengan keadaan/ kondisi yang sebenarnya. Berikan tanda (√) pada jawaban yang anda pilih.

**Screening**

Apakah anda berusia antara 17-50 tahun <input type="checkbox"/> Ya <input type="checkbox"/> Tidak	Apakah anda pernah membeli melalui e-commerce 3 kali atau lebih <input type="checkbox"/> Ya <input type="checkbox"/> Tidak
Apakah anda pernah melakukan pembelian melauai salah satu atau lebih pada 10 e-commerce yang ada pada pilihan dibawah ini <input type="checkbox"/> Ya <input type="checkbox"/> Tidak	Apakah anda tinggal di Yogyakarta <input type="checkbox"/> Ya <input type="checkbox"/> Tidak
Jika dari keempat pertanyaan tersebut anda menjawab iya semua, mohon untuk melanjutkan pengisian kuesioner tetapi jika ada salah satu yang tidak cukup diisi sampai sini. Terimakasih	

**IDENTITAS RESPONDEN**

<b>Nama</b>		
<b>Jenis Kelamin</b>	<input type="checkbox"/> <b>Pria</b>	<input type="checkbox"/> <b>Wanita</b>
<b>Usia (pada tahun 2018)</b>	<input type="checkbox"/> <b>17 – 20 tahun</b> <input type="checkbox"/> <b>21 – 30 tahun</b> <input type="checkbox"/> <b>31 – 40 tahun</b> <input type="checkbox"/> <b>41 – 50 tahun</b> <input type="checkbox"/>	
<b>Pekerjaan</b>	<input type="checkbox"/> <b>Pelajar/Mahasiswa</b> <input type="checkbox"/> <b>Pegawai Swasta</b> <input type="checkbox"/> <b>PNS</b> <input type="checkbox"/> <b>TNI/POLRI</b>	<input type="checkbox"/> <b>Guru/Dosen</b> <input type="checkbox"/> <b>Wiraswasta</b> <input type="checkbox"/> <b>Lainnya.....</b>

<b>Pernah melakukan pembelian di <i>e-commerce</i> (boleh memilih lebih dari satu)</b>	<input type="checkbox"/> <b>Lazada.co.id</b> <input type="checkbox"/> <b>Blibli.com</b> <input type="checkbox"/> <b>Tokopedia.com</b> <input type="checkbox"/> <b>Elevenia</b> <input type="checkbox"/> <b>MatahariMall.com</b>	<input type="checkbox"/> <b>Shopee.co.id</b> <input type="checkbox"/> <b>Bukalapak.com</b> <input type="checkbox"/> <b>Zalora.co.id</b> <input type="checkbox"/> <b>Qoo10.co.id</b> <input type="checkbox"/> <b>Blanja.com</b>
<b>Berapa kali melakukan pembelian di <i>e-commerce</i></b>	<input type="checkbox"/> <b>3 kali</b> <input type="checkbox"/> <b>4 kali</b> <input type="checkbox"/> <b>5 kali</b> <input type="checkbox"/> <b>≥ 6 kali</b>	

### **Petunjuk Pengisian kuesioner**

1. Pada pertanyaan di bawah ini, Anda dimohon untuk mengisi pertanyaan-pertanyaan tersebut dengan keadaan/ kondisi yang sebenarnya. Berikan tanda (√) pada jawaban yang anda pilih.  
SS : Sangat Setuju  
S : Setuju  
N : Netral  
TS : Tidak Setuju  
STS : Sangat Tidak Setuju
2. Berikanlah jawaban singkat pada bagian yang membutuhkan jawaban singkat
3. Jika anda pernah melakukan pembelian menggunakan lebih dari satu *e-commerce*, isi kuesioner berikut sesuai salah satu pengalaman dalam melakukan pembelian melalui *e-commerce*

**E-CRM**

No	Pertanyaan	Pilihan Sikap/Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Hanya dengan beberapa klik, saya mendapatkan informasi yang dibutuhkan					
	Informasi apa yang paling anda butuhkan ketika membuka website <i>e-commerce</i>					
	Jawab: .....					

No	Pertanyaan	Pilihan Sikap/Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
2	Informasi yang ditampilkan pada website dapat dipercaya					
	Informasi terpercaya apa yang ditampilkan pada website					
	Jawab: .....					

