

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan. 2011. *Manajemen Pemasaran, Dasar, Konsep dan Strategi*, Cetakan ke 11. Jakarta : PT.Rajagrafindo Persada.
- Ahmad Nor Soleh, Dra. Cicik Harini, M.M., Djamaludin, Spd, M. 2018. the Effect of Service Quality, Price and Trust To Customer Satisfaction Users of Transportation Services Online Ojek. *Jurnal Ekonomi Bisnis*.
- Amilia, S., & Novianti, A. 2016. Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan Konsumen pada Warung Kanasha di Kota Langsa. *Manajemen Dan Keuangan*, 5(1), 459–468.
- Asdin Juniardi, Sitti Haerani, A. R. M. 2018. Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hotel Novotel Makassar Grand Shayla City Centre. *Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Hotel Novotel Makassar Grand Shayla City Centre*, 1(4), 52–64.
- Apren Halomoan Hutasoit, dkk. 2019. The Effect Of Tariffs And Service Quality On Customer Satisfaction That Affects Of The Customer Loyalty Of Medan City Using Grab-Car Transportation. *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)*, 21(5), 36-45
- Bungin. 2011. *Penelitian Kualitatif Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta : Kencana
- Bahrudin, M., & Zuhro, S. 2016. Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 3(1), 1. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v3i1.1463>
- Donnie Pratama (2018, 12 Desember). Ini pencapaian Grab selama 2018. Dikutip 6 Mei 2019 <https://selular.id/2018/12/ini-pencapaian-grab-selama-2018/>
- Duta Aulia (2019, 16 April). Siapa yang lebih unggul di Indonesia, Gojek atau Grab? Dikutip 16 April 2019 <https://www.kompasiana.com/dutaaulia/5cb5a30195760e19822d58d3/siapa-yang-lebih-unggul-di-indonesia-gojek-atau-grab?page=all>
- David. 2018. Pengaruh E-Service Quality terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada Transportasi Online Grab. *Petra International Journal of Business Studies*, 6(2).
- Djuhaefa, M., Modding, B., Bima, M. J., & Labbase, I. 2017. Marketing Mix and Service Quality Effect on Customer Satisfaction and Loyalty of Toyota Cars. *Journal of Research in Business and Management*, 5(2), 13–23. www.questjournals.org

- Elvina, M. 2016. Sikap Masyarakat Jakarta Pengguna Aplikasi Grab Terhadap Brand Baru Grab. *Journal E-Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Petra, Surabaya*, 4(1), 1–11.
- Edris, Muchamad dan Puspitasari, Mei gawati. 2011. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Dengan Mediasi Kepuasan Pasien Rawat Inap Pada Keluarga Sehat Hospital Pati
- Farida, dkk. 2016. Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Gojek Online. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis Vol.1 No.1*
- Fornell, C. Johnson, MD Anderson, EW Cha, and Bryant BE, 1996, “The American Customer Satisfaction Index: Nature, Purpose, and Findings“, *Journal of Marketing*, Vol.60
- Felicia, L. 2016. Pengaruh E-Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Go-Jek Melalui Kepuasan Pelanggan. *Agora*, 4(2), 95–100. <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/4737>
- Ghozali dan Imam. 2013. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Edisi Ketujuh. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Gitosudarmo, Indriyo. 2014. Manajemen Pemasaran Edisi Kedua Cetakan Ketiga. Yogyakarta : BPFE-Yogyakarta
- Gultom, dkk. 2014. Pengaruh bauran pemasaran jasa dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa program studi manajemen fakultas ekonomi universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Vol. 14 No.1*
- Hikmat. 2011. Metode Penelitian Dalam Perspektif Ilmu Komunikasi dan Sastra. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Hukmah, 2017. Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Penumpang Grab di Makassar. *Journal of Communication Sciences (JCoS) Vol.1 No.1*
- Hurriyati, Ratih. 2010. Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen. Cetakan Ketiga. Bandung : Alfabeta, CV
- I Gusti B.S dkk. 2017. Hubungan bauran pemasaran dengan kepuasan konsumen (studi pada konsumen Kafe Grow Malang). *Jurnal: Bisnis dan Manajemen Vol.4 No. 2*
- Kadhim, D. F. A., Abdullah, T. F., & Abdullah, M. F. 2016. Effects Of Marketing Mix On customer Satisfaction: Empirical Study On Tourism industry In Malaysia. *International Journal of Applied Research*, 2(2), 4.

