

## LAMPIRAN KUESIONER



Kepada Yth

Bapak/ Ibu/ Saudara/ Saudari

Pelanggan PT. NASMOCO Bantul Yogyakarta

Di Tempat

Sehubungan dengan penulisan skripsi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang berjudul " Pengaruh *Relationship Marketing* Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Jasa Servis PT. NASMOCO Bantul Yogyakarta )", saya mohon dengan hormat kepada Bapak/ Ibu/ Saudara/ Saudari untuk mengisi kuesioner yang terdiri dari beberapa pertanyaan.

Kuesioner dibawah ini merupakan salah satu metode pengumpulan data primer. Hasil penelitian data primer yang sekaligus jawaban dari Bapak/ Ibu/ Saudara/ Saudari berguna untuk bahan penyusunan skripsi sebagai persyaratan penyelesaian studi di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Saya sangat mengharapkan Bapak/ Ibu/ Saudara/ Saudari berkenan untuk menjawab seluruh pertanyaan yang ada sejujur-jujurnya. Jawaban yang disampaikan akan dijaga kerahasiaannya. Atas kerja sama dan bantuan yang diberikan kami ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

M. Nurman Agustian

## **IDENTITAS RESPONDEN**

1. Usia :
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
  - d. S1/ S2/ S3
5. Pekerjaan :
  - a. Pelajar / Mahasiswa
  - b. PNS
  - c. Wiraswasta
  - d. Lain-lain.....

## **Petunjuk Pengisian atau Penilaian**

Cermatilah dengan saksama setiap butir pernyataan sehingga jawaban yang dihasilkan berdasarkan apa yang anda rasakan atau alami secara langsung, kemudian berilah tanda (√) pada kolom penilaian.

## **Keterangan**

<b>SS</b>	= Sangat Setuju	(skor 5)
<b>S</b>	= Setuju	(skor 4)
<b>N</b>	= Netral	(skor 3)
<b>TS</b>	= Tidak Setuju	(skor 2)
<b>STS</b>	= Sangat Tidak Setuju	(skor 1)

*Relationship Marketing (X)*

No	Keterangan	STS	TS	N	S	SS
1.	PT. Nasmoco Bantul Yogyakarta memberikan fokus konsumen jangka panjang					
2.	PT. Nasmoco Bantul Yogyakarta membuat komunikasi yang baik dengan konsumen					
3.	PT. Nasmoco Bantul Yogyakarta mengembangkan budaya pelayanan untuk konsumen					
4.	PT. Nasmoco Bantul Yogyakarta memperoleh dan menggunakan informasi konsumen					

*Kepuasan Konsumen (Y<sub>1</sub>)*

No	Keterangan	STS	TS	N	S	SS
5.	Saya puas kepercayaan konsumen PT. Nasmoco Bantul Yogyakarta sangat baik					
6.	Saya puas jaminan layanan PT. Nasmoco Bantul Yogyakarta sangat memuaskan					
7.	Saya puas kualitas layanan keseluruhan PT. Nasmoco Bantul Yogyakarta sangat memuaskan					

*Loyalitas Konsumen (Y<sub>2</sub>)*

No	Keterangan	STS	TS	N	S	SS
8.	Saya melakukan pembelian ulang produk dan layanan PT. Nasmoco Bantul Yogyakarta secara terus menerus					
9.	Saya merekomendasikan produk dan layanan PT. Nasmoco Bantul Yogyakarta kepada orang lain					
10.	Saya tidak tertarik untuk beralih ke yang lain selain PT. Nasmoco Bantul Yogyakarta					
11.	Saya tetap setia menjadi konsumen PT. Nasmoco Bantul Yogyakarta					

# LAMPIRAN



Lampiran 2 Uji Validitas *Relationship Marketing*

**Correlations**

		RM1	RM2	RM3	RM4	RMTotal
RM1	Pearson Correlation	1	.458**	.431**	.431**	.741**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110
RM2	Pearson Correlation	.458**	1	.469**	.418**	.806**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110
RM3	Pearson Correlation	.431**	.469**	1	.486**	.759**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	110	110	110	110	110
RM4	Pearson Correlation	.431**	.418**	.486**	1	.751**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	110	110	110	110	110
RMTotal	Pearson Correlation	.741**	.806**	.759**	.751**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	110	110	110	110	110

