

LAMPIRAN

Lampiran 1

KUESIONER SURVEI KONSUMEN

RELATIONSHIP MARKETING, KEPUASAN KONSUMEN, KOMITMEN KONSUMEN, DAN LOYALITAS KONSUMEN PADA BANK MANDIRI YOGYAKARTA

Kepada Yth. Bapak/Ibu/Saudara/Saudari
Nasabah Bank Mandiri Yogyakarta
Di Tempat

Dengan hormat,

Dalam rangka penyusunan Skripsi untuk memenuhi sebagian persyaratan guna meraih gelar Sarjana Ekonomi, maka dengan surat ini saya memohon bantuan Bapak/Ibu/Saudara/Saudari untuk mengisi kuisisioner yang saya lampirkan bersamaan dengan surat ini.

Perlu saya sampaikan bahwa kuisisioner ini semata-mata hanya untuk kepentingan akademis dan tidak dipublikasikan. Identitas dan jawaban Bapak/Ibu/Saudara/Saudari tetap akan saya rahasiakan, karena itu mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/Saudari untuk mengisi kuisisioner ini dengan sungguh-sungguh dan sejujur-jujurnya.

Atas bantuan Bapak/Ibu/Saudara/Saudari saya sampaikan banyak terima kasih. Semoga amal baik Bapak/Ibu/Saudara/Saudari akan mendapatkan balasan dari Allah SWT.

Hormat saya

David Wahyu Haryono

A. IDENTITAS RESPONDEN

Petunjuk pengisian:

Isilah data identitas Bpk/Ibu/Sdr/Sdri. Lingkari pada pilihan yang sesuai dengan jawaban Bpk/Ibu/Sdr/Sdri.

1. Usia :Tahun
2. Jenis kelamin :
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
3. Status perkawinan :
 - a. Belum Menikah
 - b. Sudah Menikah
4. Pendidikan terakhir :
 - a. SD
 - b. SMP
 - c. SMA/SMK
 - d. Diploma
 - e. S1/S2/S3
5. Pekerjaan :
 - a. PNS
 - b. Pedagang
 - c. Wiraswasta
 - d. Lain-lain

A. PERNYATAAN RESPONDEN

Petunjuk Pengisian:

Berilah tanda centang (\surd) pada pilihan jawaban yang tersedia dengan ketentuan sebagai berikut:

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

N = Netral

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

1. Relationship Marketing

No.	Keterangan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
X _{1.1}	Bank Mandiri Yogyakarta memberikan fokus nasabah jangka panjang					
X _{1.2}	Bank Mandiri Yogyakarta membuat komunikasi yang baik dengan nasabah					
X _{1.3}	Bank Mandiri Yogyakarta melibatkan organisasi anggota dalam aktivitas pemasaran					
X _{1.4}	Bank Mandiri Yogyakarta mengembangkan budaya pelayanan untuk nasabah					
X _{1.5}	Bank Mandiri Yogyakarta memperoleh dan menggunakan informasi nasabah					

2. Komitmen Konsumen

No.	Keterangan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
X _{2.1}	Bank Mandiri Yogyakarta memberikan <i>reward</i> kepada nasabah yang loyal					
X _{2.2}	Bank Mandiri Yogyakarta memberikan pelayanan yang cepat dan memuaskan					
X _{2.3}	Sistem operasional Bank Mandiri Yogyakarta dilakukan secara baik					

3. Kepuasan Konsumen

No.	Keterangan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
X _{3.1}	Saya puas kepercayaan nasabah Bank Mandiri Yogyakarta sangat Baik					
X _{3.2}	Saya sangat dekat dengan pegawai Bank Mandiri Yogyakarta					
X _{3.3}	Saya puas jaminan layanan di Bank Mandiri Yogyakarta sangat memuaskan					
X _{4.4}	Saya puas kualitas layanan keseluruhan Bank Mandiri Yogyakarta sangat memuaskan					

4. Loyalitas Konsumen

No.	Keterangan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
Y ₁	Saya melakukan layanan Bank Mandiri Yogyakarta secara terus menerus					
Y ₂	Saya melakukan transaksi selain menabung, seperti pembayaran tagihan kartu kredit, telepon, ataupun layanan transfer					
Y ₃	Saya merekomendasikan layanan Bank Mandiri Yogyakarta kepada teman					
Y ₄	Saya tidak terpengaruh dengan penawaran pindah ke Bank lain					

Y ₅	Saya akan tetap setia menjadi nasabah Bank Mandiri Yogyakarta					
----------------	---	--	--	--	--	--

Lampiran 2

Karakteristik responden

Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
< 20 Tahun	2	2.4	2.4	2.4
21 - 30 Tahun	12	14.1	14.1	16.5
Valid 31 - 40 Tahun	51	60.0	60.0	76.5
> 40 Tahun	20	23.5	23.5	100.0
Total	85	100.0	100.0	

Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Laki - Laki	57	67.1	67.1	67.1
Valid Perempuan	28	32.9	32.9	100.0
Total	85	100.0	100.0	

