

# LAMPIRAN

**Lampiran 1. Kuisoner Penelitian****KUESIONER PENELITIAN****ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN DALAM MEMEDIASI PENGARUH  
*CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* TERHADAP LOYALITAS  
KONSUMEN MATAHARI DEPARTEMENT STORE YOGYAKARTA****(Studi Pada Matahari Departement Store Yogyakarta)**

---

Kepada Yth.  
Bapak/Ibu/Sdra/i  
Di tempat

Dengan hormat,

Kuesioner ini saya buat dan diedarkan kepada Anda bertujuan mendapatkan data dalam rangka penyelesaian skripsi yang berjudul:

**” ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN DALAM MEMEDIASI  
PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* TERHADAP  
LOYALITAS KONSUMEN MATAHARI DEPARTEMENT STORE  
YOGYAKARTA**

**(Studi Kasus pada Konsumen Matahari Departemen Store Yogyakarta)**

Oleh karena itu, saya sangat membutuhkan bantuan Bapak/Ibu/Sdra/i, untuk mengisi kuesioner penelitian ini sesuai dengan petunjuk pengisian yang telah disediakan. Saya akan menjaga kerahasiaan identitas dan jawaban yang rekan-rekan berikan dan hanya dipergunakan untuk kepentingan penelitian.

Bantuan Bapak/Ibu/Sdra/i dalam mengisi kuesioner akan sangat membantu saya dalam menyusun dan menyelesaikan penelitian ini. Atas perhatian, kesediaan dan bantuan yang diberikan, saya ucapkan terima kasih.

Peneliti,

Muhammad Irfan

### A. Identitas Responden

Berikan tanda check (✓) pada jawaban yang paling sesuai menurut pendapat Bapak,

Ibu, Saudara/i.

1. Nama :
2. Usia :
3. Jenis Kelamin : Laki-laki / Perempuan
4. Pendidikan Terakhir : SD S1  
SMP S2  
SMA Lainnya...
5. Pekerjaan : Pelajar / Mahasiswa PNS  
Pegawai Swasta Wiraswasta  
Ibu Rumah Tangga Lainnya...
6. Pendapatan :  < 1 juta  3 s/d 5 juta  
 1 s/d 2,9 juta  > 5 juta

Angka 1 menunjukkan bahwa responden sangat tidak setuju (STS),

Angka 2 menunjukkan bahwa responden tidak setuju (TS),

Angka 3 menunjukkan bahwa responden netral (N)

Angka 4 menunjukkan bahwa responden setuju (S),

Angka 5 menunjukkan bahwa responden sangat setuju (SS).

Apakah anda telah melakukan berbelanja di Matahari Departemen Store Yogyakarta 2 kali dalam 6 bulan terakhir?  Iya  Tidak

**1. Customer Relationship Management (CRM)**

No	Pernyataan	1	2	3	4	5
<b><i>Continuity Marketing</i></b>						
1	Saya tertarik dengan manfaat program <i>member card</i> yang ditawarkan Matahari Departemen Store					
2	Saya tertarik pada potongan harga yang diberikan Matahari Departemen Store					
3	Saya tertarik dengan <i>poin reward</i> (program hadiah) yang diadakan Matahari Departemen Store					
<b><i>One to one Marketing</i></b>						
1	Saya merasa karyawan Matahari Departemen Store ramah dalam menyambut setiap pelanggan					
2	Saya merasa karyawan Matahari Departemen Store mampu melayani dengan cepat permintaan setiap pelanggan					
3	Saya merasa karyawan Matahari Departemen Store terampil dalam menawarkan produk pada setiap pelanggan					
4	Saya merasa Matahari Departemen Store berusaha menangani keluhan setiap pelanggannya dengan adanya kotak saran yang disediakan					
<b><i>Partnering Program</i></b>						
1.	Saya tertarik dengan kemudahan transaksi pembayaran dengan penggunaan debit/kredit card yang ada di Matahari Departemen Store					
2.	Saya tertarik dengan diskon berbelanja saat adanya promo pada pemegang kartu kredit/debit nasabah bank tertentu.					
3.	Saya tertarik kemudahan transaksi pembayaran di Matahari Departemen Store dengan menggunakan aplikasi OVO					

