

secara signifikan. Manfaat hubungan merupakan dimensi yang paling penting untuk dipertahankan dalam meningkatkan kualitas hubungan sedangkan pada loyalitas *franchisee*, keaktifan pemesanan *franchisee* merupakan dimensi yang paling penting. Loyalitas *franchisee* dapat digambarkan dalam model diagram jalur sebesar 81 persen yang berarti cukup untuk menjelaskan variable tersebut dalam model diagram ini sedangkan 19 % lainnya merupakan factor lain yang tidak berada dalam model ini.

- **Saran**

Adapun saran penelitian yaitu :

- Untuk penelitian selanjutnya sebaiknya menampilkan lebih banyak dimensi pada tiap mediator pemasaran relasional sehingga hasil yang dicapai lebih luas dan pembahasannya pun lebih mendalam.
- Untuk pihak *franchisor* sebaiknya meningkatkan tingkat kepuasan hubungan antara *franchisor* dan *franchisee* melalui peningkatan kualitas bahan baku sehingga mampu meningkatkan loyalitas *franchisee* terhadap waralaba BFC

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Abdul-Muhmin, A. G. 2005. *Instrumental and Interpersonal Determinants of Relationship Satisfaction and Commitment in Industrial Markets*. Journal of Business Research 58 (2005) 619-628, Elsevier
- Ashnai, B., Smirnova, M., Kouchtch, S., Yu Q., Barnes, B.R., Naude, P. 2009. *Assesing Realationship Quality in Four Business-to-business Markets*. Marketing Intelligence & Planning Vol.27 No.1, Emerald Group Publishing Limited
- Astuti, D. 2005. *Kajian Bisnis Franchise Makanan di Indonesia*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol 7, No. 1, Maret 2005 :83-98. Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Petra.

- Badan Pusat Statistik. 2012. Laporan Bulanan Data Sosial Ekonomi, (<http://www.bps.go.id>, diakses 20 Januari 2013)
- Berita Franchise, 2013. *Waralaba CFC Indonesia*. <http://www.beritafranchise.com/2012/12/waralaba-cfc-indonesia>. diakses pada 16 Maret 2013.
- Caceres, R.C. dan Paparoidamis, N.G. 2007. *Service Quality, Relationship Satisfaction, Trust, Commitment and Business-to-business Loyalty*. European Journal of Marketing Vol.41 No.7/8, Emerald Group Publishing Limited
- Evans, J.R. dan Laskin, R.L. 1994. *The Relationship Marketing Process : A Conceptualization and Application*. Industrial Marketing Management 23, 439-452 : Elsevier Science Inc
- Hennig-Thurau, T. , Gwinner, K.P. dan Gremler D.D. 2002. *Understanding Relationship Marketing Outcomes*. Journal of Service Research, Volume 4, No.3, February 2002 230-247. Sage Publication
- Hair, J., Jr., Black, W., C., Babin, B., J., Anderson, R., E., . 2010. *Multivariate Data Analysis : Seventh Edition*. Prentice Hall : New Jersey
- Iskandar, D. 2012. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan dan Kepercayaan Nasabah sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris Nasabah PD.Bank Perkreditan Rakyat BKK Boyolali Kota)*. STIE AUB ; Surakarta.
- Kariyasa, K dan Sinaga, B.M. 2003. *Analisis Perilaku Pasar Pakan dan Pakan Daging Ayam Ras di Indonesia : Pendekatan Model Ekonomerika Simultan*. Institut Pertanian Bogor : Bogor
- Kotler, P. Dan Armstrong, G. 2006. *Principles of Marketing; Eleventh Edition*. Prentice Hall, Pearson Education, Inc. New Jersey
- Leverin, A. dan Liljander, V. 2006. *Does Relationship Marketing Improve Customer Relationship Satisfaction and Loyalty?*. International Journal of Bank Marketing, Vol.24 Iss 4pp.232-251 : Emerald Group Publishing Limited
- Malik, N. 2011. *Menata Bisnis Waralaba Berbasis UKM Berdaya Saing*. <http://inspirasiablog.wordpress.com/2011/07/01/menata-bisnis-waralaba-berbasis-ukm-berdaya-saing/>, diakses 6 Maret 2013
- Manalu, O.R. 2007. *Pengaruh Pemasaran Relasional Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Britama pada PT Bank Rakyat Indonesia (BRI, Tbk Cabang Iskandar Muda di Medan*. Universitas Sumatra Utara : Medan.
- McDonnell, J., Beatson, A., Huang, C., 2011. *Investigating realltionship Quality, customer loyalty and cooperation: An Empirical Study of Convinience Stores' Franchise Chain Systems*. Asia Pasific Journal of Marketing and Logistic, Vol.23 Iss:3 pp.367-385, Emerald Group Publishing Limited

