

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Manap. 2016. **Revolusi Manajemen Pemasaran**. Edisi Pertama, Mitra : Yogyakarta
- Buttle, Francis. 2018. **Customer relationship marketing** (Manajemen hubungan pelanggan). Jakarta: Bayumedia
- Chan, S, 2003. **Relationship Marketing: inovasi Pemasaran yang Membuat Pelanggan Bertekuk Lutut**. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Ehigie, Benjamin, Osayawe and Taylor, Megan, (2009), **“Managing Student’s Loyalty to School After Graduation Through Relationship Marketing”**, *The TQM Journal*, Vol. 21, No. 5, pp. 502-516.
- Ellena, Frieda, 2011. Analisis Pengaruh Kepercayaan, Komitmen, Komunikasi, dan Penanganan Keluhan terhadap Loyalitas Nasabah (Studi pada Nasabah PT. BRI (Persero) Tbk. Cabang Pemalang). Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.
- Gaffar, Vanessa. 2007. **CRM dan MPR Hotel. ALFABETA**. Bandung.
- Ghozali, imam. 2016. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS19. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Griffin, Jill. 2003. **Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan**. Jakarta: Erlangga.
- Griffin, Jill. 2015. **Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan**. Terjemahan oleh Dwi Kartini Y, 2016. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Hair, Jr et.al. (2010). **Multivariate Data Analysis** (7th ed). United States : Pearson
- Harun, Harniza, (2011), “Pengaruh **Customer Relationship Marketing** dan Nilai Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus: pada

- PT., Bank Muamalat cabang Jambi)", Jurnal Manajemen Pemasaran Modern, Volume 3 No. 1
- Hasan, Ali. 2009. **Marketing**. Jakarta: Penerbit Medpress.
- Hill, Nigel. 1996. Hand Book of Customer Satisfaction Measurement. Great Britain University Perss: Cambridge <http://www.lifestyle.okezone.com/>
- Jakarta Kotler, Philip, Kevin Lane Keller. 2008. **Manajemen Pemasaran**. Edisi 13. Jilid 2. Penerbit Erlangga: Jakarta.
- Jasfar, Farida. 2005. **Manajemen Jasa: Pendekatan Terpadu**. Ghalia indonesia. Bogor.
- Kertajaya, Hermawan. 2018. **Citizen 4.0**. Jakarta: Gramedia
- Kotler, Philip, Kevin Lane Keller. 2009. **Manajemen Pemasaran**. Edisi 13. Jilid 1. Penerbit Erlangga:
- Kotler, Philip. dan Keller, Kevin Lane. (2016). **A Frame Work For Marketing Manajement Sixth Edition**, England: Pearson Global Edition (Pearson Education Limited).
- Priansa, Doni Juni. (2017). **Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer**. Bandung : Alfabeta
- Lovelock, C., Wirtz, J., & Mussry, J. (2010). **Pemasaran Jasa: Manusia, Teknologi, Strategi Perspektif indonesia**. (Edisi ketujuh, Jilid 1). Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. 2011, **Manajemen Pemasaran Jasa, Teori dan Praktik**, UI Press, Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat. 2011. **Manajemen Pemasaran Jasa**. Penerbit Salemba: Jakarta.
- Majalah SWA No. 12/XXVI, 2011. Market Size industri. Desember.
- Manullang, Hutabarat. 2016. **Manajemen Pemasaran Dalam Kompetisi Global**. Medan: Cipta Rancana Media Pakpahan.
- Mowen, John C, and Minor, Michael, 2001, Perilaku Konsumen, Edisi 5. Badan Penerbit PT. Erlangga, Jakarta.
- Mowen, John C, and Minor, Michael, 2002, Perilaku Konsumen, Edisi 5. Badan Penerbit PT. Erlangga, Jakarta.