- Liu, MC, 2005, "The Multi Dimensionaland Hierarchical Structure of Perceived Quality and Customer Satisfaction", *International Journal of Management*, Vol 22, No. 3
- Kurniawan, M., & Hildayanti, S. K. 2019. Analisis Citra Merek, Harga, Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kota Palembang (Studi Kasus Konsumen Grab). *Jurnal Ecoment Global*, 4(2). <https://doi.org/10.35908/jeg.v4i2.757>
- Leksono, R. B., & Herwin, H. 2017. Pengaruh Harga Dan Promosi Grab Terhadap Brand Image Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pengguna Transportasi Berbasis Online. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 2(3), 381–390. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v2i3.72>
- Mardalis. 2014. *Metode Penelitian (Suatu pendekatan Proposal)*. Jakarta : Bumi Aksara
- Nur' Najmah, D. K., Haji Menudin, P. G., & Laidey, N. M. 2019. Factors affecting customer' perception toward service quality of grab. *International Journal of Recent Technology and Engineering*, 7(5), 55–62.
- Nuseir, M. T., & Madanat, H. 2015. 4Ps: A Strategy to Secure Customers' Loyalty via Customer Satisfaction. *International Journal of Marketing Studies*, 7(4), 78–87. <https://doi.org/10.5539/ijms.v7n4p78>
- <https://visimisi95.blogspot.com/2018/08/visi-misi-profil-grab.html>
- [https://id.wikipedia.org/wiki/Grab_\(perusahaan\)](https://id.wikipedia.org/wiki/Grab_(perusahaan))
- <https://asamgaram.site/struktur-organisasi-perusahaan-grab.html>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Malhotra, A. 2005."E-S-Qual: A Multiple-Item Scale For Assessing Electronic Service Quality", *Journal of Service Research*, Vol. 7 No. 3, pp. 213-23
- Piter Tiong. 2018. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan PT. Primagum Sejati di Makassar. *Jurnal : journal of Management & Business*
- Putra, Ade Letrio., dan Sulistyawati, Eka. 2013. Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah PT. Pegadaian (Persero) Cabang Mengwi, Badung, Bali. Diakses dari <http://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/5466/5288> pada 5 Maret 2014.
- Putu Yudistira dkk. 2016. Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan produk. *Jurnal: Manajemen dan Pelayanan Farmasi* Vol.6 No. 2
- R.R. Abadi., I. Nursyamsi., Reni, A (2020). *Effect to customer value and*

Experiential marketing to customer loyalty with customer satisfaction as intervening variable (case study on gojek makassar customers). The asian journal of technology management 13 (1), 82-97

Setiawan. 2016. Influence of Marketing Mix Satisfaction and Loyalty Products Customers. *Jurnal Manajemen Dan Pelayanan Farmasi*, 6(2), 115–124. <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=42&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwjb5aLXiQXbAhXVb30KHchZDIk4KBAWCC4wAQ&url=https%3A%2F%2Fjurnal.ugm.ac.id%2Fjimpf%2Farticle%2Fview%2F29390%2F17543&usg=AOvVaw2mUx8cO0M0VBz16AWxd8MA>

Situmorang, R. R. 2017. Pengaruh bauran pemasaran dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. *JOM FISIP*, 4(2), 1–12. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

Sukamto, R., & Lumintan, D. B. 2015. *The Impact of Marketing Mix towards Customer Loyalty Mediated by Customer Satisfaction of Blackberry Indonesia*. 3(2), 316–324.

Sabiote, Carmen M., Dolores M.F., J. Alberto Castaneda. 2012. E-service quality as antecedent to e-satisfaction The moderating effect of culture. *Online Information Review* Vol. 36 No. 2

Stang. 2018. Cara Praktis Penentuan Uji Statistik Dalam Penelitian Kesehatan dan Kedokteran Edisi. 2. Jakarta : Mitra Wacana Media

Sudaryono. 2016. Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi. Yogyakarta : C.V Andi Offset

Wahab, N. A., Hassan, L. F. A., Shahid, S. A. M., & Maon, S. N. (2016). The Relationship Between Marketing Mix And Customer Loyalty In Hijab Industry: The Mediating Effect Of Customer Satisfaction. *Procedia Economics and Finance*, 37(16), 366–371. [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(16\)30138-1](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(16)30138-1)

Tjiptono dan Gregorius Chandra. 2012. Pemasaran Strategik Edisi 2. Yogyakarta: C.V Andi Offset (Penerbit Andi)

Yohanes Palkalis (2018, 27 Maret). Intip peta kekuatan armada Gojek versus Grab. Dikutip 6 Mei 2019 <https://bisnis.tempo.co/read/1073905/intip-peta-kekuatan-armada-go-jek-versus-grab/full&view=ok>

Yuni Astutik. GrabFood tumbuh 10x lipat dalam setahun, yang lain 3 tahun. Dikutip 4 April 2019 <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20190404140451-3764633/grab-food-tumbuh-10x-lipat-dalam-setahun-yang-lain-3-tahun>

LAMPIRAN

**Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan
dan Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna Layanan Aplikasi Grab di
Makassar**

Kepada Yth. Bapak/Ibu/Saudara/i

Dengan Hormat,

Peneliti adalah Mahasiswa Universitas Hasanuddin Makassar Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen keuangan angkatan 2017 yang sedang melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna layanan Aplikasi Grab di Makassar” untuk menyelesaikan tesis peneliti. Dalam penelitian ini peneliti membutuhkan informasi mengenai kuesioner di bawah ini. Oleh karena itu, peneliti sangat mengharapkan kesediaan dan bantuan Bapak/ibu/Saudara/i untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang terdapat di dalam kuesioner ini. Atas bantuan dan partisipasinya peneliti ucapkan terima kasih.

