



DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. (2007). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Ang. L. & Buttle. F. (2006). Customer Retention Management Processes: A Quantitative Study. *European Journal of Marketing*, Vol. 40, pp. 1.
- APJII. (2018). *Pengguna Internet di Indonesia Tembus 63 Juta*. Retrieved from APJII: <http://www.apjii.or.id/v2/index.php/read/article/apjii-at-media/133/2012-pengguna-internet-di-indonesiatembus-63-juta.html>
- Aria, P. (2018). *Shopee Catatkan Transaksi RP59 Triliun, 40% dari Indonesia*. Retrieved from Katadata: <http://katadata.co.id/shopee-catatkan-transaksi-rp-59-triliun-40-dari-indonesia>
- Azhari, M. I., Fanani, D., & Mawardi, M. (2015). Pengaruh Customer Experience Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan: Survei Pada Pelanggan KFC Kawi Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 28, No. 1, pp. 143-148.
- Buttle, F. (2004). *CRM: Concepts and Tools*. Amsterdam: Elvier.
- Databooks. (2018). *Pertumbuhan Pengguna Internet Berdasarkan Negara*. Retrieved from Katadata Indonesia: <http://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/05/22/pertumbuhan-pengguna-internet-indonesia-nomor-1-di-dunia>
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen Edisi Lima*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Franco, D. C., & S, Bulomine Regi. (2016). Advantages And Challenges Of E-Commerce Customers And Businesses: In Indian Perspective. *International Journal of Research-Granthaalayah*, Vol. 4, No. 3, pp. 1-2.
- Griffin, J. (2003). *Customer Loyalty - Menumbuhkan dan Mempertahankan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Handayani, N. U., & Aprilia, Z. (2015). Pengaruh Customer Experience Terhadap Purchase Intention Pada KFC Semarang. *Seminar Nasional IENACO*, pp. 1.
- Irmawati, D. (2011). Pemanfaatan E-commerce Dalam Dunia Bisnis. *Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis – ISSN: 2085-1375 Edisi Ke-VI*, pp. 3.
- Irmawati, D. (2011). Pemanfaatan E-Commerce Dalam Dunia Bisnis. *Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis – ISSN: 2085-1375 Edisi Ke-VI*, pp. 95.



- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management 14th*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P., Burton, S., Deans, K., Brown, L., & Armstrong, G. (2013). *Marketing 9th Edition*. Australia: Pearson.
- Mariaji, W. (2014). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Compact Disc (CD) Di Surabaya. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*, Vol. 3, No. 8, pp. 1.
- Marketeers. (2018). *Lima Langkah Membangun Customer Experience*. Retrieved from Marketeers: <http://www.marketeers.com>
- Nasermoadeli, A., Ling, K. C., & Maghnati, F. (2013). Evaluating the Impacts of Customer Experience on Purchase Intention. *International Journal of Business and Management*, Vol. 8, No. 6, pp. 2.
- Parawansa, D. A., Awal, M., & Maming, J. (2018). Effect Of Brand Image And Product Quality To Customer . *Hasanuddin Journal of Applied Business and Entrepreneurship*, Vol. 1, No. 3, pp. 8.
- Parawansa, Dian A.S. (2017). A Moderating Effect of Commitment and Customers' Satisfaction on the Effect of Service Quality to the Customers' Perpetuation in People's Credit Bank (Bank Perkreditan Rakyat/BPR) in Makassar. *International Journal of Economic Research*, Vol. 14, No. 2, pp. 8.
- Pranoto, Roberto Gunawan., & Hartono Subagio, S. M. (2015). Analisa Pengaruh Customer Experience Terhadap Customer Satisfaction Pada Konsumen Di Rosetta's Cafe & Resto Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra* , pp. 2.
- Qonitat, N. N., Suyadi, I., & Sunarti. (2018). Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Switching Barrie, dan Kepercayaan Merek Terhadap Customer Retention (Survei Pada Mahasiswa S1 Universitas Brawijaya Pelanggan Produk Merek Wardah) . *Jurnal Administrasi Bisnis*, pp. 9.
- Rahmidani, R. (2015). Penggunaan E-Commerce Dalam Bisnis Sebagai Sumber Keunggulan Bersaing Perusahaan. *Seminar Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi (SNEMA) Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang*, pp. 5-6.
- Rahmidani, R. (2015). Penggunaan E-Commerce Dalam Bisnis Sebagai Sumber Keunggulan Bersaing Perusahaan. *Seminar Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi (SNEMA) Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang*, pp. 3.
- Senjaya, V., Samuel, H., & Dharmayanti, D. (2013). Pengaruh Customer Experience Quality Terhadap Customer Satisfaction & Customer Loyalty Di Kafe Excelso Tunjungan Plaza Surabaya: Perspektif B2C. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. pp. 12.



- Shahriari, S., Shahriari, M., & Gheiji, S. (2015). E-commerce and It Impacts on Global Trend and Market. *International Journal of Research – Granthaalayah*, Vol. 3, No. 4, pp. 3.
- Shahriari, S., Shahriari, M., & Gheiji, S. (2015). E-Commerce And It Impacts On Global Trend And Market. *International Journal of Research-Granthaalayah*, Vol. 3, pp. 3.
- Shopee. (2018). *Tentang Kami*. Retrieved from Shopee: <https://careers.shopee.co.id/about/>
- Sorooshian, S., Salimi, M., Salehi, M., & dkk. (2013). Customer Experience About Service Quality In Online Environment: A Case of Iran. *Procedia-Social and Behavioral Science*, pp. 1.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung: Alfabeta.
- Syafruddin, C. (2003). *Relationship Marketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Tiro, A. M., & Sukarna, A. (2010). *Analisis Jalur*. Makassar: Andira Publisher.
- Tjiptono, F., & Candra, G. (2009). *Service, Quality, and Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Warta, M. (2018). *Belanja Online di Shopee Meningkatkan Lima Kali Lipat*. Retrieved from TEMPO: <http://bisnis.tempo.co/belanja-online-di-shopee-meningkat-lima-kali-lipat>
- Wijanarko, Y. (2018). *Tokopedia Rajai Persaingan E-Commerce Indonesia Kuartal III Tahun 2018*. Retrieved from Pikiran Rakyat: 23. <https://www.pikiran-rakyat.com/ekonomi/2018/10/19/tokopedia-rajai-persaingan-e-commerce-indonesia-kuartal-iii-tahun-2018-431875>
- Yusra, Y. (2018). *Mengungkap Layanan E-commerce Terpopuler di Indonesia*. Retrieved from DailySocial.id: <https://dailysocial.id/post/mengungkap-layanan-e-commerce-terpopuler-di-indonesia>



LAMPIRAN



Lampiran 1:

Data Personal

Astiti Nurul Azizah
Perempuan
Islam
Warga Negara Indonesia
Lahir di Ujung Pandang, 8
Juli 1997
Golongan darah: O
Tinggi: 162cm, Berat: 58kg
Tidak mempunyai cacat
fisik
Belum Menikah

Alamat

Jln. Kakatua II No.80,
Makassar

Kontak

astitinurulazizah@gmail.com

RIWAYAT HIDUP

PENDIDIKAN

S1 Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Hasanuddin



RIWAYAT PENDIDIKAN

Tahun	Sekolah/Universitas
2002-2003	TK Swasta Semen Tonasa 2, Sulawesi Selatan
2003-2009	SD Swasta Semen Tonasa 2, Sulawesi Selatan
2009-2012	SMPN 2 Pangkajene, Sulawesi Selatan
2012-2015	SMAN 2 Pangkajene, Sulawesi Selatan
2015-sekarang	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin, Sulawesi Selatan

PENGALAMAN ORGANISASI

Tahun	Nama Organisasi	Jabatan
Sejak 2015	Ikatan Mahasiswa Manajemen (IMMAJ) FEB Universitas Hasanuddin	anggota
2017-2018	Ikatan Mahasiswa Manajemen (IMMAJ) FEB Universitas Hasanuddin	Pengurus (Management Development/MD Department)



Lampiran 2: Kuesioner

DAFTAR PERTANYAAN KUISIONER

Kepada Yth:

Saudara/i

Mahasiswa FEB UH

Di Tempat,

Dengan hormat,

Sehubungan dengan penyusunan skripsi pada Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin yang berjudul “Pengaruh *Customer Experience* dan *Customer Satisfaction* terhadap *Customer Retention* Pada Pengguna Shopee (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin)”, saya:

Nama : Astiti Nurul Azizah

NIM : A21115518

Memohon kesediaan saudara/i mahasiswa untuk mengisi kuesioner yang saya ajukan ini sesuai dengan pengalaman Anda dalam melakukan pembelian melalui aplikasi Shopee.