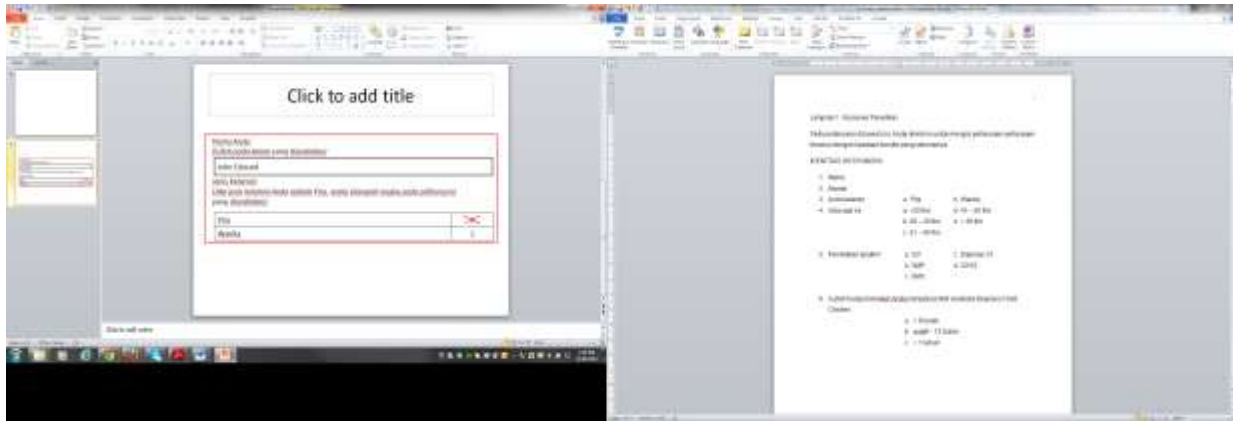
- Morgan, R.M. dan Hunt, S.D. 1994. *The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing*. Journal of Marketing Vol.58 (July 1994), 20-38. American Marketing Association.
- Nainggolan, K. 2008. *Ketahanan dan Stabilitas pasokan, Permintaan dan Harga Komoditas Pangan*. Jurnal Analisis Kebijakan pertanian, volume 6 No.2, Juni 2008 :114-139
- Ndubisi, N.O. 2007. *Relationship Marketing and Customer Loyalty*. Marketing Intelligence & Planning Vol.25 No. 1, 2007 pp.98-106. Emerald Group Publishing Limited
- Palmatier, R.W., Dant, R.P. Grewal, D., Evans, K.R. 2005. *Factors Influencing the Effectiveness of Realtionship Marketing : A Meta-Analysis*. Journal of Marketing
- Parsons, A.L. 2002. *What Determines Buyer-Seller Relationship Quality? An Investigation from the Buyer's Perspective*. The Journal of Supply Chain Management : A Global Review of Purchasing and Supply, May 2002
- Ramadhanny, M.A. 2012. *Studi Kelayakan Bisnis Waralaba Restoran Cepat Saji Pro AB Chicken Cabang Kota Jambi*. Institut Pertanian Bogor : Bogor
- Reinartz, W. Dan Kumar, V. 2002. *The Mismanagement of Customer Loyalty*. Harvard Business review, July 2002.
- Rusidi.1990, *Bahan Ajar Kuliah Metodologi Penelitian*. Universitas Padjajaran: Bandung
- Saunders, M. and Lewis, P. and Thornhill, A. 2007.*Research methods for business students, 4th edition*.FT Prentice Hall, London.
- Sekaran, U. 2006. *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Salemba Empat : Jakarta
- Sheth, J.N dan Parvatiyar A. 1995.*The Evolution of Relationship Marketing*. International Business Review Vol.4, No.4 pp397-418 ; Elsevier Science
- Sin, L.Y.M., Tse, A.C.B., Chan, H., Heung, V.C.S. dan Yim, F.H.K. 2006. *The Effect of Relationship Marketing Orientation on Business Performance in the Hotel Industry*. Journal of Hospitality & Tourism Research 2006 30 : 407.

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian

### **Kuisisioner Penelitian**

Pada pertanyaan di bawah ini, Anda dimohon untuk mengisi pertanyaan-pertanyaan tersebut dengan keadaan/kondisi yang sebenarnya.

**CONTOH** bagaimana mengisi kuisisioner ini



### Identitas Responden

- Nama

- Alamat

- Jenis Kelamin  

Pria	1
Wanita	2

- Usia Anda saat ini ?  
 .....tahun

- Pendidikan terakhir  

SD	1
SMP	2
SMU	3
Diploma/Sarjana (S1)	4
S2/S3	5

- Pekerjaan anda saat ini : (*sebutkan*)

- Sejak kapan anda menjadi pemilik waralaba Bexpress Fried Chicken?  
**tanggal.....bulan ..... tahun.....**

- Berapa jumlah gerai (*outlet*) yang anda miliki ?

..... buah

- ..... ekor ayam

- Berapa jumlah penjualan anda per hari?

### RELATIONSHIP MARKETING

- **Kepercayaan**

- Kelengkapan apa saja yang anda terima untuk satu buah gerai (*outlet*) penjualan? (*misalnya: gerobak, peralatan masak, logo, daftar menu*)

--

- Bagaimana pendapat anda mengenai kelengkapan tersebut?

Sangat Puas	5
Puas	4
Cukup Puas	3
Kurang Puas	2
Sangat Tidak Puas	1

- Hal apa saja yang dijelaskan oleh pihak *franchisor* sebelum melakukan kontrak kerjasama?

--

- Bagaimana pendapat anda mengenai cara penjelasan yang diberikan oleh pihak *franchisor*?

Sangat Puas	5
Puas	4
Cukup Puas	3
Kurang Puas	2
Sangat Tidak Puas	1

- Berapa banyak bahan baku yang biasa anda pesan dalam satu kali pesanan?

..... ekor ayam
-----------------

- Apakah jumlah bahan baku yang anda terima telah sesuai dengan pesanan?

Tidak, biasanya lebih dua hingga tiga potong dari jumlah pesanan	5
Tidak, biasanya lebih satu potong dari jumlah pesanan	4
Ya, sesuai dengan pesanan	3
Tidak, biasanya kurang satu potong dari jumlah pesanan	2
Tidak, biasanya kurang dua hingga tiga potong dari jumlah pesanan	1

- Bagaimana pendapat anda mengenai kualitas bahan baku yang anda dapatkan?

Sangat Puas	5
Puas	4
Cukup Puas	3
Kurang Puas	2
Sangat Tidak Puas	1

- Apakah ada pemberian hadiah dari *franchisor* selama menjadi *franchisee*?