No	Pertanyaan	Pilihan Sikap/Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
3	Informasi yang ditampilkan di website mudah dimengerti					
	Bagaimana menurut anda informasi pada website yang mudah dimengerti					
	Jawab: .....					

No	Pertanyaan	Pilihan Sikap/Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
4	Keluhan pelanggan ditangani secara cepat					
	Keluhan apa yang biasanya anda keluhkan ketika menggunakan website <i>e-commerce</i>					
	Jawab:					
	.....					

No	Pertanyaan	Pilihan Sikap/Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
5	Layanan pelanggan akan menginformasikan jika ada masalah melalui reservasi					
	Informasi apa yang sering anda dapatkan melalui reservasi Jawab: .....					

### E-Service Quality

No	Pertanyaan	Pilihan Sikap/Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Transaksi yang dilakukan dapat dipertanggung jawabkan					
	Apa yang membuat anda yakin bertransaksi dengan <i>e-commerce</i> dapat dipertanggung jawabkan Jawab: .....					

No	Pertanyaan	Pilihan Sikap/Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
2	Saya merasa mudah dalam mencari informasi terhadap produk/jasa yang dicari					
	Produk/jasa apa yang paling sering anda cari dengan <i>e-commerce</i> Jawab: .....					

No	Pertanyaan	Pilihan Sikap/Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
3	Penyelesaian dalam sebuah transaksi sederhana					
	Menurut anda prosedur transaksi seperti apa yang memudahkan anda melakukan pembelian pada <i>e-commerce</i> Jawab: .....					

No	Pertanyaan	Pilihan Sikap/Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
4	Pelanggan dapat berbagi opini dan bertukar informasi					
	Opini/komentar apa yang sering anda temukan ketika melihat opini/komentar dari sebuah produk/jasa  Jawab: .....					

No	Pertanyaan	Pilihan Sikap/Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
5	Pertanyaan dari pelanggan dijawab secara jelas					
	Pertanyaan apa yang sering anda tanyakan sebelum melakukan pembelian dengan <i>e-commerce</i>  Jawab: .....					

### Customer Satisfaction

No	Pertanyaan	Pilihan Sikap/Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Produk/jasa yang dijelaskan sesuai fakta					
	Pernahkah penjelasan tentang produk/jasa tidak sesuai dengan faktanya, sebutkan  Jawab: .....					

No	Pertanyaan	Pilihan Sikap/Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
2	Jika saya membutuhkan layanan pembelian online akan kembali membeli melalui layanan dari <i>e-commerce</i>					
	<i>E-commerce</i> apa yang paling anda minati untuk dikunjungi kembali  Jawab: .....					

No	Pertanyaan	Pilihan Sikap/Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
3	Promo yang ada pada <i>e-commerce</i> membuat saya ingin membeli kembali					
	Promosi apa yang biasanya anda lihat pada website <i>e-commerce</i> Jawab: .....					

No	Pertanyaan	Pilihan Sikap/Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
4	Saya akan merekomendasikan layanan dari <i>e-commerce</i> sebagai layanan utama pembelian secara online					
	Anda akan merekomendasikan layanan <i>e-commerce</i> pada siapa Jawab: .....					

No	Pertanyaan	Pilihan Sikap/Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
5	Menceritakan pengalaman baik saya tentang <i>e-commerce</i> kepada orang lain.					
	Pengalaman baik apa yang akan anda bagikan kepada orang lain tentang <i>e-commerce</i> Jawab: .....					

### Customer Loyalty

No	Pertanyaan	Pilihan Sikap/Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Saya berfikir bahwa membeli melalui <i>e-commerce</i> merupakan pilihan yang terbaik					
	Apa alasan <i>e-commerce</i> sebagai pilihan terbaik Jawab: .....					



No	Pertanyaan	Pilihan Sikap/Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
2	Saya bersedia berbelanja kembali secara online pada produk yang dipasarkan oleh <i>e-commerce</i>					
	Kemudahan apa yang anda dapatkan dengan melakukan pembelian melalui <i>e-commerce</i>  Jawab: .....					

No	Pertanyaan	Pilihan Sikap/Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
3	Saya berniat lebih sering melakukan pembelian online melalui <i>e-commerce</i>					
	Apa menariknya dari <i>e-commerce</i>  Jawab: .....					