## 2. Kepuasan Pelanggan

No	Pernyataan	1	2	3	4	5
1	Saya merasa puas, produk yang ditawarkan oleh Matahari Departemen Store cukup lengkap					
2	Saya merasa puas dengan harga produk yang ditawarkan oleh Matahari Departemen Store karena sesuai dengan kualitas yang diberikan					
3	Saya merasa puas dengan pelayanan yang di berikan oleh Matahari Departemen Store					
4	Saya merasa nyaman ketika berbelanja di Matahari Departemen Store					

## 3. Loyalitas Pelanggan

No	Pernyataan	1	2	3	4	5
1	Saya akan melakukan pembelian ulang pada lain waktu di Matahari Departemen Store					
2	Saya akan membeli berbagai macam produk yang lain di Matahari Departemen Store					
3	Saya akan menyarankan dan mengajak keluarga dan rekan saya untuk berbelanja di Matahari Departemen Store					
4	Saya akan tetap berbelanja di PT. Matahari Departemen Store Yogyakarta dan tidak terpengaruh oleh bujukan dari tempat perbelanjaan yang lain berusaha menarik perhatian pelanggan.					

### Lampiran 2. Data Hasil Surve Responden

NO	CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT										KEPUASAN PELANGGAN				LOYALITAS PELANGGAN						
	Continuity Marketing			One to one Marketing				Partnering Program			CRM	Z1	Z2	Z3	Z4	KEPUASAN	Y1	Y2	Y3	Y4	LOYALITAS
	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10											
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3.5	3	3	3	4	3.3
2	3	4	3	4	4	3	3	4	5	3	3.6	4	4	4	3	3.8	4	3	3	5	3.8
3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3.1	3	3	4	4	3.5	3	3	3	3	3.0
4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4.5	5	4	4	5	4.5	4	5	5	5	4.8
5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4.6	4	4	5	4	4.3	5	5	4	4	4.5
6	4	5	4	3	4	3	3	4	3	3	3.6	4	4	3	4	3.8	4	4	4	2	3.5
7	3	5	3	4	4	3	3	4	3	3	3.5	4	5	4	4	4.3	4	4	4	3	3.8
8	3	4	3	2	3	4	5	5	5	4	3.8	4	4	5	5	4.5	4	5	4	4	4.3
9	3	4	3	5	4	4	3	4	3	2	3.5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4.3
10	4	5	4	5	3	4	5	4	5	4	4.3	4	5	4	3	4	4	5	4	4	4.3
11	4	5	5	5	5	5	5	4	4	3	4.5	4	5	5	5	4.8	5	5	5	5	5.0
12	4	5	3	3	4	4	3	3	4	3	3.6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4.0
13	3	5	3	3	2	3	3	3	5	3	3.3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2.8
14	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4.7	3	3	4	3	3.3	3	4	3	3	3.3
15	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3.5	3	3	4	5	3.8
16	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3.5	4	4	3	3	3.5	4	4	4	3	3.8
17	3	4	3	4	3	3	4	4	5	3	3.6	5	5	4	4	4.5	4	4	4	3	3.8
18	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4.3	4	5	5	5	4.8	4	4	4	3	3.8
19	4	5	3	4	4	5	3	5	4	3	4	5	4	4	5	4.5	5	4	5	3	4.3
20	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4.5	5	5	4	5	4.8	4	4	5	4	4.3
21	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3.6	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3.8
22	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3.8	4	4	4	5	4.3	3	3	3	4	3.3
23	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4.5	5	4	5	5	4.8	4	4	5	5	4.5
24	5	5	3	4	5	4	4	4	4	4	4.2	5	4	4	4	4.3	5	4	4	4	4.3
25	4	5	4	5	3	4	3	5	4	4	4.1	4	5	4	5	4.5	5	5	5	5	5.0
26	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3.7	2	4	4	4	3.5	4	4	3	3	3.5
27	3	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4.1	4	4	4	5	4.3	3	4	4	4	3.8
28	5	5	5	4	4	3	4	5	4	4	4.3	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5.0
29	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4.4	4	4	5	4	4.3	4	5	4	4	4.3
30	3	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4.2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5.0
31	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4.2	4	4	5	4	4.3	4	4	4	4	4.0

