

# LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner *Pre-Test* (Uji Instrumen)

### **KUESIONER PENELITIAN**

#### **PENGARUH *EXPERIENTAL MARKETING* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN**

(Waroeng Spesial Sambal di Yogyakarta)

Responden yang terhormat,

Saya adalah mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang sedang melakukan penelitian untuk menyelesaikan tugas akhir skripsi tentang pengaruh “*Experiental Marketing* terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan”.

Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui, apakah pendekatan pemasaran yang mengupayakan agar para pelanggan memiliki suatu pengalaman yang tak terlupakan ketika akan, sedang atau setelah membeli produk (makanan) dapat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan kepada obyek. Saya sangat memerlukan bantuan anda untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dalam kuisisioner ini. Semua informasi yang diperoleh sebagai hasil dari kuisisioner ini bersifat rahasia dan hanya dipergunakan untuk kepentingan akademis.

Atas kerjasama dan partisipasinya saya mengucapkan terima kasih.

Hormat saya,

R.Wicaksana Pandega P

20140410217

#### **I. *KARAKTERISTIK RESPONDEN***

Petunjuk : Beri tanda (x) pada jawaban yang paling sesuai menurut anda

1. Jenis Kelamin
  - a. Pria
  - b. Wanita
  
2. Usia
  - a. <17 Tahun

- b. 17-20 Tahun
  - c. 21-23 Tahun
  - d. > 23 Tahun
3. Kota Asal
- a. Yogyakarta
  - b. Sleman
  - c. Bantul
  - d. Kulon Progo
  - e. Gunung Kidul
  - f. Lainnya.....
4. Jenis Pekerjaan Orang Tua  
(beri nomor)
- |         |        |
|---------|--------|
| a. AYAH | b. IBU |
| (    )  | (    ) |
- 1) PNS
  - 2) Karyawan Swasta
  - 3) Karyawan BUMN/BUMD
  - 4) Petani
  - 5) Wiraswasta
  - 6) Ibu Rumah Tangga
  - 7) TNI/POLRI
  - 8) Lainnya.
5. Penghasilan Orang Tua (ayah+ibu)/Bulan
- a. <Rp 1.000.000
  - b. Rp 1.000.000-Rp 3.000.000
  - c. Rp 3.000.000-Rp 5.000.000
  - d. Rp 5.000.000-Rp 7.000.000
  - e. >Rp 7.000.000
6. Berapa biaya rata-rata yang anda keluarkan tiap kali membeli produk (makanan) Waroeng SS ?
- |                  |                  |
|------------------|------------------|
| a. <10.000       | d. 30.000-40.000 |
| b. 10.000-20.000 | e. >40.000       |
| c. 20.000-30.000 |                  |
7. Pendapatan/uang saku perbulan
- a. <Rp 300.000
  - b. Rp 300.000-Rp 700.000

- c. Rp 700.000-Rp 1.000.000  
d. > Rp 1.000.000
8. Sudah berapa lama anda menjadi pelanggan Waroeng SS ?  
a. < 1th                      d. 3-4 th  
b. 1-2 th                      e. >4 th  
c. 2-3 th
9. Berapa kali dalam satu bulan anda berkunjung ke Waroeng SS ?  
a. < 3 kali  
b. 4 - 5 kali  
c. 6 -7 kali  
d. < 8 kali
10. Selain makan, aktifitas apa yang anda lakukan di Waroeng SS ?  
a. Tidak Ada  
b. Santai/berkumpul bersama teman/keluarga  
c. Merayakan ulang tahun  
d. Berdiskusi/rapat  
e. Menikmati fasilitas Wi-Fi  
f. Lainnya .....