Ya, lebih dari lima kali	5
Ya, 4 -5 kali	4
Ya, 2 - 3 kali	3
Ya, 1 kali	2
Tidak Pernah	1

- Hadiah/pemberian apa saja yang pernah anda terima?(*sebutkan*)

--

- Bagaimana pendapat anda mengenai pemberian/hadiah yang anda dapatkan dari *franchisor*?

Sangat Puas	5
Puas	4
Cukup Puas	3
Kurang Puas	2
Sangat Tidak Puas	1

- Berapa kali anda bertemu muka dengan *franchisor* dalam sebulan?

Setiap hari	5
4 - 5 kali dalam sebulan	4
2 - 3 kali dalam sebulan	3
1 kali dalam sebulan	2
Tidak pernah	1

- Bagaimana pendapat anda dengan intensitas pertemuan tersebut dengan *franchisor*?

Sangat Puas	5
Puas	4

Cukup Puas	3
Kurang Puas	2
Sangat Tidak Puas	1

- Berapa kali anda melakukan komunikasi melalui alat komunikasi (telepon/sms/bbm/email) dalam seminggu?

Setiap hari	5
4 - 5 kali	4
3 kali	3
1 kali	2
Tidak pernah	1

- Alat komunikasi apa yang biasa anda gunakan dalam berkomunikasi dengan *franchisor*?(sebutkan)

- Bagaimana pendapat anda dengan intensitas komunikasi melalui alat komunikasi tersebut?

Sangat Puas	5
Puas	4
Cukup Puas	3
Kurang Puas	2
Sangat Tidak Puas	1

- Beberapa informasi yang biasa anda perbincangkan ketika berkomunikasi dengan *franchisor*:

Pemesanan bahan baku	1
Saling menanyakan kabar kedua belah pihak	2
Prospek pengembangan produk	3
Aktivitas kedua belah pihak	4
Informasi produk baru perusahaan	5
Lainnya ( <i>sebutkan</i> ) ...	6
<i>Diantara informasi tersebut, yang mana saja yang biasanya menjadi topik pembicaraan anda?</i>	
Semua	5
Empat topik yaitu: ( <i>sebutkan</i> )...	4
Tiga topik yaitu: ( <i>sebutkan</i> ) ...	3
Dua topik, yaitu: ( <i>sebutkan</i> ) ...	2
Satu topik, yaitu: ( <i>sebutkan</i> )...	1

- Bagaimana pendapat anda dengan pertukaran informasi tersebut?

Sangat Puas	5
Puas	4
Cukup Puas	3
Kurang Puas	2
Sangat Tidak Puas	1

- Berikut ini adalah hal-hal yang termasuk dalam dimensi Kepercayaan :

Kelengkapan gerai ( <i>outlet</i> )	
Cara penjelasan kontrak	
Pemberian hadiah	
Komunikasi	
Hal yang dibicarakan pada saat komunikasi	
<i>Berilah masing-masing poin untuk tiap hal dalam dimensi Kepercayaan tersebut dengan memberikan 5 (sangat penting), 4 (penting), 3 (cukup penting), 2 (kurang penting) , 1 (sangat tidak penting)</i>	

- Komitmen**

- Bagaimana perasaan anda selama menjalin hubungan kerjasama dengan *franchisor*?

Sangat Baik	5
Baik	4
Cukup Baik	3
Kurang Baik	2
Sangat Tidak Baik	1

- Bagaimana sikap *franchisor* ketika bertemu dengan anda?

Sangat Baik	5
Baik	4
Cukup Baik	3
Kurang Baik	2
Sangat Tidak Baik	1

- Kapan anda melakukan pembayaran untuk pesanan yang telah diantarkan?

Sebelum menerima pesanan	5
Pada saat menerima pesanan	4
Hari yang sama pada saat pesanan diantarkan	3
Sehari setelah menerima pesanan	2
Dua hari atau lebih setelah menerima pesanan	1

- Bagaimana pendapat anda mengenai waktu pembayaran tersebut?

Sangat Puas	5
Puas	4
Cukup Puas	3
Kurang Puas	2
Sangat Tidak Puas	1

- Bagaimana sistem pembayaran yang anda lakukan dalam pemesanan bahan baku?

Uang tunai	4
Cek	3
Transfer antar bank	2
Lainnya ( <i>sebutkan</i> ) ...	1

- Bagaimana pendapat anda mengenai sistem pembayaran tersebut?

Sangat Puas	5
Puas	4
Cukup Puas	3
Kurang Puas	2
Sangat Tidak Puas	1



- Jam berapa anda biasanya menerima kiriman bahan baku yang telah dipesan?

Sebelum jam 8 pagi	5
Jam 8 – 10 pagi	4
Jam 10 pagi – 12 siang	3
Jam 12 hingga jam 2 siang	2
Jam 2 siang ke atas	1

- Bagaimana dukungan *franchisor* pada pendapat yang anda kemukakan berkaitan dengan produk ?

Sangat Baik	5
Baik	4
Cukup Baik	3
Kurang Baik	2
Sangat Tidak Baik	1

- Berikut ini adalah hal-hal yang termasuk dalam dimensi Komitmen :

Sikap <i>franchisor</i>	
Waktu pembayaran	
Cara pembayaran	
Waktu penerimaan bahan baku	
Dukungan <i>franchisor</i> terhadap pendapat anda	
<i>Berilah masing-masing poin untuk tiap hal dalam dimensi Komitmen tersebut dengan memberikan 5 (sangat penting), 4 (penting), 3 (cukup penting), 2 (kurang penting) , 1 (sangat tidak penting)</i>	

- Kepuasan Hubungan**

- Bagaimana seharusnya kualitas bahan baku menurut anda ?