Hormat Peneliti,

Riska Suci Ramdhani

I. IDENTITAS RESPONDEN

1. Petunjuk
 - a. Semua pertanyaan di bawah ini merupakan tanggapan saudara/saudari sebagai pengguna aplikasi Grab mengenai kualitas pelayanan, bauran pemasaran, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan
 - b. Berilah tanda cek (\checkmark) pada jawaban yang saudara/saudari anggap sesuai atau paling benar.
 - c. Bila saudara/i ingin memperbaiki jawaban yang menurut saudara/i paling benar, berilah coretan dengan tanda (X) pada kesalahan tersebut, kemudian pilih jawaban yang paling benar dan beri tanda cek (\checkmark)
2. Keterangan :
 1. SS = Sangat Setuju Skor 5
 2. S = Setuju Skor 4
 3. RG = Ragu-ragu Skor 3
 4. TS = Tidak Setuju Skor 2
 5. STS = Sangat Tidak Setuju Skor 1
3. Jenis Kelamin :
 - a. Laki-laki
 - b. Wanita
4. Berapa usia anda sekarang?
 - a. 15-25 Tahun
 - b. 25-35 Tahun
 - c. 35-45 Tahun
 - d. 45-55 Tahun
 - e. > 55 Tahun
5. Apa Pekerjaan Anda :
 - a. Pelajar/Mahasiswa
 - b. PNS
 - c. Karyawan Swasta
 - d. Ibu Rumah Tangga
 - e. Lain-lain
6. Apakah anda salah seorang pengguna aplikasi Grab?
 - a. Ya
 - b. tidak

Jika "Tidak" anda tidak perlu melanjutkan ke pertanyaan selanjutnya
7. Sudah berapa lama anda menggunakan aplikasi Grab?
 - a. 1- 3 Tahun
 - b. > 3 Tahun

II DAFTAR PERNYATAAN

1. KUALITAS PELAYANAN

TANGIBLES (BUKTI FISIK)

No	Pernyataan	Penilaian				
		SS	S	RG	TS	STS
1	Orderan sampai ke pelanggan dengan tepat dan aman					
2	Driver Grab selalu berpakaian rapi dan bersih ketika mengantarkan pesanan					
3	Orderan sampai dengan tepat waktu					
4	Kendaraan yang digunakan sangat layak dan aman					

RELIABILITY (KEPERCAYAAN)

No	Pernyataan	Penilaian				
		SS	S	RG	TS	STS
1	Driver selalu mengkonfirmasi ulang makanan yang akan dipesan					
2	GrabFood memberikan pelayanan selama 24 Jam					
3	Driver GrabFood selalu mengenakan tarif yang sesuai dengan harga yang tertera di aplikasi Grab					
4	Orderan yang datang masih dalam keadaan fresh dan panas					

EMPHATY (KEPEDULIAN)

No	Pernyataan	Penilaian				
		SS	S	RG	TS	STS
1	Driver GrabFood memberikan rasa puas kepada pelanggan					
2	Driver GrabFood selalu menawarkan promo yang ada pada aplikasi					
3	Driver selalu mengutamakan keselamatan penumpang					
4	Driver selalu mengingatkan mengisi saldo ovo untuk memperoleh lebih banyak promo					

ASSURANCE (JAMINAN DAN KEPASTIAN)

No	Pernyataan	Penilaian				
		SS	S	RG	TS	STS
1	Orderan yang sampai ke pelanggan sangat aman tanpa ada yang jatuh atau tumpah					
2	Driver GrabFood sangat hati-hati dalam membawa orderan pelanggan					
3	Orderan yang datang sesuai pesanan pelanggan					
4	GrabFood menyediakan pelayanan pengaduan yang tersedia pada aplikasi GrabFood					

RESPONSIVENESS (DAYA TANGGAP)

No	Pernyataan	Penilaian				
		SS	S	RG	TS	STS
1	Driver GrabFood mengkonfirmasi orderan konsumen secara cepat dengan menghubungi konsumen untuk memastikan pesanan					
2	Driver GrabFood segera datang setelah pelanggan melakukan order melalui aplikasi Grab					
3	Saya tidak lama menunggu driver membawakan orderan					
4	Orderan yang datang cepat dan tepat					