NO	CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT											KEPUASAN PELANGGAN					LOYALITAS PELANGGAN				
32	4	5	4	3	3	3	3	4	4	3	3.6	4	3	3	3	3.3	4	4	4	3	3.8
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3.8	2	2	4	4	3	3	3	3	2	2.8
34	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3.7	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3.8
35	3	4	3	3	3	2	3	4	3	3	3.1	4	4	3	4	3.8	3	3	3	3	3.0
36	3	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3.4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3.0
37	4	5	5	5	3	4	2	3	4	2	3.7	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4.0
38	4	5	5	3	3	3	2	4	4	1	3.4	4	5	5	5	4.8	5	5	5	3	4.5
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4.0
40	3	3	3	4	4	4	3	2	4	4	3.4	3	3	4	4	3.5	3	3	3	3	3.0
41	3	4	2	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3.3	4	4	3	3	3.5
42	4	4	4	2	3	3	2	3	4	2	3.1	2	3	2	4	2.8	2	3	1	2	2.0
43	3	4	3	3	3	3	3	4	2	4	3.2	4	4	3	3	3.5	3	2	3	2	2.5
44	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3.5	3	4	3	3	3.3	3	3	3	2	2.8
45	5	5	5	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3.8	3	4	5	3	3.8
46	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3.6	3	2	4	4	3.3	3	4	3	2	3.0
47	4	5	5	4	4	3	5	3	3	4	4	4	4	3	3.8	3	4	5	3	3.8	
48	4	5	2	4	4	4	4	4	2	2	3.5	3	4	4	3	3.5	2	2	2	2	2.0
49	4	5	4	4	4	4	4	5	3	3	4	3	2	5	5	3.8	3	3	3	3	3.0
50	4	4	4	5	5	4	4	4	2	2	3.8	2	2	4	3	2.8	3	4	3	2	3.0
51	4	5	5	4	4	4	4	2	2	3	3.7	4	4	4	2	3.5	2	3	2	5	3.0
52	3	4	3	4	3	2	2	3	4	3	3.1	5	4	3	4	4	2	2	3	1	2.0
53	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3.3	3	4	3	3	3.3	4	3	3	3	3.3
54	3	5	3	3	3	3	3	4	4	3	3.4	4	4	3	3	3.5	3	3	3	2	2.8
55	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3.8	4	3	4	4	3.8	4	3	3	3	3.3
56	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4.2	4	5	4	4	4.3	3	3	3	3	3.0
57	3	3	2	2	3	2	2	3	2	3	2.5	2	2	3	2	2.3	2	2	2	3	2.3
58	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3.4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2.8
59	1	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3.5	5	4	4	4	4.3	4	4	4	3	3.8
60	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3.1	3	3	3	3	3	3	3	2	1	2.3
61	2	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3.6	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3.3
62	4	4	4	5	4	4	2	4	3	3	3.7	4	4	5	4	4.3	4	4	4	3	3.8
63	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3.4	4	5	4	5	4.5	4	4	5	4	4.3
64	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3.6	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3.0
65	5	5	5	4	4	5	3	4	4	5	4.4	4	4	4	5	4.3	4	4	4	3	3.8
66	4	5	3	4	4	5	4	5	5	4	4.3	5	5	4	4	4.5	4	4	5	4	4.3
67	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4.5	4	4	5	5	4.5	5	4	5	3	4.3
68	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4.5	4	5	4	5	4.5	4	4	5	5	4.5
69	3	4	5	4	3	4	5	5	5	4	4.2	4	4	4	5	4.3	4	3	4	4	3.8
70	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4.6	5	5	5	4	4.8	5	4	4	3	4.0
71	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4.7	5	4	5	5	4.8	5	5	4	4	4.5