Petunjuk: Pilihlah jawaban yang paling sesuai menurut saudara/i dengan memberikan tanda (√) pada kotak yang tersedia

Keterangan : **SS** : Sangat Setuju      **TS** : Tidak Setuju  
                  **S** : Setuju                      **CS** : Cukup Setuju  
                  **STS** : Sangat Tidak Setuju

A. Panca Indera (*Sense*)

No	Daftar Pertanyaan	Penilaian				
		SS	S	CS	TS	STS
1	Saya merasa tertarik dengan tampilan Waroeng SS					
2	Saya merasa hiburan (musik) yang diputar di Waroeng SS sangat menarik					
3	Saya merasa aroma dari masakan mengundang selera					
4	Saya merasa masakan Waroeng SS enak					

5	Saya rasa kursi dan meja membuat saya nyaman					
---	--	--	--	--	--	--

B. Perasaan (*Feel*)

No	Daftar Pertanyaan	Penilaian				
		SS	S	CS	TS	STS
1	Suasana hati saya menjadi lebih baik ketika berada di Waroeng SS					
2	Pelayanan yang ramah oleh Waroeng SS membuat saya nyaman					
3	Saya bangga menjadi pelanggan Waroeng SS					

C. Cara Berfikir (*Think*)

No	Daftar Pertanyaan	Penilaian				
		SS	S	CS	TS	STS
1	Saya merasa Waroeng SS memberikan kejutan-kejutan promosi untuk pelangganya					
2	Saya merasa nama menu yang unik dapat membangkitkan minat untuk mencoba					
3	Slogan " <i>Pedas Abiss</i> " membuat saya berfikir tentang keunggulan Waroeng SS					

D. Tindakan (*Act*)

No	Daftar Pertanyaan	Penilaian				
		SS	S	CS	TS	STS
1	Saya merasa Waroeng SS merupakan produk <i>life style</i>					
2	Saya merasa Waroeng SS selalu memberikan inovasi pada produknya (makanan)					
3	Saya merasa adanya website memfasilitasi interaksi antara pelanggan dengan pihak Waroeng SS					

E. Hubungan (*Relate*)

No	Daftar Pertanyaan	Penilaian				
		SS	S	CS	TS	STS
1	Saya merasa Waroeng SS telah melayani secara profesional					

2	Saya merasa kerjasama Waroeng SS dengan berbagai pihak membuat semakin dikenal					
3	Saya merasa Waroeng SS menghasilkan produk makanan/minuman bergengsi					

## KEPUASAN PELANGGAN

No	Daftar Pertanyaan	Penilaian				
		SS	S	CS	TS	STS
1	Saya merasa yakin bahwa akan terpuaskan di Waroeng SS					
2	Saya merasa terpuaskan setelah makan di Waroeng SS					
3	Saya merasa makanan/minuman, harga dan kualitas Waroeng SS sudah sesuai dengan harapan					
4	Saya merasa senang ketika membeli makanan/minuman di Waroeng SS					

## LOYALITAS PELANGGAN

No	Daftar Pertanyaan	Penilaian				
		SS	S	CS	TS	STS
1	Saya selalu membeli kembali makanan/minuman Waroeng SS					
2	Saya tidak berpindah dari produk makanan/minuman Waroeng SS					
3	Saya membeli makanan/minuman sejenis hanya di Waroeng SS					
4	Saya merekomendasikan Waroeng SS kepada orang lain					

## SARAN

.....  
 .....  
 .....

Terima kasih atas partisipasi anda.

*Sumber :Mona Satria Mustika, diterbitkan regina tesa di Scribd*

## Lampiran 2. Kuesioner Penelitian

**KUESIONER PENELITIAN****PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN**

(Waroeng Spesial Sambal di Yogyakarta)

Responden yang terhormat,

Saya adalah mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang sedang melakukan penelitian untuk menyelesaikan tugas akhir skripsi tentang pengaruh “*Experiential Marketing* terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan”.

Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui, apakah pendekatan pemasaran yang mengupayakan agar para pelanggan memiliki suatu pengalaman yang tak terlupakan ketika akan, sedang atau setelah membeli produk (makanan) dapat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan kepada obyek. Saya sangat memerlukan bantuan anda untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dalam kuisisioner ini. Semua informasi yang diperoleh sebagai hasil dari kuisisioner ini bersifat rahasia dan hanya dipergunakan untuk kepentingan akademis.