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk mempelajari permasalahan yang berhubungan dengan keputusan pembelian. Segala informasi yang Anda berikan akan dijamin kerahasiaannya dan hanya untuk kepentingan akademis. Atas kesediaannya saya ucapkan terima kasih.

Peneliti,

Astiti Nurul Azizah

A21115518



Identitas Responden

- Nama :
- Jurusan : a. Ilmu Ekonomi
b. Manajemen
c. Akuntansi
- Angkatan : a. 2015
b. 2016
c. 2017
d. 2018
- Usia : a. <18 Tahun
b. 19-22 Tahun
c. > 22 Tahun

Apakah Anda pernah melakukan pembelian menggunakan Shopee dalam satu tahun terakhir?

- a. Ya
b. Tidak

Petunjuk Pengisian :

Pilihlah pernyataan dibawah ini sesuai dengan pengalaman Anda mengenai kosmetik Wardah dengan memberikan tanda centang (√) pada kolom yang tersedia dengan keterangan:

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

N: Netral

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju



Pernyataan

“Pengaruh *Customer Experience* dan *Customer Satisfaction* Terhadap *Customer Retention* Pada Pengguna *Shopee*”

1. *Customer Experience* (X1)

NO	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1.1	Anda senang dengan pengalaman berbelanja melalui <i>Shopee</i>					
1.2	Anda berbagi pengalaman berbelanja melalui <i>Shopee</i> dengan orang lain					
1.3	Anda puas dengan layanan yang diberikan oleh <i>Shopee</i>					
1.4.	Anda memiliki ketertarikan untuk membeli produk lain melalui <i>Shopee</i>					

2. *Customer Satisfaction* (X2)

NO	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
2.1	Anda memiliki pengalaman yang positif dari waktu ke waktu selama berbelanja melalui <i>Shopee</i>					
2.2	Anda tidak memiliki keluhan selama berbelanja melalui <i>Shopee</i>					
2.3	Harapan anda saat berbelanja melalui <i>Shopee</i> terlampaui					
2.4	Anda merasa senang dengan layanan yang diberikan <i>Shopee</i>					



3. *Customer Retention* (Y)

NO	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
3.1.	Anda memiliki keinginan untuk meningkatkan frekuensi transaksi melalui <i>Shopee</i>					
3.2	Anda melakukan pembelian secara teratur melalui <i>Shopee</i>					
3.3	Anda tidak mudah terpicat akan penawaran yang diberikan oleh <i>e-commerce</i> lain					
3.4	Anda akan merekomendasikan kepada orang lain untuk berbelanja melalui <i>Shopee</i>					



Lampiran 3: Data Identitas dan Jawaban Responden

No Responden	Departemen	Angkatan	Usia	YA/TIDAK
1	Manajemen	2015	19 – 22 Tahun	Ya
2	Manajemen	2015	19 – 22 Tahun	Ya
3	Akuntansi	2015	19 - 22 Tahun	Ya
4	Manajemen	2015	19 - 22 Tahun	Ya
5	Manajemen	2015	> 22 Tahun	Ya
6	Manajemen	2016	19 - 22 Tahun	Ya
7	Manajemen	2016	19 - 22 Tahun	Ya
8	Manajemen	2016	19 - 22 Tahun	Ya
9	Manajemen	2016	19 - 22 Tahun	Ya
10	Manajemen	2016	19 - 22 Tahun	Ya
11	Manajemen	2017	19 - 22 Tahun	Ya
12	Manajemen	2015	19 - 22 Tahun	Ya
13	Manajemen	2018	19 - 22 Tahun	Ya
14	Manajemen	2016	19 - 22 Tahun	Ya
15	Manajemen	2016	19 - 22 Tahun	Ya
16	Akuntansi	2015	19 - 22 Tahun	Ya
17	Manajemen	2018	19 - 22 Tahun	Ya
18	Akuntansi	2015	19 - 22 Tahun	Ya
19	Manajemen	2016	19 - 22 Tahun	Ya
20	Manajemen	2018	< 18 Tahun	Ya
21	Manajemen	2015	19 - 22 Tahun	Ya
22	Manajemen	2015	19 - 22 Tahun	Ya
23	Manajemen	2015	19 - 22 Tahun	Ya
24	Manajemen	2018	19 - 22 Tahun	Ya
25	Manajemen	2018	< 18 Tahun	Ya
26	Manajemen	2018	19 - 22 Tahun	Ya
27	Manajemen	2015	19 - 22 Tahun	Ya
28	Manajemen	2018	< 18 Tahun	Ya
29	Manajemen	2018	< 18 Tahun	Ya
30	Manajemen	2015	19 - 22 Tahun	Ya
31	Manajemen	2016	19 - 22 Tahun	Ya
32	Manajemen	2016	19 - 22 Tahun	Ya
33	Ilmu Ekonomi	2015	19 - 22 Tahun	Ya
34	Ilmu Ekonomi	2015	19 - 22 Tahun	Ya
35	Manajemen	2016	19 - 22 Tahun	Ya
36	Ilmu Ekonomi	2015	19 - 22 Tahun	Ya
37	Manajemen	2018	< 18 Tahun	Ya
38	Akuntansi	2018	< 18 Tahun	Ya
39	Manajemen	2017	19 - 22 Tahun	Ya
40	Manajemen	2018	< 18 Tahun	Ya



No Responden	Departemen	Angkatan	Usia	YA/TIDAK
41	Manajemen	2015	19 - 22 Tahun	Ya
42	Manajemen	2017	19 - 22 Tahun	Ya
43	Manajemen	2017	19 - 22 Tahun	Ya
44	Manajemen	2017	19 - 22 Tahun	Ya
45	Manajemen	2017	19 - 22 Tahun	Ya
46	Manajemen	2016	19 - 22 Tahun	Ya
47	Manajemen	2017	19 - 22 Tahun	Ya
48	Manajemen	2017	19 - 22 Tahun	Ya
49	Manajemen	2015	19 - 22 Tahun	Ya
50	Manajemen	2015	19 - 22 Tahun	Ya
51	Manajemen	2018	19 - 22 Tahun	Ya
52	Manajemen	2015	19 - 22 Tahun	Ya
53	Akuntansi	2015	19 - 22 Tahun	Ya
54	Manajemen	2015	19 - 22 Tahun	Ya
55	Manajemen	2015	19 - 22 Tahun	Ya
56	Manajemen	2017	19 - 22 Tahun	Ya
57	Manajemen	2015	19 - 22 Tahun	Ya
58	Manajemen	2015	19 - 22 Tahun	Ya
59	Manajemen	2017	< 18 Tahun	Ya
60	Ilmu Ekonomi	2016	19 - 22 Tahun	Ya
61	Manajemen	2017	19 - 22 Tahun	Ya
62	Manajemen	2017	< 18 Tahun	Ya
63	Manajemen	2017	19 - 22 Tahun	Ya
64	Manajemen	2017	< 18 Tahun	Ya
65	Manajemen	2017	19 - 22 Tahun	Ya
66	Manajemen	2018	19 - 22 Tahun	Ya
67	Manajemen	2017	19 - 22 Tahun	Ya
68	Manajemen	2017	19 - 22 Tahun	Ya
69	Akuntansi	2015	19 - 22 Tahun	Ya
70	Akuntansi	2016	19 - 22 Tahun	Ya
71	Manajemen	2015	19 - 22 Tahun	Ya
72	Manajemen	2018	< 18 Tahun	Ya
73	Akuntansi	2018	19 - 22 Tahun	Ya
74	Manajemen	2016	19 - 22 Tahun	Ya
75	Manajemen	2016	19 - 22 Tahun	Ya
76	Manajemen	2015	19 - 22 Tahun	Ya
77	Akuntansi	2017	19 - 22 Tahun	Ya
78	Ilmu Ekonomi	2015	19 - 22 Tahun	Ya
79	Manajemen	2016	19 - 22 Tahun	Ya
80	Ilmu Ekonomi	2016	19 - 22 Tahun	Ya
81	Ilmu Ekonomi	2016	19 - 22 Tahun	Ya