**BAURAN PEMASARAN
PRODUK**

No	Pernyataan	Penilaian				
		SS	S	RG	TS	STS
1	Grab merupakan jasa transportasi yang memiliki beragam macam pelayanan seperti GrabBike, GrabCar, GrabNow, GrabFood, dan GrabExpress					
2	Dengan adanya bantuan dari GrabFood mempermudah konsumen untuk memesan makanan yang diinginkan					
3	Dengan adanya GrabExpress lebih memudahkan mengirim barang dengan cepat, aman dan terpercaya					
4	Dengan adanya GrabNow konsumen dapat memesan tujuan yang berbeda sebelum sampai ke tempat tujuan yang diinginkan					

HARGA

No	Pernyataan	Penilaian				
		SS	S	RG	TS	STS
1	Harga yang ditawarkan sudah sesuai dengan produk/pelayanan untuk kebutuhan pelanggan					
2	Perusahaan selalu memberikan reward yang dapat ditukarkan dengan voucher menarik					
3	Harga masih standar dibandingkan ojek online lain					
4	Harga yang ditawarkan Grab cukup terjangkau					

PROMOSI

No	Pernyataan	Penilaian				
		SS	S	RG	TS	STS
1	Saya ingat beberapa promosi yang dilakukan Grab					
2	Konsumen merasakan kebutuhannya terpenuhi dengan banyaknya jenis pelayanan yang diberikan Grab					
3	Informasi Online sangat memudahkan untuk mengetahui pelayanan yang diberikan Grab dan keuntungan apa saja yang dimiliki					
4	Grab sangat sering memunculkan promo dan pelayanan melalui iklan di TV, radio, maupun situs online					

TEMPAT

No	Pernyataan	Penilaian				
		SS	S	RG	TS	STS
1	Driver grab memiliki kompetensi dalam menentukan rute perjalanan agar lebih cepat sampai					
2	Durasi, lama perjalanan dan jarak perjalanan tertera pada aplikasi					
3	Aplikasi GrabFood selalu menampilkan dengan detail beberapa tempat makan yang sedang melakukan promo					
4	Driver Grab lebih banyak mengetahui titik lokasi penjemputan dengan tepat tanpa lama menunggu					

KEPUASAN PELANGGAN

NO	Pernyataan	Penilaian				
		SS	S	RG	TS	STS
1	Saya merasa pelayanan yang diberikan Grab sesuai dengan apa yang saya harapkan					
2	Saya lebih percaya jasa Grab dibandingkan jasa online yang lain					
3	Saya merasa puas dari segi harga terhadap pelayanan jasa Grab di Kota Makassar					
4	Saya merasa puas terhadap kemudahan menggunakan aplikasi Grab					

LOYALITAS PELANGGAN

NO	Pernyataan	Penilaian				
		SS	S	RG	TS	STS
1	Saya akan menggunakan jasa Grab kembali lain waktu					
2	Saya akan merekomendasikan jasa Grab kepada orang lain					
3	Jasa Grab menjadi pilihan pertama ketika akan menggunakan aplikasi online khususnya ketika akan memesan makanan					
4	Saya akan memberi informasi hal positif mengenai jasa Grab kepada orang lain agar memudahkan mereka					

KUALITAS LAYANAN X1																					TOTAL	Rata-rata	
	X1.1	X1.1	X1.1	X1.1	X1.1	X1.1	X1.1	X1.1	X1.1	X1.1	X1.1	X1.1	X1.1	X1.1	X1.1	X1.1	X1.1	X1.1	X1.1	X1.1	X1.2	X1	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0			
1	4	4	3	3	4	3	4	4	2	2	1	2	4	4	3	2	4	3	3	3	3	62	3.1
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60	3
3	5	4	4	5	5	5	5	4	4	3	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	85	4.25
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	99	4.95
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	95	4.75
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100	5
7	4	4	3	4	4	4	4	3	4	2	2	3	3	4	3	4	5	4	4	4	4	72	3.6
8	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	94	4.7
9	4	3	4	4	5	4	5	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	78	3.9
10	5	4	3	5	5	1	5	4	3	1	1	1	5	5	4	5	5	5	5	3	3	73	3.65
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100	5
12	3	3	1	3	2	1	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	2	2	48	2.4
13	4	3	4	4	5	3	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	3	4	4	84	4.2
14	4	4	5	5	5	4	5	5	4	2	2	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	87	4.35
15	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	3	67	3.55
16	4	3	3	5	5	3	5	3	4	5	3	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	85	4.25
17	4	4	3	4	5	5	3	4	4	3	3	5	4	4	3	4	5	2	3	3	3	75	3.75
18	4	4	2	3	5	4	1	3	3	2	3	2	2	3	4	2	4	2	3	3	3	59	2.95
19	3	2	5	4	5	1	3	3	2	2	3	4	3	3	3	4	5	5	5	4	4	69	3.45
20	1	3	4	4	3	3	4	4	4	2	2	3	3	4	4	4	2	4	5	5	5	68	3.4
21	5	2	3	5	3	1	3	3	3	3	5	5	2	5	5	5	5	5	1	2	2	71	3.55
22	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	77	3.85
23	5	5	4	5	5	5	5	5	3	2	1	4	5	5	5	5	5	5	5	2	2	83	4.15
24	3	3	2	3	2	4	4	5	4	1	1	1	4	4	4	4	3	2	1	1	1	56	2.8