Atas kerjasama dan partisipasinya saya mengucapkan terima kasih.

Hormat saya,

R.Wicaksana Pandega P

20140410217

**II. KARAKTERISTIK RESPONDEN**

Petunjuk : Beri tanda (x) pada jawaban yang paling sesuai menurut anda

11. Jenis Kelamin

- a. Pria
- b. Wanita

## 12. Usia

- a. <17 Tahun
- b. 17-20 Tahun
- c. 21-23 Tahun
- d. > 23 Tahun

## 13. Kota Asal

- a. Yogyakarta
- b. Sleman
- c. Bantul
- d. Kulon Progo
- e. Gunung Kidul
- f. Lainnya.....

## 14. Jenis Pekerjaan Anda :

(.....) beri nomor

- 9) PNS
- 10) Karyawan Swasta
- 11) Karyawan BUMN/BUMD
- 12) Petani
- 13) Wiraswasta
- 14) Ibu Rumah Tangga
- 15) TNI/POLRI
- 16) Mahasiswa/Pelajar
- 17) Lainnya.....

## 15. Berapa biaya rata-rata yang anda keluarkan tiap kali membeli produk (makanan) Waroeng SS ?

- a. <10.000
- b. 10.000-20.000
- c. 20.000-30.000
- d. 30.000-40.000
- e. >40.000

## 16. Pendapatan/uang saku perbulan

- a. <Rp 300.000
- b. Rp 300.000-Rp 700.000
- c. Rp 700.000-Rp 1.000.000
- d. > Rp 1.000.000

## 17. Berapa kali dalam satu bulan anda berkunjung ke Waroeng SS ?

- a. < 2 kali
- b. 2 - 5 kali



- c. 5 -7 kali
- d. > 8 kali

18. Selain makan, aktifitas apa yang anda lakukan di Waroeng SS ?

- a. Tidak Ada
- b. Santai/berkumpul bersama teman/keluarga
- c. Merayakan ulang tahun
- d. Berdiskusi/rapat
- e. Menikmati fasilitas Wi-Fi
- f. Lainnya .....

### III. PENILAIAN RESPONDEN

Petunjuk: Pilihlah jawaban yang paling sesuai menurut saudara/i dengan memberikan tanda (√) pada kotak yang tersedia

Keterangan : **SS (5) : Sangat Setuju**      **TS (2) : Tidak Setuju**  
**S (4) : Setuju**                              **STS (1) : Sangat Tidak Setuju**  
**KS (3) : Kurang Setuju**

No	Daftar Pertanyaan	Penilaian				
		STS (1)	TS (2)	KS (3)	S (4)	SS (5)
1	Saya merasa hiburan (musik) yang diputar di Waroeng SS sangat menarik					
2	Saya merasa masakan Waroeng SS enak					
3	Saya rasa kursi dan meja membuat saya nyaman					
4	Suasana hati saya menjadi lebih baik ketika berada di Waroeng SS					
5	Pelayanan yang ramah oleh Waroeng SS membuat saya nyaman					
6	Saya bangga menjadi pelanggan Waroeng SS					

No	Daftar Pertanyaan	Penilaian				
		STS (1)	TS (2)	KS (3)	S (4)	SS (5)
7	Saya merasa Waroeng SS memberikan kejutan-kejutan promosi untuk pelangganya					
8	Saya merasa nama menu yang unik dapat membangkitkan minat untuk mencoba					
9	Saya merasa Waroeng SS merupakan produk <i>life style</i>					
10	Saya merasa Waroeng SS menghasilkan produk makanan/minuman bergengsi					
11	Saya merasa yakin bahwa akan terpuaskan di Waroeng SS					
12	Saya merasa terpuaskan setelah makan di Waroeng SS					
13	Saya selalu membeli kembali makanan/minuman Waroeng SS					
14	Saya tidak berpindah dari produk makanan/minuman Waroeng SS					

**SARAN**

.....