No Responden	Departemen	Angkatan	Usia	YA/TIDAK
82	Akuntansi	2015	19 - 22 Tahun	Ya
83	Manajemen	2017	19 - 22 Tahun	Ya
84	Manajemen	2017	19 - 22 Tahun	Ya
85	Ilmu Ekonomi	2016	19 - 22 Tahun	Ya
86	Ilmu Ekonomi	2016	19 - 22 Tahun	Ya
87	Ilmu Ekonomi	2016	19 - 22 Tahun	Ya
88	Manajemen	2016	19 - 22 Tahun	Ya
89	Ilmu Ekonomi	2017	19 - 22 Tahun	Ya
90	Manajemen	2015	19 - 22 Tahun	Ya
91	Akuntansi	2015	19 - 22 Tahun	Ya
92	Manajemen	2018	19 - 22 Tahun	Ya
93	Ilmu Ekonomi	2016	19 - 22 Tahun	Ya
94	Ilmu Ekonomi	2016	19 - 22 Tahun	Ya
95	Manajemen	2017	19 - 22 Tahun	Ya
96	Akuntansi	2018	19 - 22 Tahun	Ya
97	Akuntansi	2018	19 - 22 Tahun	Ya
98	Manajemen	2017	19 - 22 Tahun	Ya
99	Manajemen	2015	19 - 22 Tahun	Ya
100	Akuntansi	2015	19 - 22 Tahun	Ya
101	Manajemen	2016	19 - 22 Tahun	Ya
102	Manajemen	2018	19 - 22 Tahun	Ya
103	Akuntansi	2015	19 - 22 Tahun	Ya
104	Manajemen	2016	19 - 22 Tahun	Ya
105	Manajemen	2015	19 - 22 Tahun	Ya
106	Akuntansi	2015	19 - 22 Tahun	Ya
107	Akuntansi	2015	19 - 22 Tahun	Ya
108	Manajemen	2017	< 18 Tahun	Ya
109	Ilmu Ekonomi	2015	19 - 22 Tahun	Ya
110	Akuntansi	2015	19 - 22 Tahun	Ya
111	Akuntansi	2015	19 - 22 Tahun	Ya
112	Akuntansi	2015	19 - 22 Tahun	Ya
113	Manajemen	2015	19 - 22 Tahun	Ya
114	Manajemen	2016	19 - 22 Tahun	Ya
115	Manajemen	2015	19 - 22 Tahun	Ya
116	Manajemen	2016	19 - 22 Tahun	Ya
117	Manajemen	2015	19 - 22 Tahun	Ya
118	Akuntansi	2015	19 - 22 Tahun	Ya
119	Akuntansi	2015	19 - 22 Tahun	Ya
120	Akuntansi	2015	19 - 22 Tahun	Ya
121	Manajemen	2015	19 - 22 Tahun	Ya
122	Manajemen	2017	19 - 22 Tahun	Ya



No Responden	Departemen	Angkatan	Usia	YA/TIDAK
123	Ilmu Ekonomi	2015	19 - 22 Tahun	Ya
124	Manajemen	2016	19 - 22 Tahun	Ya
125	Akuntansi	2015	19 - 22 Tahun	Ya
126	Ilmu Ekonomi	2015	19 - 22 Tahun	Ya
127	Manajemen	2015	19 - 22 Tahun	Ya
128	Manajemen	2015	19 - 22 Tahun	Ya
129	Akuntansi	2015	19 - 22 Tahun	Ya
130	Ilmu Ekonomi	2015	19 - 22 Tahun	Ya
131	Akuntansi	2015	19 - 22 Tahun	Ya
132	Akuntansi	2015	19 - 22 Tahun	Ya
133	Manajemen	2016	19 - 22 Tahun	Ya
134	Akuntansi	2017	19 - 22 Tahun	Ya
135	Ilmu Ekonomi	2017	19 - 22 Tahun	Ya
136	Ilmu Ekonomi	2017	19 - 22 Tahun	Ya
137	Akuntansi	2017	19 - 22 Tahun	Ya
138	Ilmu Ekonomi	2017	19 - 22 Tahun	Ya
139	Ilmu Ekonomi	2017	19 - 22 Tahun	Ya
140	Akuntansi	2017	19 - 22 Tahun	Ya
141	Akuntansi	2017	19 - 22 Tahun	Ya
142	Ilmu Ekonomi	2017	19 - 22 Tahun	Ya
143	Ilmu Ekonomi	2018	< 18 Tahun	Ya
144	Ilmu Ekonomi	2017	19 - 22 Tahun	Ya
145	Ilmu Ekonomi	2017	19 - 22 Tahun	Ya
146	Ilmu Ekonomi	2017	19 - 22 Tahun	Ya
147	Ilmu Ekonomi	2017	19 - 22 Tahun	Ya
148	Ilmu Ekonomi	2017	19 - 22 Tahun	Ya
149	Ilmu Ekonomi	2017	19 - 22 Tahun	Ya
150	Ilmu Ekonomi	2017	19 - 22 Tahun	Ya
151	Ilmu Ekonomi	2017	19 - 22 Tahun	Ya
152	Manajemen	2018	< 18 Tahun	Ya
153	Akuntansi	2017	19 - 22 Tahun	Ya
154	Ilmu Ekonomi	2017	19 - 22 Tahun	Ya
155	Manajemen	2018	< 18 Tahun	Ya
156	Manajemen	2018	< 18 Tahun	Ya
157	Akuntansi	2017	19 - 22 Tahun	Ya
158	Akuntansi	2017	19 - 22 Tahun	Ya
159	Ilmu Ekonomi	2017	19 - 22 Tahun	Ya
160	Akuntansi	2017	19 - 22 Tahun	Ya
161	Ilmu Ekonomi	2017	19 - 22 Tahun	Ya
162	Akuntansi	2017	19 - 22 Tahun	Ya
163	Ilmu Ekonomi	2017	19 - 22 Tahun	Ya