- Ndubisi, N.O. and Chan, K.W. (2005), ***“Factorial and discriminant analyses of the underpinnings of relationship marketing and customer satisfaction”***, *international Journal of Bank Marketing*, Vol. 23 No. 3, pp. 542-57.
- Ndubisi, Nelson, Oly, (2007), **“Relationship Marketing and Customer Loyalty”**, *Marketing intelligence & Planning*, Vol. 35 No.1
- Nurgiyantoro, Burhan, dkk. 2004. *Statistik Terapan untuk Penelitian ilmu-ilmu Sosial*. Yogyakarta.Gadjah Mada University Press
- Semuel, Hatane, (2012), ***“Customer Relationship Marketing Pengaruhnya Terhadap Kepercayaan dan Loyalitas Perbankan Nasional”***, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 7, No. 5, p. 33-41.
- Sofjan Assauri 1941- (penulis). (2017). ***Manajemen pemasaran : dasar, konsep & strategi*** Jakarta : Rajawali Perss,.
- Sugiyono. (2016). **Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D**. Bandung: CV. Alfabeta.
- Taleghani., et al. 2011. ***“A Conceptuality Approach to Relationship Marketing and Customers Loyalty to Banks”***. Dalam *Journal of Basic and Applied Scientific Research*, Volume 1 No 11. Iran. Islamic Azad University
- Tjiptono, Fandy. 2014, **Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian**, Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy.2005. **Pemasaran Jasa**. PT. Bayumedia, Malang
- Umar,H 2014. **Riset bisnis dan perilaku Konsumen** (Edisi Revisi). Jakarta: Rajawali Press

Lampiran 1. Kuisisioner Responden

IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama Instansi :
2. Layanan Telkomsel yang digunakan :
 - Orbit
 - Halo
 - SImpati
3. Lamanya Menggunakan Layanan Telkomsel :
 - 1-2 Tahun
 - 3-4 Tahun
 - Diatas 4 Tahun

PETUNJUK PENGISIAN

1. Jawablah setiap pertanyaan sesuai dengan pendapat saudara.
2. Pilihlah jawaban dengan memberi tanda *checklist* (✓) pada salah satu jawaban yang paling sesuai menurut Saudara.
3. Jika menurut saudara terdapat pernyataan maupun pertanyaan yang tidak jelas, harap ditanyakan kepada peneliti.

Ada pun makna tanda tersebut adalah sebagai berikut:

- STS = Sangat Tidak Setuju Skor 1
- TS = Tidak Setuju Skor 2
- R = Ragu-ragu Skor 3
- S = Setuju Skor 4
- SS = Sangat Setuju Skor 5

Atas Kesediaanya saya haturkan terimakasih, Wassalamualaikum wr.wb

A.Baso Aditya Sapanang

“Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pembinaan hubungan dan pengikatan hubungan antara produsen jasa kepada pengguna jasanya, keseriusan anda dalam menjawab merupakan suatu bukti kepedulian anda terhadap tumbuh kembangnya kita semua”

Variabel X₁ Customer Relationship Marketing

Indikator	Pernyataan/ pertanyaan	Jawaban Responden				
		SS	S	CS	TS	STS
Komitmen	Grapari Telkomsel Makassar memberikan janji yang terukur kepada konsumen sesuai dengan yang menjadi kesepakatan.					
	Ekspektasi customer sesuai dengan kenyataan yang terjadi setelah menggunakan produk dan layanan Grapari Telkomsel Makassar.					
Komunikasi	Dalam Berkomunikasi dengan customer menggunakan cara yang baik dan sopan					
	Grapari telkomsel makassar rutin menjaga hubungan personal dengan customer					
Penangan Konflik	Grapari telkomsel makassar tanggap dalam penangan konflik customer					
	Grapari Telkomsel Selalu bersedia saat pelanggan butuh bantuan					