25	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	97	4.85
26	3	4	4	4	3	5	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	76	3.8
27	4	4	3	5	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	71	3.55
28	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	97	4.85
29	5	3	4	5	5	5	5	4	4	3	3	3	5	5	4	4	4	4	4	83	4.15
30	5	5	5	5	4	5	5	5	4	3	4	5	4	4	5	5	5	5	4	92	4.6
31	5	5	4	5	5	4	5	4	4	3	2	4	5	5	4	3	5	4	3	83	4.15
32	5	4	5	4	5	5	5	5	5	3	3	3	4	4	4	3	5	4	4	84	4.2
33	4	3	3	3	5	5	4	3	4	4	4	3	4	4	4	5	3	4	3	75	3.75
34	5	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	97	4.85
35	3	3	3	3	4	3	3	3	4	2	1	3	3	3	4	4	4	3	3	62	3.1
36	3	3	3	4	4	4	5	3	3	1	1	1	2	1	2	5	4	4	3	59	2.95
37	4	3	3	4	4	5	4	4	4	3	2	3	3	3	4	4	5	4	4	74	3.7
38	5	5	4	5	5	5	5	4	5	3	3	3	5	5	5	5	5	4	4	89	4.45
39	5	2	4	5	5	5	5	5	5	1	1	5	5	5	5	5	5	3	4	84	4.2
40	4	4	4	4	4	2	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	82	4.1
41	4	4	4	4	5	3	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	83	4.15
42	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	96	4.8
43	4	4	4	4	5	2	5	5	3	2	2	2	4	4	5	4	4	5	4	76	3.8
44	5	3	3	3	4	4	3	4	4	5	5	4	4	5	3	5	5	4	4	82	4.1
45	5	4	3	4	3	4	5	4	4	3	3	4	4	5	5	4	4	4	4	80	4
46	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	73	3.65
47	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	87	4.35
48	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	91	4.8
49	3	5	4	3	5	5	5	2	5	4	3	5	3	4	5	5	5	5	4	84	4.2
50	5	4	4	3	2	5	4	4	3	1	1	1	5	5	4	4	5	5	2	70	3.5
51	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100	5
52	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100	5
53	5	3	4	4	4	4	3	4	3	2	2	2	3	4	3	2	4	4	4	68	3.4

BAURAN PEMASARAN X2																		
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12	X2.13	X2.14	X2.15	X2.16	TOTAL X2	Rata-rata
1	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	2	51	3.19
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48	3.00
3	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	71	4.44
4	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	78	4.88
5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	78	4.88
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80	5.00
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64	4.00
8	5	5	4	5	4	5	3	3	3	4	4	3	4	5	4	4	65	4.06
9	5	4	5	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	65	4.06
10	5	5	5	3	5	3	3	3	3	4	4	5	4	5	3	2	62	3.88
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80	5.00
12	2	1	1	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	4	36	2.25
13	4	5	3	3	3	4	2	2	3	3	3	3	5	5	4	4	56	3.50
14	5	5	4	3	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	71	4.44
15	4	4	4	4	3	2	3	3	2	3	4	3	4	4	4	3	54	3.38
16	5	5	5	3	5	5	3	2	3	5	4	2	5	5	3	2	62	3.88
17	5	5	5	5	4	4	2	4	4	5	5	5	4	5	3	3	68	4.25
18	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48	3.00
19	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	50	3.13
20	5	5	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	2	4	2	2	56	3.50
21	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	3	4	1	2	67	4.19
22	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	66	4.13
23	5	5	5	5	3	5	3	3	3	5	5	3	1	5	5	1	62	3.88
24	5	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	2	3	53	3.31