NO	CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT										KEPUASAN PELANGGAN				LOYALITAS PELANGGAN						
72	4	5	3	4	4	5	3	3	5	4	4	4	5	4	4	4.3	4	4	4	3	3.8
73	4	4	3	3	2	3	3	4	3	3	3.2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3.3
74	3	5	5	5	5	3	3	3	4	3	3.9	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3.8
75	3	5	3	4	4	4	3	4	3	3	3.6	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3.8
76	4	5	3	5	4	4	4	4	4	5	4.2	4	5	4	4	4.3	4	5	4	3	4.0
77	4	4	4	4	4	4	2	2	2	3	3.3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3.5
78	4	4	4	5	4	4	3	5	4	4	4.1	4	4	5	4	4.3	4	4	3	4	3.8
79	4	4	2	3	4	2	4	4	4	2	3.3	4	4	4	5	4.3	2	4	4	3	3.3
80	2	4	3	3	4	5	3	4	2	2	3.2	4	5	4	4	4.3	5	4	4	2	3.8
81	4	5	5	3	3	4	3	5	5	5	4.2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3.8
82	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4.5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4.0
83	3	5	4	4	4	3	4	3	4	5	3.9	4	5	4	4	4.3	5	4	4	3	4.0
84	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2.9	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3.0
85	2	3	2	2	3	2	2	4	4	2	2.6	2	2	3	3	2.5	3	3	3	2	2.8
86	4	4	5	4	3	3	3	3	4	3	3.6	3	3	4	3	3.3	4	4	3	3	3.5
87	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4.6	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4.5
88	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3.9	5	3	4	4	4	5	4	4	3	4.0
89	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4.2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4.0
90	4	4	5	3	4	4	4	3	5	4	4	4	3	4	3	3.5	3	4	3	3	3.3
91	3	5	4	3	4	3	4	5	4	3	3.8	4	4	5	5	4.5	4	3	4	4	3.8
92	2	2	3	4	4	4	3	3	2	1	2.8	3	3	4	4	3.5	3	3	2	3	2.8
93	3	5	4	4	4	3	3	4	5	5	4	4	5	3	4	4	4	4	3	4	3.8
94	4	5	3	4	5	5	4	5	5	2	4.2	4	5	5	5	4.8	4	5	4	3	4.0
95	4	5	4	4	4	4	3	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3.8
96	5	5	3	4	4	3	4	5	4	4	4.1	4	5	4	3	4	4	4	3	3	3.5
97	4	5	4	5	4	5	4	5	5	3	4.4	4	5	5	4	4.5	4	4	4	3	3.8
98	4	5	3	4	4	4	5	5	5	3	4.2	4	4	4	5	4.3	4	4	4	3	3.8
99	4	5	4	4	4	3	3	4	4	2	3.7	4	4	4	3	3.8	3	3	4	4	3.5
100	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3.6	4	4	3	3	3.5	3	4	4	2	3.3
Rata-rata	3.8	4.4	3.8	3.8	3.8	3.7	3.6	3.9	3.9	3.4		3.8	3.9	3.9	3.9		3.7	3.8	3.7	3.3	



**Statistics**

		JK	Usia	Pendidikan	Pekerjaan	Pendapatan
N	Valid	100	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0	0

**Lampiran 3. Karakteristik Responden Dan Data Hasil Survei Responden**

**JK**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	42	42.0	42.0	42.0
	2.00	58	58.0	58.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

**Pendidikan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA	49	49.0	49.0	49.0
	S1	43	43.0	43.0	92.0
	S2	1	1.0	1.0	93.0
	LAINNYA	7	7.0	7.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Pekerjaan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar/Mahasiswa	87	87.0	87.0	87.0
	Pegawai Swasta	6	6.0	6.0	93.0
	Ibu Rumah Tangga	1	1.0	1.0	94.0
	Wiraswasta	1	1.0	1.0	95.0
	Lainnya	5	5.0	5.0	100.0