No Responden	Departemen	Angkatan	Usia	YA/TIDAK
164	Ilmu Ekonomi	2017	19 - 22 Tahun	Ya
165	Ilmu Ekonomi	2017	19 - 22 Tahun	Ya
166	Ilmu Ekonomi	2017	19 - 22 Tahun	Ya
167	Manajemen	2018	< 18 Tahun	Ya
168	Ilmu Ekonomi	2017	19 - 22 Tahun	Ya
169	Manajemen	2015	19 - 22 Tahun	Ya
170	Akuntansi	2015	19 - 22 Tahun	Ya
171	Ilmu Ekonomi	2015	> 22 Tahun	Ya
172	Ilmu Ekonomi	2015	19 - 22 Tahun	Ya
173	Akuntansi	2015	> 22 Tahun	Ya
174	Ilmu Ekonomi	2015	19 - 22 Tahun	Ya
175	Ilmu Ekonomi	2015	19 - 22 Tahun	Ya
176	Ilmu Ekonomi	2015	19 - 22 Tahun	Ya
177	Akuntansi	2015	19 - 22 Tahun	Ya
178	Ilmu Ekonomi	2015	19 - 22 Tahun	Ya
179	Manajemen	2015	19 - 22 Tahun	Ya
180	Manajemen	2015	19 - 22 Tahun	Ya
181	Ilmu Ekonomi	2015	19 - 22 Tahun	Ya
182	Manajemen	2018	< 18 Tahun	Ya
183	Manajemen	2018	< 18 Tahun	Ya
184	Akuntansi	2015	19 - 22 Tahun	Ya
185	Ilmu Ekonomi	2015	19 - 22 Tahun	Ya
186	Akuntansi	2015	19 - 22 Tahun	Ya
187	Manajemen	2016	19 - 22 Tahun	Ya
188	Manajemen	2016	19 - 22 Tahun	Ya
189	Manajemen	2016	19 - 22 Tahun	Ya
190	Ilmu Ekonomi	2015	> 22 Tahun	Ya
191	Manajemen	2015	19 - 22 Tahun	Ya
192	Akuntansi	2015	19 - 22 Tahun	Ya
193	Manajemen	2015	19 - 22 Tahun	Ya
194	Akuntansi	2015	19 - 22 Tahun	Ya
195	Manajemen	2015	19 - 22 Tahun	Ya
196	Manajemen	2015	19 - 22 Tahun	Ya
197	Akuntansi	2015	19 - 22 Tahun	Ya
198	Manajemen	2016	19 - 22 Tahun	Ya
199	Manajemen	2017	19 - 22 Tahun	Ya
200	Manajemen	2015	19 - 22 Tahun	Ya
201	Manajemen	2015	19 - 22 Tahun	Ya
202	Manajemen	2015	19 - 22 Tahun	Ya
203	Akuntansi	2015	19 - 22 Tahun	Ya
204	Manajemen	2018	< 18 Tahun	Ya



No Responden	Departemen	Angkatan	Usia	YA/TIDAK
205	Manajemen	2018	< 18 Tahun	Ya
206	Manajemen	2018	< 18 Tahun	Ya
207	Manajemen	2018	< 18 Tahun	Ya
208	Manajemen	2018	< 18 Tahun	Ya
209	Manajemen	2018	< 18 Tahun	Ya
210	Manajemen	2018	< 18 Tahun	Ya
211	Manajemen	2018	< 18 Tahun	Ya
212	Akuntansi	2017	19 - 22 Tahun	Ya
213	Ilmu Ekonomi	2017	19 - 22 Tahun	Ya
214	Ilmu Ekonomi	2017	19 - 22 Tahun	Ya
215	Akuntansi	2017	19 - 22 Tahun	Ya
216	Manajemen	2018	19 - 22 Tahun	Ya
217	Akuntansi	2015	19 - 22 Tahun	Ya
218	Manajemen	2018	< 18 Tahun	Ya
219	Akuntansi	2015	19 - 22 Tahun	Ya
220	Ilmu Ekonomi	2017	19 - 22 Tahun	Ya
221	Akuntansi	2017	19 - 22 Tahun	Ya
222	Akuntansi	2015	19 - 22 Tahun	Ya
223	Manajemen	2015	19 - 22 Tahun	Ya
224	Akuntansi	2015	19 - 22 Tahun	Ya
225	Akuntansi	2015	19 - 22 Tahun	Ya
226	Manajemen	2018	< 18 Tahun	Ya
227	Manajemen	2018	< 18 Tahun	Ya
228	Akuntansi	2017	19 - 22 Tahun	Ya
229	Akuntansi	2017	19 - 22 Tahun	Ya
230	Manajemen	2018	< 18 Tahun	Ya
231	Manajemen	2018	< 18 Tahun	Ya
232	Akuntansi	2017	19 - 22 Tahun	Ya
233	Manajemen	2017	19 - 22 Tahun	Ya
234	Ilmu Ekonomi	2017	19 - 22 Tahun	Ya
235	Akuntansi	2017	19 - 22 Tahun	Ya
236	Manajemen	2015	19 - 22 Tahun	Ya
237	Manajemen	2015	19 - 22 Tahun	Ya
238	Manajemen	2015	19 - 22 Tahun	Ya
239	Ilmu Ekonomi	2015	19 - 22 Tahun	Ya
240	Manajemen	2015	19 - 22 Tahun	Ya
241	Manajemen	2017	19 - 22 Tahun	Ya
242	Manajemen	2017	19 - 22 Tahun	Ya
243	Manajemen	2015	19 - 22 Tahun	Ya
244	Akuntansi	2015	19 - 22 Tahun	Ya
245	Akuntansi	2015	19 - 22 Tahun	Ya



No Responden	Departemen	Angkatan	Usia	YA/TIDAK
246	Ilmu Ekonomi	2015	19 - 22 Tahun	Ya
247	Manajemen	2017	19 - 22 Tahun	Ya
248	Akuntansi	2017	19 - 22 Tahun	Ya
249	Ilmu Ekonomi	2017	19 - 22 Tahun	Ya
250	Ilmu Ekonomi	2017	19 - 22 Tahun	Ya
251	Manajemen	2016	19 - 22 Tahun	Ya
252	Manajemen	2016	19 - 22 Tahun	Ya
253	Manajemen	2016	19 - 22 Tahun	Ya
254	Manajemen	2016	19 - 22 Tahun	Ya
255	Manajemen	2016	19 - 22 Tahun	Ya
256	Manajemen	2016	19 - 22 Tahun	Ya
257	Manajemen	2016	19 - 22 Tahun	Ya
258	Ilmu Ekonomi	2017	19 - 22 Tahun	Ya
259	Manajemen	2016	19 - 22 Tahun	Ya
260	Akuntansi	2016	19 - 22 Tahun	Ya
261	Manajemen	2016	19 - 22 Tahun	Ya
262	Ilmu Ekonomi	2015	19 - 22 Tahun	Ya
263	Manajemen	2016	19 - 22 Tahun	Ya
264	Ilmu Ekonomi	2015	19 - 22 Tahun	Ya
265	Ilmu Ekonomi	2015	19 - 22 Tahun	Ya
266	Ilmu Ekonomi	2015	19 - 22 Tahun	Ya
267	Akuntansi	2015	19 - 22 Tahun	Ya
268	Ilmu Ekonomi	2015	19 - 22 Tahun	Ya
269	Ilmu Ekonomi	2015	19 - 22 Tahun	Ya
270	Ilmu Ekonomi	2015	19 - 22 Tahun	Ya
271	Ilmu Ekonomi	2015	19 - 22 Tahun	Ya
272	Akuntansi	2015	19 - 22 Tahun	Ya
273	Akuntansi	2015	19 - 22 Tahun	Ya
274	Akuntansi	2015	19 - 22 Tahun	Ya
275	Akuntansi	2015	19 - 22 Tahun	Ya