No	Pertanyaan	Pilihan Sikap/Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
4	Ketika ada orang lain yang menceritakan kekurangan melakukan pembelian online dengan <i>e-commerce</i> saya akan menceritakan kepuasan melakukan pembelian melalui <i>e-commerce</i>					
	Bagaimana sikap anda ketika ada orang yang menceritakan kekurangan tentang layanan <i>e-commerce</i>  Jawab: .....					

**-Terimakasih-**

## Lampiran 2:

### Uji Validitas Variabel ECRM (olah data dengan AMOS)

#### *Regression Weight: (Group number 1 – Default model)*

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
ECRM1 <--- Electronic_Customer_Relationship_Management	1.000				
ECRM2 <--- Electronic_Customer_Relationship_Management	1.284	.192	6.674	***	par_1
ECRM4 <--- Electronic_Customer_Relationship_Management	1.463	.204	7.180	***	par_2
ECRM5 <--- Electronic_Customer_Relationship_Management	1.065	.176	6.048	***	par_3
ECRM3 <--- Electronic_Customer_Relationship_Management	1.443	.193	7.468	***	par_4

#### *Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)*

	Estimate
ECRM1 <--- Electronic_Customer_Relationship_Management	.615
ECRM2 <--- Electronic_Customer_Relationship_Management	.683
ECRM4 <--- Electronic_Customer_Relationship_Management	.763
ECRM5 <--- Electronic_Customer_Relationship_Management	.598
ECRM3 <--- Electronic_Customer_Relationship_Management	.826

### Uji Validitas Variabel ESQ (olah data dengan AMOS)

#### *Regression Weights: (Group number 1 - Default model)*

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
ESQ1 <--- Electronic_Service_Quality	1.000				
ESQ2 <--- Electronic_Service_Quality	.894	.141	6.349	***	par_1
ESQ3 <--- Electronic_Service_Quality	1.198	.179	6.691	***	par_2
ESQ4 <--- Electronic_Service_Quality	.892	.155	5.771	***	par_3

#### *Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)*

	Estimate
ESQ1 <--- Electronic_Service_Quality	.592
ESQ2 <--- Electronic_Service_Quality	.681
ESQ3 <--- Electronic_Service_Quality	.871
ESQ4 <--- Electronic_Service_Quality	.593

**Uji Validitas Variabel *Customer Satisfaction* (kepuasan pelanggan) (olah data dengan AMOS)**

***Regression Weights: (Group number 1 - Default model)***

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
ESQ1 <--- Electronic_Service_Quality	1.000				
ESQ2 <--- Electronic_Service_Quality	.894	.141	6.349	***	par_1
ESQ3 <--- Electronic_Service_Quality	1.198	.179	6.691	***	par_2
ESQ4 <--- Electronic_Service_Quality	.892	.155	5.771	***	par_3

***Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)***

	Estimate
ESQ1 <--- Electronic_Service_Quality	.592
ESQ2 <--- Electronic_Service_Quality	.681
ESQ3 <--- Electronic_Service_Quality	.871
ESQ4 <--- Electronic_Service_Quality	.593

**Uji Validitas Variabel *Customer Loyalty* (loyalitas pelanggan) (olah data dengan AMOS)**

***Regression Weights: (Group number 1 - Default model)***

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
CL1 <--- Customer_Loyalty	1.000				
CL2 <--- Customer_Loyalty	.824	.118	6.971	***	par_1
CL3 <--- Customer_Loyalty	.956	.136	7.003	***	par_2
CL4 <--- Customer_Loyalty	1.061	.142	7.496	***	par_3

***Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)***

	Estimate
CL1 <--- Customer_Loyalty	.737
CL2 <--- Customer_Loyalty	.662
CL3 <--- Customer_Loyalty	.666
CL4 <--- Customer_Loyalty	.738