Total	100	100.0	100.0
-------	-----	-------	-------

#### Lampiran 4. Uji Validitas dan Reliabilitas

##### 1. Variabel *Customer Relationship Management*

###### Correlations

	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	CRM
X2 Pearson Correlation	1	.401**	.258**	.256*	.279**	.322**	.342**	.415**	.288**	.629**
Sig. (2-tailed)		.000	.010	.010	.005	.001	.000	.000	.004	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3 Pearson Correlation	.401**	1	.325**	.198*	.241*	.291**	.126	.278**	.292**	.576**
Sig. (2-tailed)	.000		.001	.049	.016	.003	.210	.005	.003	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X4 Pearson Correlation	.258**	.325**	1	.560**	.461**	.295**	.265**	.215*	.286**	.621**
Sig. (2-tailed)	.010	.001		.000	.000	.003	.008	.032	.004	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X5 Pearson Correlation	.256*	.198*	.560**	1	.490**	.445**	.300**	.157	.245*	.613**
Sig. (2-tailed)	.010	.049	.000		.000	.000	.002	.120	.014	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X6 Pearson Correlation	.279**	.241*	.461**	.490**	1	.353**	.284**	.246*	.224*	.604**
Sig. (2-tailed)	.005	.016	.000	.000		.000	.004	.014	.025	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X7 Pearson Correlation	.322**	.291**	.295**	.445**	.353**	1	.459**	.378**	.462**	.700**
Sig. (2-tailed)	.001	.003	.003	.000	.000		.000	.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X8 Pearson Correlation	.342**	.126	.265**	.300**	.284**	.459**	1	.478**	.262**	.614**
Sig. (2-tailed)	.000	.210	.008	.002	.004	.000		.000	.009	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X9 Pearson Correlation	.415**	.278**	.215*	.157	.246*	.378**	.478**	1	.405**	.637**
Sig. (2-tailed)	.000	.005	.032	.120	.014	.000	.000		.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X10 Pearson Correlation	.288**	.292**	.286**	.245*	.224*	.462**	.262**	.405**	1	.621**
Sig. (2-tailed)	.004	.003	.004	.014	.025	.000	.009	.000		.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
CRM Pearson Correlation	.629**	.576**	.621**	.613**	.604**	.700**	.614**	.637**	.621**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	38.04	24.609	.553	.845
X2	37.40	25.424	.544	.846
X3	38.01	25.073	.459	.853
X4	37.95	25.043	.524	.847
X5	37.98	25.635	.528	.847
X6	38.12	25.302	.506	.849
X7	38.20	23.979	.609	.841
X8	37.87	24.969	.512	.848
X9	37.93	24.135	.520	.849
X10	38.41	24.412	.505	.850
CRM	37.99	24.475	1.000	.826

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.858	11

**2. Variabel Kepuasan Pelanggan**

		Z1	Z2	Z3	Z4	KEPUASAN
Z1	Pearson Correlation	1	.640**	.380**	.443**	.802**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Z2	Pearson Correlation	.640**	1	.359**	.404**	.793**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Z3	Pearson Correlation	.380**	.359**	1	.552**	.720**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Z4	Pearson Correlation	.443**	.404**	.552**	1	.776**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
KEPUASAN	Pearson Correlation	.802**	.793**	.720**	.776**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

**Correlations**

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

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted	Item-Total Statistics
Z1	15.62	5.504	.674	.840	
Z2	15.54	5.340	.644	.850	
Z3	15.51	6.059	.576	.862	
Z4	15.54	5.532	.628	.852	
KEPUASAN	15.55	5.381	1.000	.775	

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.865	5

### 3. Variabel Loyalitas Pelanggan

#### Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	LOYALITAS
Y1	Pearson Correlation	1	.688**	.634**	.395**	.829**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	.688**	1	.648**	.430**	.841**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	.634**	.648**	1	.441**	.839**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	.395**	.430**	.441**	1	.725**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
LOYALITAS	Pearson Correlation	.829**	.841**	.839**	.725**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	14.36	7.255	.726	.867

Y2	14.33	7.337	.750	.862
Y3	14.42	7.047	.734	.866
Y4	14.78	7.405	.545	.916
LOYALITAS	14.47	7.019	1.000	.816

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.890	5

### Lampiran 5. Deskriptif Variabel

#### Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
RATACRM	100	3	5	3.80	.495
KEPUASANPELANGGAN	100	2	5	3.91	.584
LOYALITAS	100	2	5	3.65	.662
Valid N (listwise)	100				