Status Perkawinan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Belum Menikah	21	24.7	24.7	24.7
Valid Sudah Menikah	64	75.3	75.3	100.0
Total	85	100.0	100.0	

Pendidikan Terakhir

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
SD	4	4.7	4.7	4.7
SMP	11	12.9	12.9	17.6
Valid SMA/SMK	35	41.2	41.2	58.8
Diploma	9	10.6	10.6	69.4
S1/S2/S3	26	30.6	30.6	100.0
Total	85	100.0	100.0	

Pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
PNS	13	15.3	15.3	15.3
Pegawai	27	31.8	31.8	47.1
Valid Wiraswasta	38	44.7	44.7	91.8
Lain – Lain	7	8.2	8.2	100.0
Total	85	100.0	100.0	

Lampiran 3

Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis 1

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.380 ^a	.145	.134	1.744

a. Predictors: (Constant), Relationship Marketing

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	42.650	1	42.650	14.022	.000 ^b
	Residual	252.456	83	3.042		
	Total	295.106	84			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Relationship Marketing

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.100	1.677		6.021	.000
	Relationship Marketing	.325	.087	.380	3.745	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Hipotesis 2

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.102 ^a	.010	-.001	1.476

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Konsumen

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.904	1	1.904	.874	.353 ^b
	Residual	180.802	83	2.178		
	Total	182.706	84			

a. Dependent Variable: Komitmen Konsumen

b. Predictors: (Constant), Kepuasan Konsumen

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.628	1.413		7.522	.000
	Kepuasan Konsumen	.080	.086	.102	.935	.353

a. Dependent Variable: Komitmen Konsumen

Hipotesis 3

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.250 ^a	.063	.051	1.436

a. Predictors: (Constant), Relationship Marketing

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	11.457	1	11.457	5.553	.021 ^b
Residual	171.249	83	2.063		
Total	182.706	84			

a. Dependent Variable: Komitmen Konsumen

b. Predictors: (Constant), Relationship Marketing

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.706	1.382		6.302	.000
	Relationship Marketing	.168	.071	.250	2.356	.021

a. Dependent Variable: Komitmen Konsumen

Hipotesis 4

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.266 ^a	.071	.060	1.568

a. Predictors: (Constant), Komitmen Konsumen

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	15.580	1	15.580	6.339	.014 ^b
Residual	203.997	83	2.458		
Total	219.576	84			

a. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen

b. Predictors: (Constant), Komitmen Konsumen

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15.384	1.395	11.025	.000
	Komitmen Konsumen	.292	.116	.266	.014

a. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen

Hipotesis 5

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.227 ^a	.051	.040	1.584

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Konsumen

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	11.302	1	11.302	4.504	.037 ^b
	Residual	208.274	83	2.509		
	Total	219.576	84			

a. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen

b. Predictors: (Constant), Kepuasan Konsumen

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15.673	1.517		10.334	.000
	Kepuasan Konsumen	.196	.092	.227	2.122	.037

a. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen

Hipotesis 6

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.256 ^a	.066	.054	1.572

a. Predictors: (Constant), Relationship Marketing

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	14.387	1	14.387	5.819	.018 ^b
1 Residual	205.190	83	2.472		
Total	219.576	84			

a. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen

b. Predictors: (Constant), Relationship Marketing

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	15.246	1.512		10.081	.000
1 Relationship Marketing	.189	.078	.256	2.412	.018

a. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen

Lampiran 4

Output SPSS Uji Validitas & Reliabilitas

VALIDITAS X1

		RM
RM_1	Pearson Correlation	.459**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	85
RM_2	Pearson Correlation	.744**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	85
RM_3	Pearson Correlation	.625**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	85
RM_4	Pearson Correlation	.627**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	85
RM_5	Pearson Correlation	.649**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	85
RM	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	85

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.695	5

VALIDITAS X2

		Puas
	Pearson Correlation	.558**
Puas_1	Sig. (2-tailed)	.000
	N	85
	Pearson Correlation	.596**
Puas_2	Sig. (2-tailed)	.000
	N	85
	Pearson Correlation	.677**
Puas_3	Sig. (2-tailed)	.000
	N	85
	Pearson Correlation	.672**
Puas_4	Sig. (2-tailed)	.000
	N	85
	Pearson Correlation	1
Puas	Sig. (2-tailed)	
	N	85

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.678	4

VALIDITAS X3

		Kom
Kom_1	Pearson Correlation	.666**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	85
Kom_2	Pearson Correlation	.692**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	85
Kom_3	Pearson Correlation	.633**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	85
Kom	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	85

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.660	3

VALIDITAS Y

	LK
Pearson Correlation	.463**
LK_1 Sig. (2-tailed)	.000
N	85
Pearson Correlation	.397**
LK_2 Sig. (2-tailed)	.000
N	85
Pearson Correlation	.503**
LK_3 Sig. (2-tailed)	.000
N	85
Pearson Correlation	.399**
LK_4 Sig. (2-tailed)	.000
N	85
Pearson Correlation	.564**
LK_5 Sig. (2-tailed)	.000
N	85
Pearson Correlation	1
LK Sig. (2-tailed)	
N	85

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.704	5