52	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80	5.00
53	4	5	5	4	4	3	3	4	4	5	2	3	4	4	4	5	63	3.94
54	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	74	4.63
55	5	5	5	5	4	4	3	3	4	5	4	3	3	4	4	4	65	4.06
56	5	5	5	3	5	5	5	4	4	5	4	3	4	4	3	3	67	4.19
57	5	5	4	5	4	4	5	3	3	4	4	4	5	5	1	5	66	4.13
58	5	5	5	2	4	5	5	5	4	5	4	4	3	5	3	3	67	4.19
59	3	4	4	2	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	57	3.56
60	5	5	4	4	3	3	3	4	4	5	5	4	4	5	4	4	66	4.13
61	5	5	3	3	5	5	3	3	5	4	4	4	4	5	4	5	67	4.19
62	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	55	3.44
63	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	74	4.63
64	3	5	5	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	50	3.13
65	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	65	4.06
66	3	5	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	54	3.38
67	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	3	1	64	4.00
68	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	78	4.88
69	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	76	4.75
70	5	5	5	4	4	4	5	5	2	5	5	4	4	4	4	4	69	4.31
71	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	60	3.75
72	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	76	4.75
73	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	3	75	4.69
74	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	49	3.06
75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64	4.00
76	5	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	57	3.56
77	4	5	4	5	4	3	3	4	4	4	4	4	5	4	4	5	66	4.13
78	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	70	4.38

KEPUASAN PELANGGAN Y1						
	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	TOTAL Y1	Rata-rata
1	4	3	3	4	14	3.5
2	3	3	3	3	12	3
3	4	5	5	5	19	4.75
4	5	5	5	5	20	5
5	5	5	4	5	19	4.75
6	5	5	5	5	20	5
7	4	4	4	4	16	4
8	4	4	3	4	15	3.75
9	4	4	4	4	16	4
10	3	3	3	4	13	3.25
11	5	5	5	5	20	5
12	3	4	3	2	12	3
13	4	3	3	4	14	3.5
14	5	4	4	5	18	4.5
15	4	4	4	4	16	4
16	4	2	2	5	13	3.25
17	5	3	4	4	16	4
18	3	3	2	3	11	2.75
19	4	3	4	4	15	3.75
20	4	5	4	5	18	4.5
21	4	1	1	3	9	2.25
22	4	4	4	4	16	4
23	3	3	3	5	14	3.5
24	3	3	3	3	12	3
25	5	4	5	5	19	4.75
26	5	5	4	5	19	4.75
27	3	3	3	3	12	3
28	4	5	4	5	18	4.5
29	4	4	4	4	16	4
30	4	5	5	5	19	4.75
31	4	5	4	5	18	4.5
32	4	4	4	5	17	4.25
33	4	4	3	4	15	3.75
34	5	2	5	5	17	4.25
35	4	4	3	4	15	3.75
36	3	3	2	3	11	2.75
37	4	3	4	4	15	3.75
38	4	2	5	5	16	4
39	4	5	5	5	19	4.75
40	4	2	2	4	12	3

41	4	4	4	4	16	4
42	5	4	4	5	18	4.5
43	4	2	3	4	13	3.25
44	4	4	4	4	16	4
45	5	4	4	5	18	4.5
46	4	3	3	3	13	3.25
47	5	4	4	4	17	4.25
48	5	5	3	3	16	4
49	4	4	4	5	17	4.25
50	3	3	5	3	14	3.5
51	5	5	5	5	20	5
52	5	5	5	5	20	5
53	4	2	3	3	12	3
54	4	4	4	4	16	4
55	4	4	3	5	16	4
56	4	5	4	4	17	4.25
57	5	5	4	4	18	4.5
58	4	5	5	4	18	4.5
59	4	4	4	4	16	4
60	4	4	3	3	14	3.5
61	3	3	3	5	14	3.5
62	4	3	3	4	14	3.5
63	4	5	4	5	18	4.5
64	3	3	3	3	12	3
65	4	4	4	4	16	4
66	3	3	3	4	13	3.25
67	4	3	3	4	14	3.5
68	4	4	5	5	18	4.5
69	5	4	5	5	19	4.75
70	5	5	4	4	18	4.5
71	4	4	4	4	16	4
72	5	4	4	4	17	4.25
73	5	4	4	5	18	4.5
74	3	2	3	3	11	2.75
75	4	4	4	4	16	4
76	4	3	3	5	15	3.75
77	4	3	3	4	14	3.5
78	4	4	4	5	17	4.25
79	5	4	4	4	17	4.25
80	4	4	4	5	17	4.25
81	2	5	2	4	13	3.25
82	5	4	4	4	17	4.25
83	3	3	3	3	12	3
84	4	4	4	4	16	4
85	5	5	5	5	20	5