--

- Bagaimana pendapat anda mengenai kualitas bahan baku yang dikirimkan oleh *franchisor*?

Sangat Puas	5
Puas	4
Cukup Puas	3
Kurang Puas	2
Sangat Tidak Puas	1

- Menurut Anda, bagaimana harga bahan baku yang diberikan ?

Sangat murah	5
Murah	4
Cukup murah	3
Mahal	2
Sangat mahal	1

- Kapan anda melakukan pemesanan bahan baku ?

Dua hari sebelum penjualan	5
Sehari sebelum penjualan	4

Pagi hari saat penjualan	3
Siang hari saat penjualan	2
Sore hari saat penjualan	1

- Berapa selisih waktu antara pemesanan dan pengiriman bahan baku?

..... jam
-----------

- Bagaimana pendapat anda mengenai waktu pengiriman tersebut?

Sangat Puas	5
Puas	4
Cukup Puas	3
Kurang Puas	2
Sangat Tidak Puas	1

- Apakah anda puas dengan cara penyampaian informasi mengenai bahan baku yang akan dikirimkan?

Sangat Puas	5
Puas	4
Cukup Puas	3
Kurang Puas	2
Sangat Tidak Puas	1

- Berikut ini adalah hal-hal yang termasuk dalam dimensi Kepuasan Hubungan :

Kualitas bahan baku	
Harga bahan baku	
Waktu pemesanan	
Waktu pengiriman	
Cara penyampaian informasi	
<i>Berilah masing-masing poin untuk tiap hal dalam dimensi Kepuasan Hubungan tersebut dengan memberikan 5 (sangat penting), 4 (penting), 3 (cukup penting), 2 (kurang penting), 1 (sangat tidak penting)</i>	

- **Kualitas Hubungan**

- Bagaimana cara penyampaian informasi mengenai bahan baku dan produk yang akan dijual?

Detail, terbuka dan sangat jelas	5
Jelas tetapi tidak detail	4
Kurang detail dan kurang jelas	3
Tidak jelas dan tidak lengkap	2
Tidak pernah ada informasi yang diberikan	1

- Bagaimana pendapat anda dengan sikap tenaga pemasar yang berhubungan dengan anda?

Sangat Puas	5
Puas	4
Cukup Puas	3
Kurang Puas	2
Sangat Tidak Puas	1

- Bagaimana pendapat anda tentang sikap *franchisor* yang membantu dalam pembelian bahan baku?

Sangat Puas	5
Puas	4
Cukup Puas	3
Kurang Puas	2
Sangat Tidak Puas	1

- Manfaat yang Anda peroleh selama menjalin hubungan dengan *franchisor*?

Hubungan sosial semakin luas, pendapatan meningkat dan jaringan pemasaran yang luas	5
Hubungan sosial semakin luas dan pendapatan meningkat	4
Hubungan sosial dan jaringan pemasaran yang semakin luas	3
Hubungan sosial semakin luas	2
Tidak ada	1

- Apakah ada kegiatan yang anda lakukan bersama-sama dengan *franchisor*? (misalnya : berekreasi bersama, nonton bersama, beribadah bersama)

- Bagaimana pendapat anda mengenai kegiatan bersama tersebut ?

Sangat Puas	5
Puas	4
Cukup Puas	3
Kurang Puas	2
Sangat Tidak Puas	1

- Berikut ini adalah hal-hal yang termasuk dalam dimensi Kualitas Hubungan :

Sikap tenaga pemasar	
Bantuan dalam pembelian bahan baku	
Manfaat hubungan	
Kegiatan bersama	
<i>Berilah masing-masing poin untuk tiap hal dalam dimensi Kualitas Hubungan tersebut dengan memberikan 4 (penting), 3 (cukup penting), 2 (kurang penting) , 1 (tidak penting)</i>	

- **Loyalitas Franchisee**

- Apakah Anda masih melakukan pemesanan hingga saat ini?

Saya masih aktif melakukan pemesanan hingga hari ini	5
Saya masih aktif hingga seminggu yang lalu	4
Saya masih aktif hingga dua minggu lalu	3
Saya masih aktif hingga sebulan lalu	2
Sudah tidak melakukan pemesanan sejak enam bulan terakhir	1

- Berapa kali dalam seminggu anda melakukan pemesanan?

5 kali seminggu	5
4 kali seminggu	4
3 kali seminggu	3

1 - 2 kali seminggu	2
Tidak pernah	1

- Bagaimana pendapat anda mengenai intensitas waktu pemesanan yang anda lakukan?

Sangat Puas	5
Puas	4
Cukup Puas	3
Kurang Puas	2
Sangat Tidak Puas	1

- Untuk jangka waktu satu tahun kedepan saya akan :

Menambah 3 gerai	5
Menambah 2 gerai	4
Menambah 1 gerai	3
Melanjutkan gerai yang sudah ada	2
Tidak melanjutkan usaha ini	1

- Jika ada tawaran dari produk sejenis waralaba ini maka saya akan :

Menolak produk tersebut dan mempromosikan produk BFC ini	5
Menolak produk tersebut	4
Hanya mendengarkan saja tetapi tidak akan beralih produk	3
Berfikir untuk mencoba produk tersebut	2
Berpindah ke produk tersebut	1

- Jika saya bertemu keluarga dan teman-teman, maka saya akan :

Memberikan brosur dan informasi lengkap mengenai produk BFC serta mempromosikan produk ini kepada mereka	5
Memberikan informasi dan brosur	4
Memberikan informasi secukupnya	3
Memberikan informasi jika mereka bertanya	2
Tidak memberikan informasi apa-apa	1

- Berikut ini adalah hal-hal yang termasuk dalam dimensi *Loyalitas Franchisee* :

Keaktifan dalam melakukan pemesanan	
Intensitas pesanan	
Rencana untuk setahun kedepan	
Tawaran produk lain	
Ikut mempromosikan produk BFC	
<i>Berilah masing-masing poin untuk tiap hal dalam dimensi Loyalitas Franchisee tersebut dengan memberikan 5 (sangat penting), 4 (penting), 3 (cukup penting), 2 (kurang penting), 1 (sangat tidak penting)</i>	

- Menurut Anda, apa yang harus diperbaiki dan dikembangkan agar usaha Anda menjadi lebih berkembang dan lebih menguntungkan?