No Responden	Customer Experience (X1)					Customer Satisfaction (X2)					Customer Retention (Y)				
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total X1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Total X2	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Total Y
1	4	5	4	4	17	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
2	4	4	5	5	18	3	4	4	4	15	3	3	3	4	13
3	4	2	3	4	13	4	4	3	4	15	2	1	2	2	7
4	4	4	3	4	15	4	2	4	3	13	4	3	3	4	14
5	4	4	3	4	15	3	2	3	3	11	3	2	4	3	12
6	5	3	4	4	16	5	5	4	5	19	4	2	4	4	14
7	4	4	5	4	17	4	5	3	4	16	3	3	2	4	12
8	4	3	4	4	15	3	3	4	4	14	3	3	3	4	13
9	4	3	3	4	14	4	3	2	4	13	4	2	3	3	12
10	4	3	4	4	15	4	3	3	4	14	3	3	2	3	11
11	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	4	4	3	5	16
12	4	3	4	5	16	4	3	3	4	14	5	2	2	4	13
13	4	3	4	4	15	4	2	4	4	14	4	2	2	4	12
14	4	5	5	5	19	5	5	5	5	20	4	3	3	5	15
15	5	5	5	5	20	4	4	5	5	18	5	4	4	5	18
16	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	4	5	5	5	19



No Responden	Customer Experience (X1)					Customer Satisfaction (X2)					Customer Retention (Y)				
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total X1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Total X2	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Total Y
17	5	2	4	5	16	5	5	5	5	20	5	2	5	5	17
18	4	2	4	5	15	4	2	3	4	13	2	2	2	4	10
19	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	3	2	4	5	14
20	4	3	3	4	14	5	4	4	4	17	4	2	4	4	14
21	4	4	4	4	16	4	3	4	4	15	4	3	4	4	15
22	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	3	4	15
23	4	2	4	5	15	4	3	4	4	15	3	1	3	4	11
24	4	3	5	5	17	5	5	4	3	17	5	3	3	4	15
25	4	4	4	5	17	3	3	4	4	14	4	2	4	3	13
26	5	3	5	5	18	5	3	4	5	17	4	4	3	4	15
27	4	4	4	3	15	4	3	3	4	14	4	3	3	4	14
28	3	3	4	4	14	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
29	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
30	4	5	5	3	17	4	4	4	4	16	4	3	3	4	14
31	4	4	4	4	16	4	2	4	4	14	3	3	3	4	13
32	4	4	4	4	16	4	3	4	4	15	4	3	3	4	14
33	4	4	4	4	16	4	2	4	4	14	4	2	4	4	14



No Responden	Customer Experience (X1)					Customer Satisfaction (X2)					Customer Retention (Y)				
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total X1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Total X2	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Total Y
34	3	2	4	5	14	4	4	4	4	16	4	4	3	5	16
35	4	4	4	4	16	4	4	4	5	17	4	4	3	4	15
36	4	4	4	4	16	4	4	3	4	15	4	2	4	4	14
37	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
38	5	5	5	4	19	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
39	5	5	5	5	20	5	4	5	5	19	5	3	5	5	18
40	4	4	4	4	16	4	3	4	4	15	3	2	4	4	13
41	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	3	3	3	4	13
42	4	3	3	4	14	4	3	3	3	13	3	3	3	3	12
43	4	5	4	4	17	5	3	3	4	15	3	1	4	5	13
44	4	2	4	4	14	3	5	4	4	16	5	2	3	4	14
45	5	4	4	4	17	4	4	4	4	16	4	3	3	4	14
46	4	4	4	4	16	2	2	2	4	10	2	2	4	3	11
47	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	3	4	4	15
48	4	5	4	5	18	4	3	3	3	13	3	2	3	3	11
49	4	3	5	5	17	5	4	4	4	17	4	3	2	3	12
50	4	4	4	4	16	4	4	3	4	15	4	4	3	4	15



No Responden	Customer Experience (X1)					Customer Satisfaction (X2)					Customer Retention (Y)				
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total X1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Total X2	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Total Y
51	5	5	4	5	19	4	3	4	4	15	3	3	2	5	13
52	5	5	5	5	20	5	5	4	5	19	4	4	4	4	16
53	5	1	5	5	16	5	5	5	5	20	3	1	4	3	11
54	5	4	4	4	17	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
55	3	4	3	3	13	4	3	2	3	12	3	2	2	4	11
56	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	3	3	3	4	13
57	4	5	5	4	18	4	2	4	4	14	3	3	3	4	13
58	4	3	4	4	15	4	3	4	4	15	4	2	3	3	12
59	4	4	4	4	16	4	3	3	3	13	5	5	5	5	20
60	4	4	4	4	16	4	4	4	5	17	4	2	2	3	11
61	4	3	4	4	15	4	4	4	4	16	4	3	3	3	13
62	4	3	5	4	16	5	4	3	5	17	4	2	3	4	13
63	5	4	5	5	19	4	4	4	5	17	5	3	5	5	18
64	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	3	4	15
65	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	3	3	3	3	12
66	5	3	5	5	18	5	4	4	5	18	5	3	3	4	15
67	5	5	4	5	19	4	3	3	4	14	4	3	4	4	15



No Responden	Customer Experience (X1)					Customer Satisfaction (X2)					Customer Retention (Y)				
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total X1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Total X2	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Total Y
68	4	4	5	3	16	4	4	4	5	17	4	3	3	4	14
69	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	3	4	4	15
70	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
71	3	3	4	3	13	3	3	3	4	13	4	3	3	3	13
72	4	2	4	5	15	2	3	1	3	9	3	2	4	3	12
73	4	3	4	4	15	4	2	4	4	14	4	2	4	3	13
74	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	4	3	3	3	13
75	5	5	5	5	20	4	3	3	4	14	5	4	3	5	17
76	3	3	3	2	11	4	2	4	4	14	3	3	3	4	13
77	5	5	5	5	20	5	4	5	5	19	4	3	4	5	16
78	4	4	4	5	17	4	4	4	4	16	2	2	3	3	10
79	4	3	5	5	17	4	3	4	4	15	3	3	3	3	12
80	4	4	3	4	15	3	2	3	3	11	4	4	4	3	15
81	5	5	3	3	16	4	3	4	3	14	3	4	3	4	14
82	5	5	5	5	20	5	5	4	4	18	4	4	2	3	13
83	5	4	5	5	19	3	4	4	4	15	4	3	3	5	15
84	4	4	5	5	18	4	4	4	5	17	5	3	2	4	14



No Responden	Customer Experience (X1)					Customer Satisfaction (X2)					Customer Retention (Y)				
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total X1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Total X2	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Total Y
85	4	4	3	3	14	4	2	4	4	14	3	3	2	4	12
86	4	4	5	4	17	4	1	3	5	13	4	4	4	4	16
87	4	4	4	4	16	2	2	3	4	11	2	2	2	2	8
88	4	4	3	4	15	4	3	3	4	14	3	3	4	4	14
89	5	2	5	5	17	5	5	5	5	20	4	3	3	3	13
90	2	4	2	2	10	2	2	2	2	8	2	2	4	2	10
91	4	2	4	4	14	4	4	4	4	16	2	2	4	4	12
92	4	5	4	5	18	4	3	3	4	14	5	3	4	5	17
93	5	5	5	5	20	4	5	5	5	19	4	2	4	5	15
94	4	5	4	4	17	4	4	4	4	16	3	2	5	3	13
95	4	3	4	4	15	4	4	4	4	16	4	3	3	3	13
96	4	4	3	4	15	3	2	3	3	11	2	3	4	4	13
97	4	3	5	5	17	4	4	4	4	16	5	3	4	4	16
98	4	1	4	5	14	4	4	4	5	17	3	2	3	3	11
99	5	4	5	5	19	2	2	5	4	13	5	5	4	5	19
100	4	3	3	4	14	3	3	3	3	12	4	2	3	3	12
101	4	4	3	4	15	4	3	3	4	14	3	3	3	3	12