.....

**Terima Kasih Atas Partisipasi Anda.**

*Sumber :Mona Satria Mustika, diterbitkan regina tesa di Scribd*

## Lampiran 3. Surat Ijin Penelitian



**SURAT KETERANGAN**  
055/WSS/Humas/PUSAT/SK/X/2017

Menindaklanjuti permohonan ijin penelitian mahasiswa berikut ini :

Nama : R Wicaksana Pandega Putra  
 NIM : 20140410217  
 Program Studi : Manajemen  
 Universitas : Universitas Muhammadiyah Yogyakarta  
 Judul : Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan  
 Kontak Person : 0822.4297.9618

Maka, dengan mempertimbangkan tujuan manfaat kajian penelitian, selanjutnya dapat melaksanakan tahapan pengumpulan data di

1. Waroeng Spesial Sambal "SS" Cabang Perjuangan
2. Waroeng Spesial Sambal "SS" Cabang Monjail
3. Waroeng Spesial Sambal "SS" Cabang Kyai Mojo
4. Waroeng Spesial Sambal "SS" Cabang Pandega
5. Waroeng Spesial Sambal "SS" Cabang Plengkung Gading

Dengan mengikuti Syarat Penelitian Sebagai Berikut :

1. Patuh terhadap tata-tertib di Waroeng SS.
2. Tidak mengganggu proses kerja, produksi dan pelayanan Waroeng SS.
3. Menyampaikan permohonan kuesioner ke calon responden dengan sopan, tidak memaksa dan jangan sampai membuat karyawan dan konsumen merasa tidak nyaman.
4. Jika kami menerima komplain mengenai kegiatan penelitian, maka kegiatan tersebut akan kami hentikan.
5. Copy dari hasil analisis data, kesimpulan dan laporan penelitian disampaikan/dikirim ke Humas Waroeng SS Pusat di Jogja.

Demikian surat ini dibuat, agar dapat menjadi acuan bagian/divisi manajemen yang terkait pada rencana penelitian yang bersangkutan. Atas perhatiannya, kami ucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 24 Oktober 2017

M. Setiadi  
Manajer SDM  
I Kadek Gede Meriwana  
NIK. 21.83.0472

Menerbitkan  
Kasi Humas dan Legal  
Widyatmoyo  
NIK. 15.68.1109

CC : Manajer Area Jogja



Head Office : Jl. Kalirejo KM 4.5, Gg. Kuntubi no. 52 Yogyakarta Telp. 0274 546094 Fax. 0274 942030