### Lampiran 6. Analisis Data dan Uji Hipotesis

#### 1. Regresi Linier Sederhana (Customer Relationship Management Terhadap Kepuasan Pelanggan)

##### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.643 <sup>a</sup>	.413	.407	.446

a. Predictors: (Constant), CRM

##### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	13.767	1	13.767	69.079	.000 <sup>b</sup>
	Residual	19.530	98	.199		
	Total	33.297	99			

a. Dependent Variable: KEPUASAN

b. Predictors: (Constant), CRM

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			

1 (Constant)	1.024	.347		2.947	.004
CRM	.754	.091	.643	8.311	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN

#### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.779 <sup>a</sup>	.606	.598	.420

a. Predictors: (Constant), KEPUASAN, CRM

## 2. Regresi Berganda (Customer Relationship Management dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan)

#### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	26.330	2	13.165	74.674	.000 <sup>b</sup>
	Residual	17.101	97	.176		
	Total	43.432	99			

a. Dependent Variable: LOYALITAS

b. Predictors: (Constant), KEPUASAN, CRM

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.374	.341		-1.098	.275
	CRM	.424	.111	.317	3.809	.000
	KEPUASAN	.612	.095	.536	6.444	.000

a. Dependent Variable: LOYALITAS

Lampiran 7. Tabel t

cum. prob	t .50	t .75	t .80	t .85	t .90	t .95	t .975	t .99	t .995	t .999	t .9995
one-tail	0.5	0.25	0.2	0.15	0.1	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001	0.0005
two-tails	1	0.5	0.4	0.3	0.2	0.1	0.05	0.02	0.01	0.002	0.001
f 1	0	1	1.376	1.963	3.078	6.314	12.71	31.82	63.66	318.31	636.62
2	0	0.816	1.061	1.386	1.886	2.92	4.303	6.965	9.925	22.327	31.599
3	0	0.765	0.978	1.25	1.638	2.353	3.182	4.541	5.841	10.215	12.924
4	0	0.741	0.941	1.19	1.533	2.132	2.776	3.747	4.604	7.17 3	8.61
5	0	0.727	0.92	1.156	1.476	2.015	2.571	3.365	4.032	5.89 3	6.86 9
6	0	0.718	0.906	1.134	1.44	1.943	2.447	3.143	3.707	5.20 8	5.95 9
7	0	0.711	0.896	1.119	1.415	1.895	2.365	2.998	3.499	4.78 5	5.40 8
8	0	0.706	0.889	1.108	1.397	1.86	2.306	2.896	3.355	4.50 1	5.04 1
9	0	0.703	0.883	1.1	1.383	1.833	2.262	2.821	3.25	4.29 7	4.78 1
10	0	0.7	0.879	1.093	1.372	1.812	2.228	2.764	3.169	4.14 4	4.58 7
11	0	0.697	0.876	1.088	1.363	1.796	2.201	2.718	3.106	4.02 5	4.43 7
12	0	0.695	0.873	1.083	1.356	1.782	2.179	2.681	3.055	3.93 8	4.31 8
13	0	0.694	0.87	1.079	1.35	1.771	2.16	2.65	3.012	3.85 2	4.22 1
14	0	0.692	0.868	1.076	1.345	1.761	2.145	2.624	2.977	3.78 7	4.14 1
15	0	0.691	0.866	1.074	1.341	1.753	2.131	2.602	2.947	3.73 3	4.07 3
16	0	0.69	0.865	1.071	1.337	1.746	2.12	2.583	2.921	3.68 6	4.01 5
17	0	0.689	0.863	1.069	1.333	1.74	2.11	2.567	2.898	3.64 6	3.96 5
18	0	0.688	0.862	1.067	1.33	1.734	2.101	2.552	2.878	3.61 2	3.92 2
19	0	0.688	0.861	1.066	1.328	1.729	2.093	2.539	2.861	3.57 9	3.88 3
20	0	0.687	0.86	1.064	1.325	1.725	2.086	2.528	2.845	3.55 2	3.85 1
21	0	0.686	0.859	1.063	1.323	1.721	2.08	2.518	2.831	3.52 7	3.81 9
22	0	0.686	0.858	1.061	1.321	1.717	2.074	2.508	2.819	3.50 5	3.79 2
23	0	0.685	0.858	1.06	1.319	1.714	2.069	2.5	2.807	3.48 5	3.76 8
24	0	0.685	0.857	1.059	1.318	1.711	2.064	2.492	2.797	3.46 7	3.74 5
25	0	0.684	0.856	1.058	1.316	1.708	2.06	2.485	2.787	3.45 5	3.72 5
26	0	0.684	0.856	1.058	1.315	1.706	2.056	2.479	2.779	3.43 5	3.70 7
27	0	0.684	0.855	1.057	1.314	1.703	2.052	2.473	2.771	3.42 1	3.69 1
28	0	0.683	0.855	1.056	1.313	1.701	2.048	2.467	2.763	3.40 8	3.67 4
29	0	0.683	0.854	1.055	1.311	1.699	2.045	2.462	2.756	3.39 6	3.65 9
30	0	0.683	0.854	1.055	1.31	1.697	2.042	2.457	2.75	3.38 5	3.64 6
40	0	0.681	0.851	1.05	1.303	1.684	2.021	2.423	2.704	3.30 7	3.55 1
60	0	0.679	0.848	1.045	1.296	1.671	2	2.39	2.66	3.23 2	3.46 2
80	0	0.678	0.846	1.043	1.292	1.664	1.99	2.374	2.639	3.19 5	3.41 6