No Responden	Customer Experience (X1)					Customer Satisfaction (X2)					Customer Retention (Y)				
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total X1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Total X2	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Total Y
102	3	4	4	3	14	4	4	3	4	15	3	3	3	4	13
103	3	4	3	3	13	3	4	3	4	14	2	1	3	3	9
104	4	4	3	4	15	4	1	4	4	13	4	4	3	4	15
105	4	4	4	4	16	4	4	4	5	17	4	4	4	4	16
106	4	4	4	4	16	3	2	3	4	12	3	3	3	4	13
107	4	4	5	5	18	4	4	4	4	16	4	2	3	4	13
108	4	3	3	4	14	3	2	2	3	10	3	2	1	2	8
109	5	4	5	5	19	4	5	4	5	18	4	4	4	4	16
110	4	2	4	4	14	4	4	4	4	16	4	3	2	3	12
111	5	5	5	5	20	5	4	5	5	19	5	4	4	5	18
112	5	5	4	4	18	4	4	4	4	16	4	2	3	4	13
113	5	4	4	4	17	4	4	3	4	15	4	2	2	4	12
114	4	4	5	5	18	4	5	5	4	18	3	2	2	4	11
115	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	3	5	18
116	4	3	4	5	16	4	4	3	4	15	3	2	2	3	10
117	5	5	5	4	19	4	4	4	5	17	4	2	5	3	14
118	4	1	4	4	13	3	2	3	4	12	2	1	5	2	10



No Responden	Customer Experience (X1)					Customer Satisfaction (X2)					Customer Retention (Y)				
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total X1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Total X2	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Total Y
119	5	4	4	5	18	4	4	3	4	15	4	3	3	4	14
120	4	5	5	5	19	5	5	4	4	18	4	3	3	4	14
121	5	4	4	5	18	4	3	4	4	15	4	3	5	4	16
122	3	4	4	5	16	3	1	3	4	11	2	1	2	4	9
123	4	3	4	5	16	2	2	3	4	11	4	2	2	4	12
124	5	5	5	5	20	4	3	3	5	15	5	3	4	5	17
125	4	4	3	3	14	3	2	3	3	11	3	1	1	2	7
126	4	3	4	4	15	4	2	4	4	14	3	1	4	3	11
127	4	5	4	4	17	5	5	4	4	18	5	5	4	4	18
128	4	4	4	5	17	4	2	3	4	13	5	1	2	4	12
129	4	4	4	4	16	4	3	3	4	14	3	3	3	3	12
130	4	2	3	3	12	3	2	3	3	11	4	2	3	3	12
131	5	5	5	5	20	4	4	3	4	15	5	2	3	5	15
132	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	4	3	3	5	15
133	4	1	4	5	14	5	5	3	5	18	4	1	1	5	11
134	4	4	4	5	17	4	4	4	5	17	5	4	4	4	17
135	5	4	4	4	17	5	4	5	5	19	4	3	4	5	16



No Responden	Customer Experience (X1)					Customer Satisfaction (X2)					Customer Retention (Y)				
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total X1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Total X2	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Total Y
136	5	4	5	5	19	4	4	4	5	17	4	3	5	4	16
137	4	3	4	4	15	4	4	4	5	17	4	3	4	5	16
138	4	3	4	5	16	4	4	4	5	17	3	3	4	4	14
139	4	4	4	3	15	4	4	5	5	18	4	3	4	4	15
140	4	4	5	5	18	4	4	4	5	17	4	3	4	5	16
141	4	4	4	5	17	4	3	3	4	14	4	4	5	5	18
142	4	5	5	5	19	4	3	3	4	14	4	3	4	4	15
143	4	4	4	5	17	4	4	4	5	17	4	4	3	5	16
144	5	5	5	4	19	4	4	4	5	17	4	3	3	4	14
145	4	4	4	5	17	5	5	4	4	18	4	4	5	5	18
146	3	3	4	4	14	4	4	4	5	17	4	3	3	3	13
147	3	3	4	3	13	4	3	3	4	14	4	3	3	4	14
148	5	4	5	5	19	5	4	4	5	18	4	3	3	3	13
149	4	5	4	5	18	4	4	4	5	17	4	3	3	5	15
150	4	5	4	4	17	4	3	3	4	14	4	3	4	4	15
151	4	3	4	4	15	4	3	3	4	14	4	3	3	4	14
152	4	3	4	4	15	4	4	4	5	17	4	3	3	4	14



No Responden	Customer Experience (X1)					Customer Satisfaction (X2)					Customer Retention (Y)				
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total X1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Total X2	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Total Y
153	4	4	5	5	18	4	4	3	4	15	3	3	3	4	13
154	4	5	5	5	19	4	4	4	4	16	4	3	4	4	15
155	4	3	4	4	15	4	4	4	5	17	4	3	3	4	14
156	4	3	4	3	14	3	3	3	4	13	4	3	5	5	17
157	4	4	4	4	16	4	4	5	5	18	4	3	3	4	14
158	4	4	4	5	17	5	5	4	5	19	4	2	3	4	13
159	3	4	3	3	13	4	3	3	4	14	3	2	3	3	11
160	4	5	4	4	17	4	4	4	5	17	3	3	3	4	13
161	3	3	3	4	13	3	3	3	4	13	4	2	3	4	13
162	4	4	4	5	17	3	4	4	5	16	3	3	3	4	13
163	5	5	5	4	19	5	4	4	5	18	3	3	4	4	14
164	4	4	4	5	17	3	4	4	4	15	5	4	5	5	19
165	4	4	5	5	18	4	4	4	5	17	3	2	3	4	12
166	4	4	4	3	15	4	4	5	4	17	4	2	3	4	13
167	5	5	5	3	18	5	4	4	5	18	5	3	3	4	15
168	3	3	4	4	14	4	4	3	4	15	4	3	3	4	14
169	4	4	4	5	17	5	5	4	5	19	4	4	4	5	17



No Responden	Customer Experience (X1)					Customer Satisfaction (X2)					Customer Retention (Y)				
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total X1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Total X2	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Total Y
170	4	4	4	3	15	5	4	4	4	17	4	4	4	5	17
171	5	4	4	5	18	4	4	3	4	15	4	3	4	4	15
172	4	4	4	5	17	4	4	5	5	18	4	3	3	5	15
173	5	4	5	5	19	4	4	3	4	15	5	4	5	5	19
174	4	5	4	4	17	5	5	5	4	19	4	3	3	4	14
175	4	5	5	5	19	4	4	4	5	17	4	4	5	5	18
176	4	4	4	5	17	4	3	3	4	14	3	2	3	4	12
177	4	4	3	3	14	4	3	3	4	14	3	3	3	4	13
178	4	4	4	3	15	5	5	4	5	19	4	3	4	4	15
179	5	5	4	3	17	5	5	4	5	19	3	3	4	4	14
180	4	4	4	3	15	4	4	4	5	17	4	3	5	5	17
181	4	4	4	3	15	4	4	4	4	16	4	4	5	5	18
182	4	4	5	5	18	5	5	4	5	19	5	4	5	5	19
183	4	4	5	5	18	5	4	4	5	18	5	3	3	5	16
184	4	5	5	4	18	5	5	4	4	18	3	3	4	4	14
185	5	4	4	3	16	5	4	5	4	18	5	3	3	4	15
186	5	5	4	5	19	4	3	3	4	14	4	3	4	4	15