### Lampiran 3:

#### *Regression Weights: (Group number 1 - Default model)*

		Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Customer_Satisfaction	<--- Electronic_Customer_Relationship_Management	.257	.100	2.560	.010	par_1
Customer_Satisfaction	<--- Electronic_Service_Quality	.490	.107	4.565	***	par_3
Customer_Loyalty	<--- Electronic_Customer_Relationship_Management	.065	.086	.752	.452	par_2
Customer_Loyalty	<--- Electronic_Service_Quality	.006	.093	.061	.951	par_4
Customer_Loyalty	<--- Customer_Satisfaction	1.048	.162	6.480	***	par_5
ECRM1	<--- Electronic_Customer_Relationship_Management	1.000				
ECRM2	<--- Electronic_Customer_Relationship_Management	1.283	.197	6.511	***	par_6
ECRM3	<--- Electronic_Customer_Relationship_Management	1.477	.200	7.393	***	par_7
ECRM4	<--- Electronic_Customer_Relationship_Management	1.513	.212	7.148	***	par_8
ECRM5	<--- Electronic_Customer_Relationship_Management	1.091	.181	6.016	***	par_9
CS1	<--- Customer_Satisfaction	1.000				
CS2	<--- Customer_Satisfaction	1.189	.145	8.183	***	par_10
CS4	<--- Customer_Satisfaction	1.246	.140	8.913	***	par_11
CS5	<--- Customer_Satisfaction	1.026	.129	7.943	***	par_12
CL1	<--- Customer_Loyalty	1.000				
CL2	<--- Customer_Loyalty	.995	.124	8.038	***	par_13
CL3	<--- Customer_Loyalty	.986	.140	7.032	***	par_14
CL4	<--- Customer_Loyalty	1.153	.143	8.054	***	par_15
CS3	<--- Customer_Satisfaction	1.078	.143	7.531	***	par_16
ESQ1	<--- Electronic_Service_Quality	1.000				
ESQ2	<--- Electronic_Service_Quality	.884	.132	6.717	***	par_18
ESQ3	<--- Electronic_Service_Quality	1.066	.149	7.174	***	par_19
ESQ4	<--- Electronic_Service_Quality	.872	.144	6.038	***	par_20

#### *Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)*

		Estimate
Customer_Satisfaction	<--- Electronic_Customer_Relationship_Management	.236
Customer_Satisfaction	<--- Electronic_Service_Quality	.517
Customer_Loyalty	<--- Electronic_Customer_Relationship_Management	.052
Customer_Loyalty	<--- Electronic_Service_Quality	.005
Customer_Loyalty	<--- Customer_Satisfaction	.925
ECRM1	<--- Electronic_Customer_Relationship_Management	.604
ECRM2	<--- Electronic_Customer_Relationship_Management	.670
ECRM3	<--- Electronic_Customer_Relationship_Management	.830
ECRM4	<--- Electronic_Customer_Relationship_Management	.774
ECRM5	<--- Electronic_Customer_Relationship_Management	.601
CS1	<--- Customer_Satisfaction	.683
CS2	<--- Customer_Satisfaction	.734
CS4	<--- Customer_Satisfaction	.810
CS5	<--- Customer_Satisfaction	.710
CL1	<--- Customer_Loyalty	.679
CL2	<--- Customer_Loyalty	.736
CL3	<--- Customer_Loyalty	.633
CL4	<--- Customer_Loyalty	.738
CS3	<--- Customer_Satisfaction	.669
ESQ1	<--- Electronic_Service_Quality	.623
ESQ2	<--- Electronic_Service_Quality	.708
ESQ3	<--- Electronic_Service_Quality	.815
ESQ4	<--- Electronic_Service_Quality	.609

**Lampiran 4:*****Observations farthest from the centroid  
(Mahalanobis distance) (Group number  
1)***

<i>Observation number</i>	<i>Mahalanobis d-squared</i>	<i>p1</i>	<i>p2</i>
11	35.353	.009	.735
32	34.777	.010	.464
17	34.776	.010	.207
15	34.628	.011	.082
79	31.881	.023	.277
51	30.283	.035	.454
10	29.639	.041	.455
29	29.406	.044	.365
80	28.994	.048	.338
41	28.242	.058	.421
12	28.023	.062	.361
35	27.673	.067	.349
153	27.223	.075	.378
72	26.493	.089	.518
139	26.450	.090	.422
144	26.404	.091	.335
18	26.172	.096	.317
5	26.153	.096	.236
16	26.137	.097	.168
27	25.208	.119	.390
149	25.195	.120	.306
37	24.286	.146	.590
8	24.268	.146	.507
97	23.925	.158	.570
127	23.668	.166	.599
94	23.461	.173	.608
22	23.393	.176	.556
2	23.217	.182	.555
53	23.053	.189	.551
38	22.949	.193	.520
125	22.789	.199	.518
54	22.735	.201	.464
124	22.668	.204	.419
109	22.613	.206	.370
68	22.597	.207	.306
136	22.567	.208	.254
55	22.560	.208	.199
112	22.526	.209	.160
25	22.426	.214	.146
26	22.396	.215	.114
7	22.299	.219	.103
13	21.888	.237	.183
155	21.548	.253	.266
113	21.286	.265	.328
43	21.108	.274	.353
120	21.108	.274	.289
78	21.101	.274	.235
147	21.047	.277	.205