100	0	0.677	0.845	1.042	1.29	1.66	1.984	2.364	2.626	3.17	3.39
1000	0	0.675	0.842	1.037	1.282	1.646	1.962	2.33	2.581	3.09	3.3
<b>z</b>	0	0.674	0.842	1.036	1.282	1.645	1.96	2.326	2.576	3.09	3.29
	0%	50%	60%	70%	80%	90%	95%	98%	99%	99.80%	99.90%

### Lampiran 8. Distribusi Nilai Rtabel Signifikansi 5% dan 1%

N	The Level of Significance		N	The Level of Significance	
	5%	1%		5%	1%
3	0.997	0.999	38	0.320	0.413
4	0.950	0.990	39	0.316	0.408
5	0.878	0.959	40	0.312	0.403
6	0.811	0.917	41	0.308	0.398
7	0.754	0.874	42	0.304	0.393
8	0.707	0.834	43	0.301	0.389
9	0.666	0.798	44	0.297	0.384
10	0.632	0.765	45	0.294	0.380
11	0.602	0.735	46	0.291	0.376
12	0.576	0.708	47	0.288	0.372
13	0.553	0.684	48	0.284	0.368
14	0.532	0.661	49	0.281	0.364
15	0.514	0.641	50	0.279	0.361
16	0.497	0.623	55	0.266	0.345
17	0.482	0.606	60	0.254	0.330
18	0.468	0.590	65	0.244	0.317
19	0.456	0.575	70	0.235	0.306
20	0.444	0.561	75	0.227	0.296
21	0.433	0.549	80	0.220	0.286
22	0.432	0.537	85	0.213	0.278
23	0.413	0.526	90	0.207	0.267
24	0.404	0.515	95	0.202	0.263
25	0.396	0.505	100	0.195	0.256
26	0.388	0.496	125	0.176	0.230
27	0.381	0.487	150	0.159	0.210
28	0.374	0.478	175	0.148	0.194
29	0.367	0.470	200	0.138	0.181
30	<b>0.361</b>	0.463	300	0.113	0.148
31	0.355	0.456	400	0.098	0.128
32	0.349	0.449	500	0.088	0.115
33	0.344	0.442	600	0.080	0.105
34	0.339	0.436	700	0.074	0.097
35	0.334	0.430	800	0.070	0.091
36	0.329	0.424	900	0.065	0.086
37	0.325	0.418	1000	0.062	0.081