No Responden	Customer Experience (X1)					Customer Satisfaction (X2)					Customer Retention (Y)				
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total X1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Total X2	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Total Y
187	5	4	4	3	16	4	4	5	5	18	4	2	4	4	14
188	4	4	3	3	14	5	3	3	4	15	3	2	3	4	12
189	4	5	5	4	18	3	4	3	3	13	4	2	5	4	15
190	4	4	4	3	15	5	4	4	5	18	3	3	4	4	14
191	5	3	5	5	18	3	3	3	4	13	5	3	3	4	15
192	5	5	3	4	17	4	3	3	4	14	4	2	3	4	13
193	5	5	5	5	20	5	3	3	5	16	5	5	4	5	19
194	4	4	4	3	15	4	3	3	3	13	4	2	3	5	14
195	5	5	5	4	19	4	3	3	4	14	4	4	5	5	18
196	5	4	5	5	19	4	4	5	5	18	5	4	4	5	18
197	5	4	4	4	17	5	5	5	4	19	5	3	3	4	15
198	4	4	4	5	17	5	4	4	5	18	4	4	5	5	18
199	3	3	4	3	13	4	3	3	4	14	3	3	4	4	14
200	4	5	5	4	18	4	4	4	5	17	4	3	3	5	15
201	4	5	5	5	19	4	5	5	5	19	3	3	4	4	14
202	5	5	5	3	18	5	4	4	5	18	4	4	4	4	16
203	5	5	4	4	18	4	3	3	5	15	3	2	4	4	13



No Responden	Customer Experience (X1)					Customer Satisfaction (X2)					Customer Retention (Y)				
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total X1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Total X2	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Total Y
204	4	4	5	5	18	3	3	5	5	16	5	4	4	5	18
205	5	5	5	4	19	5	4	4	5	18	3	3	3	4	13
206	3	2	3	4	12	4	3	3	4	14	4	4	5	5	18
207	4	5	5	5	19	4	4	3	4	15	4	4	4	5	17
208	5	4	4	5	18	5	5	4	5	19	5	5	4	4	18
209	5	5	4	4	18	4	4	4	5	17	5	2	5	5	17
210	3	2	3	3	11	5	4	4	4	17	3	3	3	4	13
211	4	4	4	5	17	3	3	4	4	14	4	3	3	4	14
212	5	5	4	4	18	4	5	3	5	17	4	3	3	3	13
213	4	5	5	5	19	4	4	5	4	17	3	3	4	4	14
214	4	4	4	5	17	4	4	5	5	18	4	3	3	4	14
215	5	5	4	4	18	4	4	4	5	17	4	3	3	3	13
216	5	5	5	4	19	4	4	4	5	17	5	5	5	4	19
217	5	5	5	4	19	4	3	3	4	14	5	5	5	4	19
218	5	4	4	4	17	5	5	4	4	18	4	4	4	4	16
219	4	4	4	4	16	5	4	4	5	18	4	4	4	5	17



No Responden	Customer Experience (X1)					Customer Satisfaction (X2)					Customer Retention (Y)				
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total X1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Total X2	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Total Y
220	4	4	4	5	17	5	5	5	4	19	4	3	4	4	15
221	3	3	3	4	13	4	3	3	4	14	3	2	3	3	11
222	5	5	5	5	20	5	4	4	5	18	4	4	4	5	17
223	5	5	4	5	19	4	3	3	4	14	5	5	4	4	18
224	5	5	5	4	19	4	4	4	4	16	5	4	3	4	16
225	4	4	4	5	17	5	4	4	5	18	5	5	5	5	20
226	4	5	5	5	19	4	4	4	5	17	5	5	5	5	20
227	5	5	5	4	19	4	4	4	5	17	5	5	5	5	20
228	3	3	3	4	13	4	4	4	4	16	5	3	3	4	15
229	4	5	5	5	19	4	4	4	5	17	4	3	4	4	15
230	5	5	5	4	19	4	4	4	5	17	5	4	4	4	17
231	4	4	5	5	18	4	4	5	5	18	4	4	4	4	16
232	5	5	4	4	18	4	4	4	5	17	4	4	4	5	17
233	5	5	5	5	20	4	4	4	4	16	5	4	4	5	18
234	4	4	4	5	17	4	4	4	5	17	4	2	3	4	13
235	5	5	5	4	19	4	5	5	4	18	5	5	4	4	18
236	5	5	5	4	19	4	4	5	5	18	5	5	5	5	20



No Responden	Customer Experience (X1)					Customer Satisfaction (X2)					Customer Retention (Y)				
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total X1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Total X2	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Total Y
237	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20	4	4	5	5	18
238	4	4	4	4	16	5	4	4	4	17	4	3	3	4	14
239	4	5	5	4	18	4	4	5	5	18	5	5	4	4	18
240	5	5	5	5	20	5	5	5	4	19	5	5	3	5	18
241	4	3	4	4	15	5	4	4	5	18	5	3	4	5	17
242	5	4	4	3	16	3	3	3	4	13	4	4	4	5	17
243	4	4	3	4	15	4	3	3	4	14	4	4	4	4	16
244	4	4	4	5	17	4	3	3	4	14	5	3	3	4	15
245	5	4	4	4	17	5	3	3	5	16	3	3	4	4	14
246	4	4	5	4	17	4	3	3	4	14	5	5	4	5	19
247	5	5	4	5	19	4	4	4	4	16	5	5	4	4	18
248	4	4	5	5	18	5	4	5	5	19	5	4	4	4	17
249	4	5	5	5	19	4	4	4	4	16	5	4	4	5	18
250	4	4	4	4	16	5	5	4	4	18	4	4	4	5	17
251	5	4	4	5	18	5	4	4	4	17	4	5	5	4	18
252	5	4	4	5	18	5	4	4	5	18	4	4	5	5	18
253	5	4	4	4	17	5	5	5	5	20	4	3	3	3	13



No Responden	Customer Experience (X1)					Customer Satisfaction (X2)					Customer Retention (Y)				
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total X1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Total X2	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Total Y
254	4	5	3	4	16	5	4	4	4	17	5	4	4	4	17
255	4	4	4	4	16	4	3	3	4	14	3	3	3	4	13
256	5	4	4	5	18	5	4	5	4	18	4	3	3	4	14
257	4	4	5	3	16	4	3	4	5	16	4	4	4	4	16
258	4	4	4	4	16	4	3	3	5	15	4	4	4	5	17
259	4	5	4	5	18	4	4	4	4	16	4	3	3	4	14
260	5	4	5	5	19	4	5	4	4	17	4	5	5	5	19
261	3	3	3	4	13	4	4	4	5	17	4	3	3	4	14
262	3	5	5	4	17	4	4	5	5	18	4	4	4	5	17
263	5	5	5	5	20	4	5	4	4	17	4	5	5	4	18
264	4	4	5	4	17	5	4	4	5	18	4	4	4	5	17
265	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	5	17
266	5	4	4	5	18	4	5	5	4	18	4	3	4	4	15
267	4	4	4	5	17	4	4	5	4	17	5	5	5	4	19
268	4	4	4	4	16	5	4	5	5	19	4	4	4	4	16
269	5	4	4	4	17	5	5	5	5	20	4	3	4	4	15
270	4	4	4	5	17	4	4	4	4	16	4	3	3	3	13



No Responden	Customer Experience (X1)					Customer Satisfaction (X2)					Customer Retention (Y)				
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total X1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Total X2	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Total Y
271	5	5	5	4	19	5	5	4	5	19	3	3	3	4	13
272	5	5	3	3	16	4	4	4	4	16	3	3	4	4	14
273	4	3	4	3	14	4	4	4	4	16	3	2	3	4	12
274	4	4	5	5	18	4	3	3	4	14	3	2	2	3	10
275	5	4	4	4	17	4	4	4	4	16	4	3	3	3	13



Lampiran 4: Tabulasi Data Identitas dan Jawaban Responden

Statistics

		Jurusan	Angkatan	Usia
N	Valid	275	275	275
	Missing	0	0	0

Frequency Table

Jurusan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ilmu Ekonomi	65	23.6	23.6	23.6
	Manajemen	144	52.4	52.4	76.0
	Akuntansi	66	24.0	24.0	100.0
	Total	275	100.0	100.0	