**TERIMA KASIH ATAS PARTISIPASINYA**

## Lampiran 2. Identitas Responden Penelitian

No	Nama	Alamat	Jenis Kelamin	Usia (thn)	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan
1	Aris Irfan	BTN Somba, Bulukumba	pria	37	S1	wiraswasta
2	Sulastri	BTN Griya Batas Kota Blok J No. 5	wanita	38	SMU	IRT
3	Suyatmen, SKM	Jl. Cendrawasih No. 7	pria	36	S1	PNS
4	Ir.A. Wahyuddin	BTN Tae Blok E No. 20 A, Sengkang	pria	52	S1	Karyawan Swasta
5	Mulyadi	Jl. A.P. Pettarani No. 12, Sidrap	pria	36	S1	Karyawan Swasta
6	Irfan Ukkas, SP	Komp. Graha Jannah 2 Blok B No. 4	pria	34	S1	Karyawan Swasta
7	Syamsuddin	BTN Minasa Upa Blok L 9 / No 11 B	pria	31	S1	Karyawan Swasta
8	Maria Mambela,SP	BTN Asabri Blok D 14 No.6	wanita	31	S1	Karyawan Swasta
9	Hasnaeni, S.Ag	Permata Sudiang Raya Blok G 2 No. 5	wanita	39	S1	IRT
10	Atikah Fitria	Lasuloro Raya No. 97	wanita	33	SMU	IRT
11	Muh. Riswadi, SPt	Manggala, Antang	pria	33	S1	Karyawan Swasta
12	Ardat, SPd, MPd	Komp. Berlian Permai Blok D2 No. 5	pria	38	S2	Guru SMU
13	Putri Amrah	Jl. Dr.Muhtar No.1, Selayar	wanita	48	SMU	IRT
14	Nurlaela, Amd,Keb.	BTN Haji Banca Blok N 12 No. 7	wanita	23	S1	Pegawai Puskesmas
15	Yayuk Sulistiyowati,S.Si	Jl. Tulo Lemo No. 6, Pomala	wanita	37	S1	Guru SMP
16	Fatmawati Nahwi,SE	Puri Pattene Permai B 8 No. 25	wanita	31	S1	Karyawan Swasta
17	Drh. Budi Alvian	BTN Dewi Kumala Sari A 6 No. 13	pria	30	S2	Karyawan Swasta
18	Amiruddin Rauf	Abubakar Lambogo No. 26 F	pria	35	S1	Karyawan Swasta
19	Widyawati	Desa Purnakarya, Maros	wanita	35	SMU	wiraswasta
20	Theodore Nurlima,AMD	Permata Sudiang Raya Blok G 3 No. 20	wanita	32	S1	Karyawan Swasta
21	Mujahid Razak	Villa Mutiara Hijau Blok 21 No. 1	pria	38	S1	wiraswasta
22	Anita Marlina	Villa Mutiara Hijau Blok 21 No. 1	wanita	25	SMU	wiraswasta
23	Saparuddin	Desa Purnakarya, Maros	pria	33	SMU	wiraswasta
24	Muh. Hidayat	Maros Regency Blok F No.7	pria	35	S1	Karyawan Swasta
25	Syahrma Majang	Komp. IDI Pettarani Blok J 11/17	pria	57	S2	wiraswasta
26	Akbar	Komp.IKIP Blok G 6 No.12	pria	42	S1	Wiraswasta
27	Yudi Hari Prasetya	Jl. Poros Tonasa 2	pria	43	SMU	wiraswasta
28	Rustam Abdullah	Jl. Bau Massepe No. 197, Pinrang	pria	40	SMU	wiraswasta

29	Dadang,SE	Jl. Baji Dakka No.25	pria	34	S1	Karyawan Swasta
30	Rosdalima	Aspol Tallo Lama No.33	wanita	46	SMU	Anggota Polri
31	Sudirman,SPt	Puri Taman Sari A4 No.8	pria	40	S1	Karyawan Swasta
32	Asmiyuddin	Bumi Permata Sudiang II No. 15	pria	37	S1	Karyawan Swasta
33	Riski	Jl. Gagak, Komp PU No. 30	wanita	37	SMU	IRT
34	Juhardi Nurhan, STP	Jl. Telaga Bunga No.29, Tanjung Bunga	pria	35	S1	Karyawan Swasta
35	H. Nur Armin, SE	Jl. A. Nurdin, Maros	pria	37	S1	wiraswasta
36	Jhon Rinaldy	Jl. Gagak No.30	pria	37	SMU	Karyawan Swasta
37	Irawati	Desa Purnakarya, Maros	wanita	34	SMU	IRT
38	Syamsiah,SKM	Perumahan Graha Sangapraja, Antang	wanita	34	S1	PNS