<i>Observation number</i>	<i>Mahalanobis d-squared</i>	<i>p1</i>	<i>p2</i>
89	20.874	.286	.226
46	20.722	.294	.239
50	20.490	.306	.293
63	20.364	.313	.297
111	20.117	.326	.367
64	20.060	.329	.336
99	19.955	.335	.332
39	19.868	.340	.318
30	19.728	.348	.334
4	19.569	.358	.362
140	19.546	.359	.314
150	19.399	.368	.335
42	19.255	.376	.357
62	19.254	.376	.298
108	19.085	.387	.334
85	18.878	.399	.394
20	18.744	.408	.414
131	18.727	.409	.362
52	18.715	.410	.310
56	18.699	.411	.263
74	18.641	.414	.241
115	18.638	.414	.195
3	18.502	.423	.211
48	18.486	.424	.174
69	18.439	.427	.153
92	18.429	.428	.121
23	18.190	.443	.174
116	17.978	.457	.227
47	17.489	.490	.462
145	17.448	.493	.426
6	17.435	.493	.373
123	17.315	.502	.389
110	17.168	.512	.424
19	17.159	.512	.368
152	17.041	.520	.383
70	16.956	.526	.378
75	16.865	.532	.375
121	16.817	.536	.347
137	16.702	.544	.361
24	16.637	.548	.342
66	16.634	.548	.287
28	16.460	.560	.336
96	16.344	.569	.351
104	16.336	.569	.298
148	15.941	.597	.501
114	15.850	.603	.500
129	15.777	.608	.486
71	15.776	.608	.422
105	15.728	.612	.391
98	15.700	.613	.348
77	15.682	.615	.299
100	15.480	.629	.370

**Lampiran 5:***Assessment of normality (Group number 1)*

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
ESQ4	3.000	5.000	-.423	-2.151	-.726	-1.845
ESQ3	3.000	5.000	-.750	-3.812	-.414	-1.053
ESQ2	3.000	5.000	-.081	-.410	-.557	-1.416
ESQ1	2.000	5.000	-.564	-2.865	-.279	-.709
CL4	2.000	5.000	-.524	-2.664	-.168	-.427
CL3	2.000	5.000	-.317	-1.612	-.728	-1.851
CL2	3.000	5.000	-.196	-.998	-.752	-1.912
CL1	2.000	5.000	-.260	-1.323	-.718	-1.824
CS5	3.000	5.000	-.102	-.520	-.498	-1.267
CS4	3.000	5.000	-.308	-1.566	-.782	-1.988
CS3	2.000	5.000	-.486	-2.472	-.409	-1.040
CS2	3.000	5.000	-.402	-2.043	-.916	-2.327
CS1	2.000	5.000	-.184	-.936	.029	.074
ECRM5	2.000	5.000	-.335	-1.701	-.377	-.958
ECRM4	2.000	5.000	-.306	-1.556	-.640	-1.625
ECRM3	2.000	5.000	-.348	-1.770	-.565	-1.435
ECRM2	2.000	5.000	-.274	-1.394	-.958	-2.434
ECRM1	3.000	5.000	-.305	-1.549	-.753	-1.914
Multivariate					9.918	2.301

**Lampiran 6:****CMIN**

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	42	244.187	129	.000	1.893
Saturated model	171	.000	0		
Independence model	18	1337.639	153	.000	8.743

**RMR, GFI**

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Default model	.032	.857	.810	.646
Saturated model	.000	1.000		
Independence model	.156	.328	.249	.293

**Baseline Comparisons**

Model	NFI	RFI	IFI	TLI	CFI
	Delta1	rho1	Delta2	rho2	
Default model	.817	.783	.905	.885	.903
Saturated model	1.000		1.000		1.000
Independence model	.000	.000	.000	.000	.000

**Parsimony-Adjusted Measures**

Model	PRATIO	PNFI	PCFI
Default model	.843	.689	.761
Saturated model	.000	.000	.000
Independence model	1.000	.000	.000

**NCP**

Model	NCP	LO 90	HI 90
Default model	115.187	74.946	163.241
Saturated model	.000	.000	.000
Independence model	1184.639	1071.495	1305.224