Angkatan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2015	114	41.5	41.5	41.5
	2016	46	16.7	16.7	58.2
	2017	75	27.3	27.3	85.5
	2018	40	14.5	14.5	100.0
	Total	275	100.0	100.0	

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<18 tahun	32	11.6	11.6	11.6
	19-22 tahun	239	86.9	86.9	98.5
	>22 tahun	4	1.5	1.5	100.0
	Total	275	100.0	100.0	



Variabel *Customer Experience*

Anda senang dengan pengalaman berbelanja melalui Shopee

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	.4	.4	.4
	N	22	8.0	8.0	8.4
	S	162	58.9	58.9	67.3
	SS	90	32.7	32.7	100.0
	Total	275	100.0	100.0	

Anda berbagi pengalaman berbelanja melalui Shopee dengan orang lain

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	4	1.5	1.5	1.5
	TS	13	4.7	4.7	6.2
	N	46	16.7	16.7	22.9
	S	129	46.9	46.9	69.8
	SS	83	30.2	30.2	100.0
	Total	275	100.0	100.0	

Anda puas dengan layanan yang diberikan oleh Shopee

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	.4	.4	.4
	N	35	12.7	12.7	13.1
	S	145	52.7	52.7	65.8
	SS	94	34.2	34.2	100.0
	Total	275	100.0	100.0	



Anda memiliki ketertarikan untuk membeli produk lain melalui Shopee

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	2	.7	.7	.7
N	37	13.5	13.5	14.2
S	121	44.0	44.0	58.2
SS	115	41.8	41.8	100.0
Total	275	100.0	100.0	

Variabel Customer Satisfaction

Anda memiliki pengalaman yang positif dari waktu ke waktu selama berbelanja melalui Shopee

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	6	2.2	2.2	2.2
N	29	10.5	10.5	12.7
S	168	61.1	61.1	73.8
SS	72	26.2	26.2	100.0
Total	275	100.0	100.0	

Anda tidak memiliki keluhan selama berbelanja melalui Shopee

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid STS	3	1.1	1.1	1.1
TS	24	8.7	8.7	9.8
N	68	24.7	24.7	34.5
S	133	48.4	48.4	82.9
SS	47	17.1	17.1	100.0
Total	275	100.0	100.0	



Harapan anda saat berbelanja melalui Shopee terlampaui

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	.4	.4	.4
	TS	5	1.8	1.8	2.2
	N	82	29.8	29.8	32.0
	S	140	50.9	50.9	82.9
	SS	47	17.1	17.1	100.0
	Total	275	100.0	100.0	

Anda merasa senang dengan layanan yang diberikan Shopee

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	.4	.4	.4
	N	20	7.3	7.3	7.6
	S	149	54.2	54.2	61.8
	SS	105	38.2	38.2	100.0
	Total	275	100.0	100.0	

Variabel Customer Retention

Anda memiliki keinginan untuk meningkatkan frekuensi transaksi melalui Shopee

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	11	4.0	4.0	4.0
	N	64	23.3	23.3	27.3
	S	142	51.6	51.6	78.9
	SS	58	21.1	21.1	100.0
	Total	275	100.0	100.0	



Anda melakukan pembelian secara teratur melalui Shopee

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	11	4.0	4.0	4.0
	TS	57	20.7	20.7	24.7
	N	121	44.0	44.0	68.7
	S	61	22.2	22.2	90.9
	SS	25	9.1	9.1	100.0
	Total	275	100.0	100.0	

Anda tidak mudah terpicak akan penawaran yang diberikan oleh e-commerce lain

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	1.1	1.1	1.1
	TS	22	8.0	8.0	9.1
	N	113	41.1	41.1	50.2
	S	99	36.0	36.0	86.2
	SS	38	13.8	13.8	100.0
	Total	275	100.0	100.0	

Anda akan merekomendasikan kepada orang lain untuk berbelanja melalui Shopee

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	6	2.2	2.2	2.2
	N	46	16.7	16.7	18.9
	S	148	53.8	53.8	72.7
	SS	75	27.3	27.3	100.0
	Total	275	100.0	100.0	



Lampiran 5: Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Correlations (Customer Experience)

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.339**	.503**	.420**	.745**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	200	200	200	200	200
X1.2	Pearson Correlation	.339**	1	.295**	.065	.657**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.362	.000
	N	200	200	200	200	200
X1.3	Pearson Correlation	.503**	.295**	1	.548**	.791**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	200	200	200	200	200
X1.4	Pearson Correlation	.420**	.065	.548**	1	.682**
	Sig. (2-tailed)	.000	.362	.000		.000
	N	200	200	200	200	200
Total_X1	Pearson Correlation	.745**	.657**	.791**	.682**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	200	200	200	200	200

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

Correlations (Customer Satisfaction)

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Total_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.584**	.497**	.518**	.796**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	200	200	200	200	200
X2.2	Pearson Correlation	.584**	1	.536**	.505**	.847**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	200	200	200	200	200
X2.3	Pearson Correlation	.497**	.536**	1	.569**	.801**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	200	200	200	200	200



X2.4	Pearson Correlation	.518**	.505**	.569**	1	.777**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	200	200	200	200	200
Total_X2	Pearson Correlation	.796**	.847**	.801**	.777**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	200	200	200	200	200

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

Correlations (Customer Retention)

		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Total_Y1
Y1.1	Pearson Correlation	1	.458**	.239**	.512**	.729**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000	.000
	N	200	200	200	200	200
Y1.2	Pearson Correlation	.458**	1	.348**	.461**	.779**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	200	200	200	200	200
Y1.3	Pearson Correlation	.239**	.348**	1	.372**	.679**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000	.000
	N	200	200	200	200	200
Y1.4	Pearson Correlation	.512**	.461**	.372**	1	.773**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	200	200	200	200	200
Total_Y1	Pearson Correlation	.729**	.779**	.679**	.773**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	200	200	200	200	200

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



2. Uji Reliabilitas

Reliability Statistics (Customer Experience)

Cronbach's Alpha	N of Items
.656	4

Reliability Statistics (Customer Satisfaction)

Cronbach's Alpha	N of Items
.813	4

Reliability Statistics (Customer Retention)

Cronbach's Alpha	N of Items
.720	4



Lampiran 6: Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.477 ^a	.227	.224	2.042	1.830

a. Predictors: (Constant), Customer Experience

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	334.684	1	334.684	80.233	.000 ^a
	Residual	1138.792	273	4.171		
	Total	1473.476	274			

a. Predictors: (Constant), Customer Experience

b. Dependent Variable: Customer Satisfaction

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.957	1.012		6.873	.000
	Total_X1	.538	.060	.477	8.957	.000

a. Dependent Variable: Customer Satisfaction

**ANOVA^b**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	544.634	2	272.317	59.222	.000 ^a
	Residual	1250.733	272	4.598		
	Total	1795.367	274			

a. Predictors: (Constant), Customer Satisfaction,
Customer Experience

b. Dependent Variable: Customer
Retention

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.164	1.151		1.880	.061
	Total_X1	.492	.072	.394	6.847	.000
	Total_X2	.265	.064	.240	4.174	.000

a. Dependent Variable: Customer Retention

2. Uji Hipotesis**a. Uji F****ANOVA^b**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	544.634	2	272.317	59.222	.000 ^a
	Residual	1250.733	272	4.598		
	Total	1795.367	274			

a. Predictors: (Constant), Customer Satisfaction,
Customer Experience

b. Dependent Variable: Customer
Retention



b. Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.957	1.012		6.873	.000
	Total_X1	.538	.060	.477	8.957	.000

a. Dependent Variable: Customer Satisfaction

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.164	1.151		1.880	.061
	Total_X1	.492	.072	.394	6.847	.000
	Total_X2	.265	.064	.240	4.174	.000

a. Dependent Variable: Customer Retention