## Lampiran 4. Tabulasi Data Penelitian

Tabulasi Data *Microsoft Excel*

	Sense	Feel	Think	Act	Relate	KP1	KP2	LO1	LO2
1	2.50	4.00	3.50	3.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00
2	4.00	4.00	5.00	4.00	4.00	5.00	4.00	5.00	5.00
3	3.00	4.50	5.00	4.50	4.00	5.00	5.00	4.00	3.00
4	4.50	3.00	4.00	3.00	3.50	4.00	5.00	4.00	5.00
5	4.00	4.00	4.00	3.50	3.50	5.00	4.00	5.00	5.00
6	4.50	4.00	4.00	4.50	4.00	4.00	4.00	3.00	4.00
7	4.00	4.00	4.00	3.50	3.00	4.00	4.00	4.00	4.00
8	4.00	4.00	4.50	3.50	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00
9	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	5.00	5.00	5.00	5.00
10	3.50	3.50	4.00	3.50	2.50	4.00	4.00	3.00	4.00
11	4.00	3.50	4.00	3.50	3.00	3.00	3.00	3.00	4.00
12	4.50	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00
13	3.50	4.00	4.00	3.50	4.00	4.00	4.00	3.00	4.00
14	3.50	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00
15	4.50	3.50	4.50	3.50	3.00	4.00	4.00	3.00	3.00
16	3.50	3.00	3.00	2.50	3.00	4.00	4.00	3.00	4.00
17	2.50	2.50	2.50	2.50	3.00	3.00	3.00	3.00	2.00
18	4.50	4.50	5.00	3.00	3.50	3.00	3.00	3.00	3.00
19	4.50	2.50	3.50	3.00	2.00	4.00	4.00	4.00	4.00
20	3.00	3.00	4.00	3.00	2.50	4.00	4.00	4.00	3.00
21	4.50	4.00	4.00	4.50	4.00	3.00	4.00	4.00	3.00
22	4.00	3.50	4.00	3.50	3.00	3.00	4.00	3.00	4.00
23	4.00	4.00	3.50	3.00	3.50	3.00	3.00	2.00	4.00
23	4.00	4.00	3.50	3.00	3.50	3.00	3.00	2.00	4.00
24	4.50	4.00	4.50	4.00	4.50	5.00	5.00	5.00	5.00
25	3.00	2.50	2.50	2.50	2.50	3.00	2.00	3.00	2.00
26	3.00	4.00	4.00	3.50	3.00	4.00	4.00	4.00	4.00
27	3.50	4.00	4.00	3.50	2.00	4.00	4.00	4.00	4.00
28	3.00	3.50	3.50	3.50	4.00	2.00	2.00	3.00	2.00
29	2.00	1.50	2.00	1.50	1.50	2.00	2.00	1.00	1.00
30	4.00	4.00	4.00	4.00	4.50	4.00	4.00	3.00	4.00
31	4.00	4.50	4.50	4.50	4.00	4.00	5.00	5.00	4.00
32	4.00	4.50	4.50	3.00	3.00	5.00	5.00	5.00	4.00
33	3.50	4.50	4.50	4.50	4.50	3.00	4.00	4.00	4.00
34	3.50	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00
35	4.00	4.00	3.50	3.50	4.50	3.00	3.00	2.00	3.00
36	3.00	4.00	4.00	3.50	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00
37	4.00	4.00	4.00	3.50	4.00	4.00	5.00	4.00	4.00
38	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	5.00	4.00	4.00
39	2.50	4.00	3.50	3.50	3.50	4.00	4.00	4.00	4.00
40	3.00	5.00	4.00	3.50	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00
41	4.00	4.00	4.00	3.50	4.50	5.00	5.00	4.00	5.00
42	4.00	5.00	4.00	3.50	3.50	4.00	4.00	4.00	4.00
43	4.00	4.00	4.00	3.50	3.50	4.00	4.00	4.00	3.00
44	3.00	4.00	3.00	3.00	4.50	4.00	5.00	4.00	4.00
45	3.00	2.00	2.50	2.50	2.50	3.00	3.00	3.00	3.00
46	3.50	4.00	4.50	3.50	4.50	5.00	5.00	5.00	4.00