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

Lampiran 3 Uji Validitas Kepuasan Pelanggan

**Correlations**

		KP1	KP2	KP3	KPTotal
KP1	Pearson Correlation	1	.616**	.318**	.864**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000
	N	110	110	110	110
KP2	Pearson Correlation	.616**	1	.245**	.810**
	Sig. (2-tailed)	.000		.010	.000
	N	110	110	110	110
KP3	Pearson Correlation	.318**	.245**	1	.637**
	Sig. (2-tailed)	.001	.010		.000
	N	110	110	110	110
KPTotal	Pearson Correlation	.864**	.810**	.637**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	110	110	110	110

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

Lampiran 4 Uji Validitas Loyalitas Pelanggan

**Correlations**

		LP1	LP2	LP3	LP4	LPTotal
LP1	Pearson Correlation	1	.949**	.087	.067	.774**
	Sig. (2-tailed)		.000	.366	.489	.000
	N	110	110	110	110	110
LP2	Pearson Correlation	.949**	1	.148	.128	.812**
	Sig. (2-tailed)	.000		.122	.183	.000
	N	110	110	110	110	110
LP3	Pearson Correlation	.087	.148	1	.830**	.661**
	Sig. (2-tailed)	.366	.122		.000	.000
	N	110	110	110	110	110
LP4	Pearson Correlation	.067	.128	.830**	1	.646**
	Sig. (2-tailed)	.489	.183	.000		.000
	N	110	110	110	110	110
LPTotal	Pearson Correlation	.774**	.812**	.661**	.646**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	110	110	110	110	110

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



Lampiran 5 Uji Reliabilitas *Relationship Marketing*

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.756	4

Lampiran 6 Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.668	3

Lampiran 7 Uji Reliabilitas Loyalitas Pelanggan

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.702	4

Lampiran 8 Uji F (test)

*Relationship Marketing* terhadap Kepuasan Pelanggan

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	56.425	1	56.425	26.708	.000 <sup>b</sup>
	Residual	228.165	108	2.113		
	Total	284.591	109			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Marketing

Lampiran 9 Uji F (test)

*Relationship Marketing* terhadap Loyalitas Pelanggan

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	120.136	1	120.136	43.158	.000 <sup>b</sup>
	Residual	300.628	108	2.784		
	Total	420.764	109			

a. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen

b. Predictors: (Constant), Marketing

Lampiran 10 Uji F (test)

Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	99.389	1	99.389	33.400	.000 <sup>b</sup>
	Residual	321.375	108	2.976		
	Total	420.764	109			

a. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen

b. Predictors: (Constant), Kepuasan Konsumen

Lampiran 11 Uji t

*Relationship Marketing* terhadap Kepuasan Pelanggan

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	7.513	1.149		6.537	.000
Marketing	.338	.065	.445	5.168	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Lampiran 12 Uji t

*Relationship Marketing* terhadap Loyalitas Pelanggan

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	7.815	1.319		5.924	.000
Marketing	.494	.075	.534	6.570	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen

Lampiran 13 Uji t

Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	8.494	1.381		6.151	.000
Kepuasan Konsumen	.591	.102	.486	5.779	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen

Lampiran 14 Uji R Square

*Relationship Marketing* terhadap Kepuasan Pelanggan

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.445 <sup>a</sup>	.198	.191	1.453

a. Predictors: (Constant), Marketing

Lampiran 15 Uji R Square

*Relationship Marketing* terhadap Loyalitas Pelanggan

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.534 <sup>a</sup>	.286	.279	1.668

a. Predictors: (Constant), Marketing

Lampiran 16 Uji R Square

Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.486 <sup>a</sup>	.236	.229	1.725

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Konsumen