**FMIN**

Model	FMIN	F0	LO 90	HI 90
Default model	1.586	.748	.487	1.060
Saturated model	.000	.000	.000	.000
Independence model	8.686	7.692	6.958	8.475

**RMSEA**

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	.076	.061	.091	.003
Independence model	.224	.213	.235	.000



## Lampiran 7:

### Uji Hipotesis

*Regression Weights: (Group number 1 - Default model)*

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Customer_Satisfaction <--- Electronic_Customer_Relationship_Management	.257	.100	2.560	.010	par_1
Customer_Satisfaction <--- Electronic_Service_Quality	.490	.107	4.565	***	par_3
Customer_Loyalty <--- Electronic_Customer_Relationship_Management	.065	.086	.752	.452	par_2
Customer_Loyalty <--- Electronic_Service_Quality	.006	.093	.061	.951	par_4
Customer_Loyalty <--- Customer_Satisfaction	1.048	.162	6.480	***	par_5

### Analisis Jalur

*Standardized Direct Effects (Group number 1 - Default model)*

	Electronic_Service_Quality	Electronic_Customer_Relationship_Management	Customer_Satisfaction	Customer_Loyalty
Customer_Satisfaction	.517	.236	.000	.000
Customer_Loyalty	.005	.052	.925	.000

*Standardized Indirect Effects (Group number 1 - Default model)*

	Electronic_Service_Quality	Electronic_Customer_Relationship_Management	Customer_Satisfaction	Customer_Loyalty
Customer_Satisfaction	.000	.000	.000	.000
Customer_Loyalty	.478	.218	.000	.000

*Standardized Total Effects (Group number 1 - Default model)*

	Electronic_Service_Quality	Electronic_Customer_Relationship_Management	Customer_Satisfaction	Customer_Loyalty
Customer_Satisfaction	.517	.236	.000	.000
Customer_Loyalty	.483	.270	.925	.000

*Squared Multiple Correlations: (Group number 1 - Default model)*

	Estimate
Customer_Satisfaction	.394
Customer_Loyalty	.901

## Lampiran 8:

### CROSSTAB

#### Crosstab Jenis kelamin dan Usia

Crosstab

			Usia				Total
			17-20 tahun	21-30 tahun	31-40 tahun	41-50 tahun	
Jenis_Kelamin	Pria	Count	1	45	15	0	61
		% within Usia	10.0%	37.8%	60.0%	0.0%	39.4%
	Wanita	Count	9	74	10	1	94
		% within Usia	90.0%	62.2%	40.0%	100.0%	60.6%
Total		Count	10	119	25	1	155
		% within Usia	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

#### Crosstab Jenis Kelamin dan Pekerjaan

Crosstab

			Pekerjaan						Total
			Pelajar/Maha siswa	Pegawai Swasta	PNS	Guru/Dosen	Wiraswasta	Lainnya	
Jenis_Kelamin	Pria	Count	15	23	7	3	12	1	61
		% within Pekerjaan	30.6%	42.6%	63.6%	30.0%	44.4%	25.0%	39.4%
	Wanita	Count	34	31	4	7	15	3	94
		% within Pekerjaan	69.4%	57.4%	36.4%	70.0%	55.6%	75.0%	60.6%
Total		Count	49	54	11	10	27	4	155
		% within Pekerjaan	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

#### Crosstab Jenis Kelamin dan Frekuensi Pembelian

Crosstab

			Frekuensi_Pembelian				Total
			3 kali	4 kali	5 kali	6 kali/lebih	
Jenis_Kelamin	Pria	Count	17	5	7	32	61
		% within Frekuensi_Pembelian	41.5%	23.8%	38.9%	42.7%	39.4%
	Wanita	Count	24	16	11	43	94
		% within Frekuensi_Pembelian	58.5%	76.2%	61.1%	57.3%	60.6%
Total		Count	41	21	18	75	155
		% within Frekuensi_Pembelian	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