86	4	4	4	4	16	4
87	4	3	3	3	13	3.25
88	4	4	4	4	16	4
89	5	5	5	5	20	5
90	4	3	3	4	14	3.5
91	4	4	4	4	16	4
92	5	5	5	5	20	5
93	4	4	2	4	14	3.5
94	3	4	3	4	14	3.5
95	5	3	5	5	18	4.5
96	4	4	5	5	18	4.5
97	4	4	4	4	16	4
98	3	3	3	5	14	3.5
99	3	3	3	3	12	3
100	5	4	4	4	17	4.25

LOYALITAS PELANGGAN Y2						
	Y2.1	Y2.2	Y2.3	Y2.4	TOTAL Y2	Rata-rata
1	3	4	3	2	12	3
2	3	3	3	3	12	3
3	5	5	4	4	18	4.5
4	5	5	5	5	20	5
5	4	5	5	5	19	4.75
6	5	5	5	5	20	5
7	4	4	4	4	16	4
8	4	4	4	4	16	4
9	4	4	4	4	16	4
10	2	5	3	5	15	3.75
11	5	5	5	5	20	5
12	4	2	3	3	12	3
13	4	4	4	4	16	4
14	5	5	4	5	19	4.75
15	4	4	4	4	16	4
16	4	3	3	3	13	3.25
17	5	5	4	4	18	4.5
18	2	1	2	2	7	1.75
19	3	3	1	3	10	2.5
20	5	5	5	5	20	5
21	4	4	4	5	17	4.25
22	5	5	5	4	19	4.75
23	3	3	5	3	14	3.5
24	3	3	4	3	13	3.25

25	5	5	5	5	20	5
26	5	5	5	5	20	5
27	3	4	4	3	14	3.5
28	5	5	5	5	20	5
29	4	4	4	5	17	4.25
30	5	5	5	5	20	5
31	5	5	5	5	20	5
32	4	4	3	5	16	4
33	4	4	4	4	16	4
34	3	3	1	2	9	2.25
35	5	5	5	4	19	4.75
36	4	3	2	3	12	3
37	5	4	4	4	17	4.25
38	4	4	1	5	14	3.5
39	5	5	5	5	20	5
40	4	2	2	4	12	3
41	4	4	4	4	16	4
42	5	5	5	5	20	5
43	4	2	3	3	12	3
44	4	4	4	4	16	4
45	5	4	5	5	19	4.75
46	2	2	3	5	12	3
47	5	4	5	4	18	4.5
48	3	3	4	5	15	3.75
49	4	3	3	4	14	3.5
50	3	3	3	3	12	3
51	5	5	5	5	20	5
52	5	5	5	5	20	5
53	4	4	4	4	16	4
54	4	4	4	4	16	4
55	4	4	4	5	17	4.25
56	4	4	5	5	18	4.5
57	4	4	4	5	17	4.25
58	5	5	4	5	19	4.75
59	4	4	4	4	16	4
60	4	4	4	3	15	3.75
61	4	5	5	4	14	4.5
62	3	3	2	3	11	2.75
63	5	5	5	5	20	5
64	4	3	3	3	13	3.25
65	4	4	3	4	15	3.75
66	3	4	3	3	13	3.25
67	5	5	3	5	18	4.5
68	5	5	5	5	20	5
69	5	4	5	5	19	4.75

70	5	5	4	5	19	4.75
71	4	4	4	4	16	4
72	4	5	5	5	19	4.75
73	5	4	2	4	15	3.75
74	3	3	3	3	12	3
75	4	4	4	4	16	4
76	4	3	2	4	13	3.25
77	3	4	4	5	16	4
78	5	4	5	5	19	4.75
79	5	5	5	5	20	5
80	5	5	5	5	20	5
81	5	5	5	5	20	5
82	4	4	4	5	17	4.25
83	4	3	3	4	14	3.5
84	4	4	4	4	16	4
85	2	5	5	5	17	4.25
86	4	4	4	4	16	4
87	4	3	3	4	14	3.5
88	5	5	5	5	20	5
89	5	5	5	5	20	5
90	4	4	4	4	16	4
91	4	4	4	4	16	4
92	5	5	5	5	20	5
93	4	4	4	4	16	4
94	4	4	3	4	15	3.75
95	5	5	5	5	20	5
96	4	4	5	5	18	4.5
97	5	4	4	4	17	4.25
98	5	5	4	3	17	4.25
99	3	3	3	3	12	3
100	4	4	4	4	16	4

Reliabilitas dan validitas Uji 1 dan uji 2

Reliability dan validitas X1

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.922	.928	20

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	3.986	3.170	4.390	1.220	1.385	.120	20