### Lampiran 5. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kepercayaan

**Correlations**

		KPC1	KPC2	KPC3	KPC4	KPC5	KPC6	KPC7	KPC8	KPC9	KPC10	Kepercayaan
KPC1	Pearson Correlation	1	.489**	.211	.281	.370*	.212	.146	-.004	.102	.103	.561**
	Sig. (2-tailed)		.002	.203	.088	.022	.200	.382	.981	.541	.539	.000
	N	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38
KPC2	Pearson Correlation	.489**	1	.333*	.377*	.300	.037	.160	.208	.059	.181	.593**
	Sig. (2-tailed)	.002		.041	.020	.068	.826	.337	.211	.726	.276	.000
	N	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38
KPC3	Pearson Correlation	.211	.333*	1	.270	.107	.261	.353*	-.116	.053	.204	.488**
	Sig. (2-tailed)	.203	.041		.101	.523	.113	.030	.487	.750	.219	.002
	N	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38
KPC4	Pearson Correlation	.281	.377*	.270	1	.246	.350*	.187	.191	.131	.221	.597**
	Sig. (2-tailed)	.088	.020	.101		.136	.031	.261	.250	.433	.183	.000
	N	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38
KPC5	Pearson Correlation	.370*	.300	.107	.246	1	.471**	.112	.132	.482**	.060	.602**
	Sig. (2-tailed)	.022	.068	.523	.136		.003	.503	.428	.002	.719	.000
	N	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38
KPC6	Pearson Correlation	.212	.037	.261	.350*	.471**	1	.040	.093	.419**	.288	.603**
	Sig. (2-tailed)	.200	.826	.113	.031	.003		.811	.579	.009	.080	.000
	N	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38
KPC7	Pearson Correlation	.146	.160	.353*	.187	.112	.040	1	.180	.142	-.172	.401*
	Sig. (2-tailed)	.382	.337	.030	.261	.503	.811		.279	.396	.303	.013
	N	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38
KPC8	Pearson Correlation	-.004	.208	-.116	.191	.132	.093	.180	1	.328*	.516**	.472**
	Sig. (2-tailed)	.981	.211	.487	.250	.428	.579	.279		.044	.001	.003
	N	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38
KPC9	Pearson Correlation	.102	.059	.053	.131	.482**	.419**	.142	.328*	1	.168	.538**
	Sig. (2-tailed)	.541	.726	.750	.433	.002	.009	.396	.044		.312	.000
	N	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38
KPC10	Pearson Correlation	.103	.181	.204	.221	.060	.288	-.172	.516**	.168	1	.484**
	Sig. (2-tailed)	.539	.276	.219	.183	.719	.080	.303	.001	.312		.002
	N	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38
Kepercayaan	Pearson Correlation	.561**	.593**	.488**	.597**	.602**	.603**	.401*	.472**	.538**	.484**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002	.000	.000	.000	.013	.003	.000	.002	
	N	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38

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

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.716	10

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	38	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	38	100.0

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

**Item Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
KPC1	3.74	.644	38
KPC2	3.55	.645	38
KPC3	3.34	.481	38
KPC4	3.74	.503	38
KPC5	3.32	.471	38
KPC6	3.45	.686	38
KPC7	3.32	.620	38
KPC8	3.39	.547	38
KPC9	3.34	.582	38
KPC10	3.45	.602	38

Lampiran 6. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Komitmen

**Correlations**

		KMT1	KMT2	KMT3	KMT4	KMT5	KMT6	KMT7	KMT8	Komitmen
KMT1	Pearson Correlation	1	.505**	.203	.191	.548**	.650**	.223	.482**	.663**
	Sig. (2-tailed)		.001	.222	.250	.000	.000	.178	.002	.000
	N	38	38	38	38	38	38	38	38	38
KMT2	Pearson Correlation	.505**	1	.407*	.485**	.396*	.564**	.327*	.443**	.737**
	Sig. (2-tailed)	.001		.011	.002	.014	.000	.045	.005	.000
	N	38	38	38	38	38	38	38	38	38
KMT3	Pearson Correlation	.203	.407*	1	.690**	.521**	.420**	.573**	.489**	.743**
	Sig. (2-tailed)	.222	.011		.000	.001	.009	.000	.002	.000
	N	38	38	38	38	38	38	38	38	38
KMT4	Pearson Correlation	.191	.485**	.690**	1	.276	.471**	.502**	.339*	.688**
	Sig. (2-tailed)	.250	.002	.000		.093	.003	.001	.038	.000
	N	38	38	38	38	38	38	38	38	38
KMT5	Pearson Correlation	.548**	.396*	.521**	.276	1	.468**	.407*	.589**	.725**
	Sig. (2-tailed)	.000	.014	.001	.093		.003	.011	.000	.000
	N	38	38	38	38	38	38	38	38	38
KMT6	Pearson Correlation	.650**	.564**	.420**	.471**	.468**	1	.284	.500**	.759**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.009	.003	.003		.083	.001	.000
	N	38	38	38	38	38	38	38	38	38
KMT7	Pearson Correlation	.223	.327*	.573**	.502**	.407*	.284	1	.585**	.661**
	Sig. (2-tailed)	.178	.045	.000	.001	.011	.083		.000	.000
	N	38	38	38	38	38	38	38	38	38
KMT8	Pearson Correlation	.482**	.443**	.489**	.339*	.589**	.500**	.585**	1	.772**
	Sig. (2-tailed)	.002	.005	.002	.038	.000	.001	.000		.000
	N	38	38	38	38	38	38	38	38	38
Komitmen	Pearson Correlation	.663**	.737**	.743**	.688**	.725**	.759**	.661**	.772**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	38	38	38	38	38	38	38	38	38

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

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

**Case Processing Summary**

Reliability Statistics		N	%
Cronbach's Alpha	Valid	38	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	38	100.0

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

**Item Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
KMT1	3.68	.525	38
KMT2	3.61	.638	38
KMT3	3.34	.534	38
KMT4	3.42	.552	38
KMT5	3.45	.504	38
KMT6	3.45	.504	38
KMT7	3.16	.437	38
KMT8	3.55	.602	38