## Crosstab Usia dan Pekerjaan

Crosstab

			Pekerjaan					Total	
			Pelajar/Maha siswa	Pegawai Swasta	PNS	Guru/Dosen	Wiraswasta		Lainnya
Usia	17-20 tahun	Count	9	0	0	0	1	0	10
		% within Pekerjaan	18.4%	0.0%	0.0%	0.0%	3.7%	0.0%	6.5%
	21-30 tahun	Count	39	43	6	6	21	4	119
		% within Pekerjaan	79.6%	79.6%	54.5%	60.0%	77.8%	100.0%	76.8%
	31-40 tahun	Count	1	11	5	3	5	0	25
		% within Pekerjaan	2.0%	20.4%	45.5%	30.0%	18.5%	0.0%	16.1%
	41-50 tahun	Count	0	0	0	1	0	0	1
		% within Pekerjaan	0.0%	0.0%	0.0%	10.0%	0.0%	0.0%	0.6%
Total		Count	49	54	11	10	27	4	155
		% within Pekerjaan	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

## Crosstab Usia dan Frekuensi Pembelian

Crosstab

			Frekuensi_Pembelian				Total
			3 kali	4 kali	5 kali	6 kali/lebih	
Usia	17-20 tahun	Count	4	1	3	2	10
		% within Frekuensi_Pembelian	9.8%	4.8%	16.7%	2.7%	6.5%
	21-30 tahun	Count	33	17	11	58	119
		% within Frekuensi_Pembelian	80.5%	81.0%	61.1%	77.3%	76.8%
	31-40 tahun	Count	3	3	4	15	25
		% within Frekuensi_Pembelian	7.3%	14.3%	22.2%	20.0%	16.1%
	41-50 tahun	Count	1	0	0	0	1
		% within Frekuensi_Pembelian	2.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.6%
Total		Count	41	21	18	75	155
		% within Frekuensi_Pembelian	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

## Crosstab Pekerjaan dan Frekuensi Pembelian

Pekerjaan \* Frekuensi\_Pembelian Crosstabulation

			Frekuensi_Pembelian				Total
			3 kali	4 kali	5 kali	6 kali/lebih	
Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	Count	17	6	6	20	49
		% within Frekuensi_Pembelian	41.5%	28.6%	33.3%	26.7%	31.6%
	Pegawai Swasta	Count	12	9	3	30	54
		% within Frekuensi_Pembelian	29.3%	42.9%	16.7%	40.0%	34.8%
	PNS	Count	3	2	1	5	11
		% within Frekuensi_Pembelian	7.3%	9.5%	5.6%	6.7%	7.1%
	Guru/Dosen	Count	1	1	4	4	10
		% within Frekuensi_Pembelian	2.4%	4.8%	22.2%	5.3%	6.5%
	Wiraswasta	Count	7	3	3	14	27
		% within Frekuensi_Pembelian	17.1%	14.3%	16.7%	18.7%	17.4%
	Lainnya	Count	1	0	1	2	4
		% within Frekuensi_Pembelian	2.4%	0.0%	5.6%	2.7%	2.6%
Total		Count	41	21	18	75	155
		% within Frekuensi_Pembelian	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

## Lampiran 9:

### Deskripsi Variabel Penelitian

#### Tanggapan Responden Terhadap *Electronic Customer Relationship Management (E-CRM)*

##### Statistics

		ECRM1	ECRM2	ECRM3	ECRM4	ECRM5
N	Valid	155	155	155	155	155
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		4.25	4.11	4.16	4.03	4.08
Median		4.00	4.00	4.00	4.00	4.00
Mode		4	4	4	4	4
Std. Deviation		.658	.761	.707	.776	.720
Variance		.433	.579	.500	.603	.519
Minimum		3	2	2	2	2
Maximum		5	5	5	5	5
Sum		658	637	645	625	633
Percentiles	100	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00

##### ECRM1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	19	12.3	12.3	12.3
	4	79	51.0	51.0	63.2
	5	57	36.8	36.8	100.0
Total		155	100.0	100.0	

##### ECRM2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	.6	.6	.6
	3	34	21.9	21.9	22.6
	4	67	43.2	43.2	65.8
	5	53	34.2	34.2	100.0
Total		155	100.0	100.0	

**ECRM3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	.6	.6	.6
	3	25	16.1	16.1	16.8
	4	77	49.7	49.7	66.5
	5	52	33.5	33.5	100.0
	Total	155	100.0	100.0	

**ECRM4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	1.9	1.9	1.9
	3	35	22.6	22.6	24.5
	4	71	45.8	45.8	70.3
	5	46	29.7	29.7	100.0
	Total	155	100.0	100.0	