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	75.4000	120.687	.517	.508	.920
X1.2	75.8900	119.089	.542	.439	.920
X1.3	75.8100	118.095	.631	.595	.918
X1.4	75.5700	118.955	.598	.579	.919
X1.5	75.3600	119.021	.542	.474	.920
X1.6	75.8200	118.452	.430	.411	.923
X1.7	75.4200	116.610	.651	.635	.917
X1.8	75.6100	119.957	.552	.464	.919
X1.9	75.6200	117.814	.680	.604	.917
X1.10	76.4400	111.926	.630	.838	.918
X1.11	76.5500	114.311	.541	.818	.921
X1.12	76.2500	113.018	.583	.554	.920
X1.13	75.7100	116.067	.681	.735	.917
X1.14	75.5300	117.423	.690	.769	.917
X1.15	75.4500	117.684	.684	.677	.917
X1.16	75.4900	118.192	.596	.568	.918
X1.17	75.3300	118.728	.643	.632	.918
X1.18	75.6400	117.162	.669	.720	.917
X1.19	75.9100	117.093	.579	.666	.919
X1.20	75.8800	118.511	.543	.584	.920

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
79.7200	129.598	11.38409	20

Reliability dan validitas X2**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.925	.927	16

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	4.064	3.760	4.550	.790	1.210	.063	16

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	60.4800	80.757	.628	.600	.920
X2.2	60.5500	81.098	.565	.654	.922
X2.3	60.6600	80.328	.621	.548	.920
X2.4	60.9200	80.014	.570	.461	.922
X2.5	60.9000	78.455	.736	.660	.917
X2.6	60.9400	80.037	.595	.618	.921
X2.7	61.2700	78.765	.592	.597	.921
X2.8	61.2100	78.329	.651	.708	.919
X2.9	61.2200	78.416	.617	.633	.921
X2.10	60.8400	78.843	.746	.666	.917
X2.11	60.9900	78.434	.747	.669	.917
X2.12	61.2100	77.420	.658	.667	.919
X2.13	61.0300	78.736	.677	.653	.919
X2.14	60.8300	79.254	.710	.648	.918
X2.15	61.1500	79.280	.582	.566	.922
X2.16	61.2500	79.664	.512	.572	.924

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
65.0300	89.706	9.47133	16

Reliability dan validitas Y1**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.792	.796	4

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	3.952	3.740	4.200	.460	1.123	.050	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1.1	11.7300	4.341	.583	.363	.754
Y1.2	12.0200	3.717	.553	.329	.772
Y1.3	12.0700	3.399	.712	.508	.680
Y1.4	11.6100	4.180	.587	.363	.749

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
15.8100	6.499	2.54929	4

Reliability dan validitas Y2**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.858	.860	4

Inter-Item Correlation Matrix

	Y2.1	Y2.2	Y2.3	Y2.4
Y2.1	1.000	.643	.541	.513
Y2.2	.643	1.000	.693	.646
Y2.3	.541	.693	1.000	.600
Y2.4	.513	.646	.600	1.000

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y2.1	12.2500	5.785	.646	.439	.842
Y2.2	12.3300	5.052	.790	.624	.782
Y2.3	12.4600	4.716	.716	.529	.819
Y2.4	12.1900	5.590	.679	.470	.829

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
16.4100	8.972	2.99527	4

MODEL I

REGRESSION Model 1

```

/MISSING LISTWISE
/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
/NOORIGIN
/DEPENDENT Y1
/METHOD=ENTER X1 X2.

```

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Bauran Pemasaran, Kualitas Layanan ^b		Enter

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.751 ^a	.565	.556	.42478

a. Predictors: (Constant), Bauran Pemasaran, Kualitas Layanan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	22.709	2	11.355	62.929	.000 ^b
	Residual	17.502	97	.180		
	Total	40.212	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan
b. Predictors: (Constant), Bauran Pemasaran, Kualitas Layanan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.513	.313		1.640	.104
	Kualitas Layanan	.268	.133	.240	2.023	.046
	Bauran Pemasaran	.583	.127	.542	4.572	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

MODEL II

REGRESSION Model 2

```

/MISSING LISTWISE
/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
/NOORIGIN
/DEPENDENT Y2
/METHOD=ENTER X1 X2 Y1.

```

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kepuasan Pelanggan, Kualitas Layanan , Bauran Pemasaran ^b		Enter

- a. Dependent Variable: Loyalitas Kepalanggan
b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.743 ^a	.552	.538	.50911

- a. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan, Kualitas Layanan , Bauran Pemasaran

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	30.629	3	10.210	39.390	.000 ^b
	Residual	24.883	96	.259		
	Total	55.512	99			

- a. Dependent Variable: Loyalitas Kepalanggan

- b. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan, Kualitas Layanan , Bauran Pemasaran

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.471	.380		1.237	.219
	Kualitas Layanan	-.222	.162	-.169	-1.371	.174
	Bauran Pemasaran	.491	.168	.388	2.916	.004
	Kepuasan Pelanggan	.638	.122	.543	5.242	.000

- a. Dependent Variable: Loyalitas Kepalanggan