## Lampiran 7. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kepuasan Hubungan

### Correlations

		KPS1	KPS2	KPS3	KPS4	KPS5	Kepuasan
KPS1	Pearson Correlation	1	.129	-.025	.321*	.135	.529**
	Sig. (2-tailed)		.441	.882	.050	.419	.001
	N	38	38	38	38	38	38
KPS2	Pearson Correlation	.129	1	-.063	.070	-.089	.375*
	Sig. (2-tailed)	.441		.709	.678	.594	.020
	N	38	38	38	38	38	38
KPS3	Pearson Correlation	-.025	-.063	1	.276	.192	.564**
	Sig. (2-tailed)	.882	.709		.093	.249	.000
	N	38	38	38	38	38	38
KPS4	Pearson Correlation	.321*	.070	.276	1	.467**	.742**
	Sig. (2-tailed)	.050	.678	.093		.003	.000
	N	38	38	38	38	38	38
KPS5	Pearson Correlation	.135	-.089	.192	.467**	1	.575**
	Sig. (2-tailed)	.419	.594	.249	.003		.000
	N	38	38	38	38	38	38
Kepuasan	Pearson Correlation	.529**	.375*	.564**	.742**	.575**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.020	.000	.000	.000	
	N	38	38	38	38	38	38

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

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

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	38	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	38	100.0

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.625	5

**Item Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
KPS1	3.71	.515	38
KPS2	3.39	.547	38
KPS3	3.79	.664	38
KPS4	3.55	.504	38
KPS5	3.66	.481	38

Lampiran 8. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kualitas Hubungan

**Correlations**

		KLT1	KLT2	KLT3	KLT4	Kualitas
KLT1	Pearson Correlation	1	.152	.392*	.257	.662**
	Sig. (2-tailed)		.363	.015	.119	.000
	N	38	38	38	38	38
KLT2	Pearson Correlation	.152	1	.185	.227	.619**
	Sig. (2-tailed)	.363		.266	.171	.000
	N	38	38	38	38	38
KLT3	Pearson Correlation	.392*	.185	1	.227	.702**
	Sig. (2-tailed)	.015	.266		.171	.000
	N	38	38	38	38	38
KLT4	Pearson Correlation	.257	.227	.227	1	.637**
	Sig. (2-tailed)	.119	.171	.171		.000
	N	38	38	38	38	38
Kualitas	Pearson Correlation	.662**	.619**	.702**	.637**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	38	38	38	38	38

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

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

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	38	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	38	100.0

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.653	4

### Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
KLT1	3.84	.437	38
KLT2	3.71	.515	38
KLT3	3.71	.515	38
KLT4	3.82	.457	38

## Lampiran 9. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Loyalitas *Franchisee*

### Correlations

		LYL1	LYL2	LYL3	LYL4	LYL5	LYL6	Loyalitas
LYL1	Pearson Correlation	1	.097	.461**	.680**	-.092	.501**	.680**
	Sig. (2-tailed)		.564	.004	.000	.584	.001	.000
	N	38	38	38	38	38	38	38
LYL2	Pearson Correlation	.097	1	.068	.196	.301	.162	.523**
	Sig. (2-tailed)	.564		.686	.239	.067	.333	.001
	N	38	38	38	38	38	38	38
LYL3	Pearson Correlation	.461**	.068	1	.424**	.259	.332*	.694**
	Sig. (2-tailed)	.004	.686		.008	.117	.041	.000
	N	38	38	38	38	38	38	38
LYL4	Pearson Correlation	.680**	.196	.424**	1	-.030	.397*	.685**
	Sig. (2-tailed)	.000	.239	.008		.857	.014	.000
	N	38	38	38	38	38	38	38
LYL5	Pearson Correlation	-.092	.301	.259	-.030	1	.145	.490**
	Sig. (2-tailed)	.584	.067	.117	.857		.385	.002
	N	38	38	38	38	38	38	38
LYL6	Pearson Correlation	.501**	.162	.332*	.397*	.145	1	.625**
	Sig. (2-tailed)	.001	.333	.041	.014	.385		.000
	N	38	38	38	38	38	38	38
Loyalitas	Pearson Correlation	.680**	.523**	.694**	.685**	.490**	.625**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000	.002	.000	
	N	38	38	38	38	38	38	38

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

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

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	38	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	38	100.0

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.648	6

### Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
LYL1	4.03	.492	38
LYL2	4.11	.509	38
LYL3	3.84	.495	38
LYL4	3.87	.414	38
LYL5	3.95	.567	38
LYL6	4.00	.329	38