Tabulasi Data *Microsoft Excel*

93	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00
94	3.50	3.50	4.00	3.50	2.50	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00
95	4.00	3.50	4.00	3.50	3.00	4.00	3.00	4.00	4.00	4.00
96	4.50	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00
97	3.50	4.00	4.00	3.50	4.00	5.00	5.00	3.00	4.00	4.00
98	3.50	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00
99	3.00	2.50	2.50	2.50	2.50	2.00	3.00	2.00	2.00	2.00
100	3.50	3.00	3.00	2.50	3.00	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00
101	3.00	2.00	2.00	2.50	3.00	2.00	2.00	2.00	2.00	3.00
102	4.50	4.50	5.00	3.00	3.50	4.00	5.00	4.00	4.00	4.00
103	3.00	3.00	4.00	3.00	2.50	4.00	4.00	4.00	4.00	3.00
104	4.50	4.00	4.00	4.50	4.00	3.00	4.00	4.00	4.00	3.00
105	4.00	3.50	4.00	3.50	3.00	3.00	4.00	3.00	4.00	4.00
106	4.00	4.00	3.50	3.00	3.50	1.00	1.00	2.00	3.00	3.00
107	5.00	4.00	4.50	4.00	4.50	4.00	5.00	4.00	4.00	5.00
108	2.00	2.00	2.00	2.50	3.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00
109	3.00	4.00	4.00	3.50	3.00	4.00	5.00	4.00	4.00	4.00
110	4.00	3.50	4.00	4.00	4.00	5.00	4.00	4.00	4.00	4.00
111	4.00	4.00	4.00	4.00	4.50	5.00	5.00	4.00	4.00	4.00
112	2.50	4.00	4.00	3.50	2.50	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00
113	4.50	4.00	4.50	4.00	4.50	4.00	5.00	3.00	4.00	4.00
114	4.50	4.00	3.50	3.50	4.50	3.00	4.00	5.00	4.00	4.00
115	4.50	4.00	4.00	3.00	4.00	3.00	3.00	2.00	2.00	2.00
116	4.50	4.00	4.50	3.50	4.50	5.00	4.00	4.00	4.00	4.00
117	4.00	3.50	4.50	4.00	4.50	3.00	4.00	4.00	4.00	4.00
118	2.50	3.00	2.50	2.00	2.00	3.00	2.00	3.00	2.00	2.00
119	2.00	3.00	2.00	2.00	2.50	2.00	1.00	1.00	2.00	2.00
120	3.50	4.00	3.00	3.00	3.00	4.00	3.00	3.00	3.00	2.00
121	3.50	3.50	3.00	3.00	3.50	4.00	3.00	4.00	4.00	4.00
122	3.50	4.00	3.50	3.00	3.00	3.00	4.00	4.00	4.00	4.00
123	3.00	3.50	3.50	2.50	4.00	3.00	4.00	4.00	4.00	3.00
124	3.50	4.00	3.50	3.00	3.50	4.00	4.00	4.00	4.00	2.00
125	4.50	4.00	4.00	4.00	3.50	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00
126	2.00	3.00	2.50	3.00	3.50	2.00	3.00	2.00	2.00	2.00
127	2.50	3.00	4.00	2.00	3.50	3.00	3.00	2.00	2.00	2.00
128	4.00	3.50	4.00	3.50	4.00	2.00	5.00	4.00	4.00	4.00
129	4.00	4.50	4.50	2.50	4.00	2.00	3.00	3.00	3.00	3.00
130	3.50	4.00	3.00	4.00	2.50	3.00	2.00	2.00	2.00	2.00
131	3.50	4.50	2.50	2.00	3.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00
132	4.50	4.00	3.00	3.00	3.00	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00
133	4.00	4.00	3.00	3.00	3.00	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00
134	4.00	4.00	2.50	3.00	3.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00
135	4.00	3.50	3.00	3.00	3.00	2.00	5.00	4.00	4.00	4.00
136	4.00	4.50	2.50	3.00	3.00	5.00	4.00	4.00	4.00	4.00
137	3.50	4.00	3.00	2.00	3.00	3.00	4.00	4.00	4.00	5.00
138	2.00	4.00	3.00	3.00	2.00	4.00	4.00	3.00	3.00	3.00
139	3.50	4.00	2.00	3.00	3.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00

## Lampiran 5. Hasil Reliabilitas

1. *Experiential Marketing***Case Processing Summary**

N	%
135	100.0
0	.0
135	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.904	17

## 2. Kepuasan Pelanggan

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	135	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	135	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.783	4

### 3. Loyalitas Pelanggan

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	135	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	135	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.793	4



Lampiran 6. Hasil Uji *Goodness of fit***CMIN**

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	21	33.768	24	.089	1.407
Saturated model	45	.000	0		
Independence model	9	636.545	36	.000	17.682