**ECRM5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	1.3	1.3	1.3
	3	28	18.1	18.1	19.4
	4	80	51.6	51.6	71.0
	5	45	29.0	29.0	100.0
	Total	155	100.0	100.0	

## Tanggapan Responden Terhadap *Electronic Service Quality* (ESQ)

### Statistics

		ESQ1	ESQ2	ESQ3	ESQ4
N	Valid	155	155	155	155
	Missing	0	0	0	0
Mean		4.22	4.29	4.50	4.32
Median		4.00	4.00	5.00	4.00
Mode		4	4	5	4
Std. Deviation		.732	.569	.596	.652
Variance		.536	.324	.356	.425
Minimum		2	3	3	3
Maximum		5	5	5	5
Sum		654	665	698	669
Percentiles	100	5.00	5.00	5.00	5.00

### ESQ1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	1.3	1.3	1.3
	3	22	14.2	14.2	15.5
	4	71	45.8	45.8	61.3
	5	60	38.7	38.7	100.0
Total		155	100.0	100.0	

### ESQ2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	9	5.8	5.8	5.8
	4	92	59.4	59.4	65.2
	5	54	34.8	34.8	100.0
Total		155	100.0	100.0	



**ESQ3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	8	5.2	5.2	5.2
	4	61	39.4	39.4	44.5
	5	86	55.5	55.5	100.0
	Total	155	100.0	100.0	

**ESQ4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	16	10.3	10.3	10.3
	4	74	47.7	47.7	58.1
	5	65	41.9	41.9	100.0
	Total	155	100.0	100.0	

**Tanggapan Responden Terhadap *Customer Satisfaction* (CS)****Statistics**

		CS1	CS2	CS3	CS4	CS5
N	Valid	155	155	155	155	155
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		4.04	4.26	4.25	4.24	4.14
Median		4.00	4.00	4.00	4.00	4.00
Mode		4	4	4	4	4
Std. Deviation		.633	.701	.696	.665	.625
Variance		.401	.491	.485	.443	.391
Minimum		2	3	2	3	3
Maximum		5	5	5	5	5
Sum		626	660	658	657	641
Percentiles	100	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00

**CS1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	.6	.6	.6
	3	25	16.1	16.1	16.8
	4	96	61.9	61.9	78.7
	5	33	21.3	21.3	100.0
	Total	155	100.0	100.0	

**CS2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	23	14.8	14.8	14.8
	4	69	44.5	44.5	59.4
	5	63	40.6	40.6	100.0
	Total	155	100.0	100.0	

**CS3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	.6	.6	.6
	3	20	12.9	12.9	13.5
	4	74	47.7	47.7	61.3
	5	60	38.7	38.7	100.0
	Total	155	100.0	100.0	

**CS4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	20	12.9	12.9	12.9
	4	78	50.3	50.3	63.2
	5	57	36.8	36.8	100.0
	Total	155	100.0	100.0	

**CS5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	21	13.5	13.5	13.5
	4	92	59.4	59.4	72.9
	5	42	27.1	27.1	100.0
	Total	155	100.0	100.0	

**Tanggapan Responden Terhadap *Customer Loyalty* (CL)****Statistics**

		CL1	CL2	CL3	CL4
N	Valid	155	155	155	155
	Missing	0	0	0	0
Mean		4.10	4.17	4.08	4.10
Median		4.00	4.00	4.00	4.00
Mode		4	4	4	4
Std. Deviation		.722	.663	.764	.766
Variance		.522	.439	.584	.587
Minimum		2	3	2	2
Maximum		5	5	5	5
Sum		636	646	633	636
Percentiles	100	5.00	5.00	5.00	5.00

**CL1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	.6	.6	.6
	3	30	19.4	19.4	20.0
	4	76	49.0	49.0	69.0
	5	48	31.0	31.0	100.0
	Total	155	100.0	100.0	

**CL2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	23	14.8	14.8	14.8
	4	83	53.5	53.5	68.4
	5	49	31.6	31.6	100.0
	Total	155	100.0	100.0	

**CL3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	1.3	1.3	1.3
	3	33	21.3	21.3	22.6
	4	70	45.2	45.2	67.7
	5	50	32.3	32.3	100.0
	Total	155	100.0	100.0	

**CL4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	4	2.6	2.6	2.6
	3	26	16.8	16.8	19.4
	4	75	48.4	48.4	67.7
	5	50	32.3	32.3	100.0
	Total	155	100.0	100.0	