Lampiran 10. Hasil Uji Outlier

### Descriptive Statistics

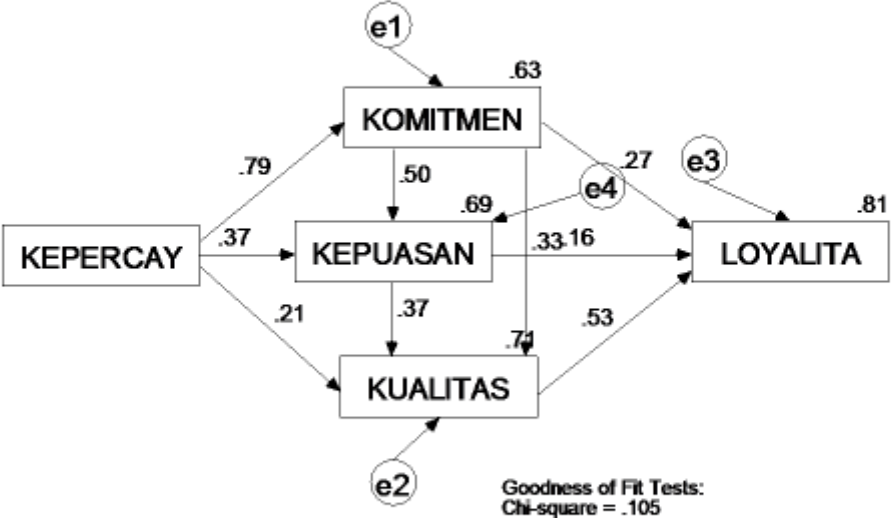
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Zscore(Kepercayaan)	38	-2.15688	1.73062	.0000000	1.0000000
Zscore(Komitmen)	38	-1.18171	3.02248	.0000000	1.0000000
Zscore(Kepuasan)	38	-2.06610	1.92602	.0000000	1.0000000
Zscore(Kualitas)	38	-2.44315	3.11137	.0000000	1.0000000
Zscore(Loyalitas)	38	-2.22466	3.62118	.0000000	1.0000000
Valid N (listwise)	38				

Lampiran 11. Hasil Uji Normalitas

Assessment of normality

	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
KEPERCAY	2.800	4.000	-0.244	-0.613	-0.684	-0.861
KOMITMEN	3.000	4.630	0.759	1.911	0.447	0.562
KEPUASAN	3.000	4.200	0.158	0.397	-0.856	-1.077
KUALITAS	3.000	4.750	0.097	0.243	1.958	2.464
LOYALITA	3.330	5.000	1.248	3.141	3.763	4.735
Multivariate				4.899	1.805	

Lampiran 12. Gambar Model Jalur



Goodness of Fit Tests:  
 Chi-square = .105  
 Probability = .746  
 RMSEA = .000

Lampiran 13. Hasil Output untuk Koefisien Determinasi serta Pengaruh Langsung, Pengaruh Tak Langsung dan Pengaruh Total

**Squared Multiple Correlations**

	Estimate
KOMITMEN	0.629
KEPUASAN	0.688
KUALITAS	0.713
LOYALITA	0.812

**Total Effects - Estimates**

	KEPERCAY	KOMITMEN	KEPUASAN	KUALITAS
KOMITMEN	0.996	0.000	0.000	0.000
KEPUASAN	0.751	0.390	0.000	0.000
KUALITAS	0.773	0.416	0.387	0.000
LOYALITA	0.685	0.459	0.341	0.480

**Standardized Total Effects - Estimates**

	KEPERCAY	KOMITMEN	KEPUASAN	KUALITAS
KOMITMEN	0.793	0.000	0.000	0.000
KEPUASAN	0.771	0.503	0.000	0.000
KUALITAS	0.757	0.512	0.369	0.000
LOYALITA	0.740	0.623	0.358	0.529

**Direct Effects - Estimates**

	KEPERCAY	KOMITMEN	KEPUASAN	KUALITAS
KOMITMEN	0.996	0.000	0.000	0.000
KEPUASAN	0.363	0.390	0.000	0.000



KUALITAS	0.218	0.265	0.387	0.000
LOYALITA	0.000	0.199	0.155	0.480

#### Standardized Direct Effects - Estimates

	KEPERCAY	KOMITMEN	KEPUASAN	KUALITAS
KOMITMEN	0.793	0.000	0.000	0.000
KEPUASAN	0.372	0.503	0.000	0.000
KUALITAS	0.214	0.327	0.369	0.000
LOYALITA	0.000	0.270	0.163	0.529

#### Indirect Effects - Estimates

	KEPERCAY	KOMITMEN	KEPUASAN	KUALITAS
KOMITMEN	0.000	0.000	0.000	0.000
KEPUASAN	0.388	0.000	0.000	0.000
KUALITAS	0.555	0.151	0.000	0.000
LOYALITA	0.685	0.260	0.186	0.000

#### Standardized Indirect Effects - Estimates

	KEPERCAY	KOMITMEN	KEPUASAN	KUALITAS
KOMITMEN	0.000	0.000	0.000	0.000
KEPUASAN	0.399	0.000	0.000	0.000
KUALITAS	0.544	0.186	0.000	0.000
LOYALITA	0.740	0.353	0.195	0.000

Lampiran 14. Hasil Output Nilai Koefisien Korelasi

#### Regression Weights

		Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
KOMITMEN	<-- KEPERCAY	0.996	0.126	7.924	0.000	par-1
KEPUASAN	<-- KEPERCAY	0.363	0.147	2.470	0.014	par-2
KEPUASAN	<-- KOMITMEN	0.390	0.117	3.336	0.001	par-8
KUALITAS	<-- KEPERCAY	0.218	0.159	1.371	0.170	par-3
KUALITAS	<-- KOMITMEN	0.265	0.134	1.982	0.048	par-7
KUALITAS	<-- KEPUASAN	0.387	0.165	2.341	0.019	par-9
LOYALITA	<-- KEPUASAN	0.155	0.125	1.237	0.216	par-4
LOYALITA	<-- KUALITAS	0.480	0.118	4.073	0.000	par-5
LOYALITA	<-- KOMITMEN	0.199	0.096	2.059	0.039	par-6

#### Standardized Regression Weights

		Estimate
KOMITMEN	<-- KEPERCAY	0.793
KEPUASAN	<-- KEPERCAY	0.372
KEPUASAN	<-- KOMITMEN	0.503

KUALITAS	<--	KEPERCAY	0.214
KUALITAS	<--	KOMITMEN	0.327
KUALITAS	<--	KEPUASAN	0.369
LOYALITA	<--	KEPUASAN	0.163
LOYALITA	<--	KUALITAS	0.529
LOYALITA	<--	KOMITMEN	0.270