**RMR, GFI**

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Default model	.020	.949	.905	.506
Saturated model	.000	1.000		
Independence model	.252	.339	.174	.271

**Baseline Comparisons**

Model	NFI Delta1	RFI rho1	IFI Delta2	TLI rho2	CFI
Default model	.947	.920	.984	.976	.984
Saturated model	1.000		1.000		1.000
Independence model	.000	.000	.000	.000	.000

**Parsimony-Adjusted Measures**

Model	PRATIO	PNFI	PCFI
Default model	.667	.631	.656
Saturated model	.000	.000	.000
Independence model	1.000	.000	.000

### Hasil Uji *Goodness of fit*

#### NCP

Model	NCP	LO 90	HI 90
Default model	9.768	.000	29.244
Saturated model	.000	.000	.000
Independence model	600.545	522.401	686.115

#### FMIN

Model	FMIN	F0	LO 90	HI 90
Default model	.245	.071	.000	.212
Saturated model	.000	.000	.000	.000
Independence model	4.613	4.352	3.786	4.972

#### RMSEA

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	.054	.000	.094	.401
Independence model	.348	.324	.372	.000

#### AIC

Model	AIC	BCC	BIC	CAIC
Default model	75.768	79.050	137.392	158.392
Saturated model	90.000	97.031	222.051	267.051
Independence model	654.545	655.952	680.956	689.956

Hasil Uji *Goodness of fit*

**ECVI**

Model	ECVI	LO 90	HI 90	MECVI
Default model	.549	.478	.690	.573
Saturated model	.652	.652	.652	.703
Independence model	4.743	4.177	5.363	4.753

**HOELTER**

Model	HOELTER .05	HOELTER .01
Default model	149	176
Independence model	12	13

## Lampiran 7. Hasil Uji Hipotesis

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

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
SATISFIED	<---	MARKET	1.023	.165	6.196	***	
LOYALTY	<---	MARKET	.066	.194	.339	.735	
LOYALTY	<---	SATISFIED	1.015	.167	6.070	***	
Sa1	<---	SATISFIED	1.000				
Sa2	<---	SATISFIED	1.142	.110	10.347	***	
Relate	<---	MARKET	1.000				
Act	<---	MARKET	1.061	.142	7.477	***	
Think	<---	MARKET	1.233	.156	7.909	***	
Feel	<---	MARKET	.953	.135	7.078	***	
Sense	<---	MARKET	.854	.146	5.847	***	
Lo1	<---	LOYALTY	1.000				
Lo2	<---	LOYALTY	.874	.090	9.719	***	

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

			Estimate
SATISFIED	<---	MARKET	.747
LOYALTY	<---	MARKET	.045
LOYALTY	<---	SATISFIED	.961
Sa1	<---	SATISFIED	.768
Sa2	<---	SATISFIED	.864
Relate	<---	MARKET	.658
Act	<---	MARKET	.761
Think	<---	MARKET	.824
Feel	<---	MARKET	.710
Sense	<---	MARKET	.567
Lo1	<---	LOYALTY	.829
Lo2	<---	LOYALTY	.751

## Hasil Uji Hipotesis

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

	MARKET	SATISFIED	LOYALTY
SATISFIED	.747	.000	.000
LOYALTY	.045	.961	.000
Lo2	.000	.000	.751
Lo1	.000	.000	.829
Sense	.567	.000	.000
Feel	.710	.000	.000
Think	.824	.000	.000
Act	.761	.000	.000
Relate	.658	.000	.000
Sa2	.000	.864	.000
Sa1	.000	.768	.000

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

	MARKET	SATISFIED	LOYALTY
SATISFIED	.000	.000	.000
LOYALTY	.718	.000	.000
Lo2	.573	.722	.000
Lo1	.633	.797	.000
Sense	.000	.000	.000
Feel	.000	.000	.000
Think	.000	.000	.000
Act	.000	.000	.000
Relate	.000	.000	.000
Sa2	.645	.000	.000
Sa1	.573	.000	.000