Variabel X₂ Customer Bonding

Indikator	Pernyataan/ pertanyaan	Jawaban Responden				
		SS	S	CS	TS	STS
Awariness Bonding	Iklan yang disampaikan membuat saya terkesan sehingga ingin membuktikan kebenaran dari iklan yang ditampilkan.					
	Grapari Telkomsel memiliki website dan media sosial sehingga memudahkan saya dalam mendapatkan informasi seputar produknya					
Financial Bonding	Grapari Telkomsel Makassar Memberikan potongan harga produk dengan layanan Keuangan berbasis teknologi.					
	Grapari Telkomsel Makassar memberikan Potongan harga bagi corporate customer yang mengambil paket platinum dari layanan telkomsel .					
Advocacy Bonding	Saya akan mempromosikan produk Grapari telkomsel karena keunggulannya.					
	Saya berusaha mengetahui lebih dalam ketika ada produk telkomsel baru yang ditawarkan					

Variabel X₃ Kepuasan Pelanggan

Indikator	Pernyataan/ pertanyaan	Jawaban Responden				
		SS	S	CS	TS	STS
Kualitas Produk	Produk yang dihasilkan Grapari Telkomsel Makassar bermutu tinggi					
	Produk Grapari sesuai dengan keinginan corporate customer.					
Kualitas Layanan	Layanan yang diberikan sangat memadai bagi corporate customer					
	Pelayanan dari tahap awal hingga akhir di grapari telkomsel makassar sangat memadai					
Kemudahan Akses	Grapari Telkomsel Makassar sangat mudah untuk saya jangkau karna memiliki kanal pemasaran yang luas.					
	Kemudahan menjangkau Produk dan layanan Grapari Telkomsel Makassar dikarenakan ketersediaan perusahaan dalam platform digital .					

Variabel Y Loyalitas Pelanggan

Indikator	Pernyataan/ pertanyaan	Jawaban Responden				
		SS	S	CS	TS	STS
Pembelian Ulang	Saya melakukan Pembayaran biaya langgan secara teratur pada grapari telkomsel makassar					
	Saya menggunakan Layanan Jasa Grapari telkomsel Makassar secara teratur.					
Merefrensikan kepada orang lain	Menginformasikan produk dan layanan Grapari Telkomsel Makassar kepada Khalayak luas. kepada lingkungan terdekat.					
	Mengajak kerabat dan keluarga untuk menggunakan produk dan layanan telkomsel.					
Kebal Terhadap Produk Pesaing	Tidak tertarik mendengarkan informasi terkait produk dan layanan serupa					
	Mengabaikan ajakan dan Tawaran dari produk dan layanan serupa .					

Lampiran 2 Tabulasi. Jawaban Responden atas kuisioner

Customer Relationship Marketing (X1)							Customer Bonding (X2)						Jumlah (X2)	Kepuasan Pelanggan (Y1)						Jumlah (Y)
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	Jumlah (X1)	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	
4	4	4	5	4	4	25	4	4	5	4	4	4	25	4	4	5	4	4	4	25
5	4	5	5	5	5	29	5	5	5	4	4	5	28	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	4	5	29	5	5	5	5	5	5	30	4	5	3	5	5	5	27
5	4	5	5	4	4	27	5	5	5	4	4	5	28	4	4	3	5	5	5	26
4	4	4	4	4	4	24	3	4	4	3	4	4	22	4	4	5	4	3	4	24
1	2	2	3	3	4	15	3	2	4	2	2	2	15	3	4	3	4	3	2	19
4	4	3	4	3	3	21	4	4	3	4	4	3	22	3	3	5	5	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
5	4	4	4	4	3	24	5	5	5	4	4	4	27	4	3	5	4	5	5	26
4	4	5	5	3	4	25	5	4	5	4	4	5	27	3	4	4	5	5	4	25
5	5	5	4	4	5	28	5	4	4	4	5	5	27	4	5	5	4	5	4	27
5	5	4	5	5	4	28	5	5	5	5	5	4	29	5	4	3	5	5	5	27
4	4	4	5	5	5	27	5	4	4	4	4	4	25	5	5	5	5	5	4	29
5	5	5	5	4	4	28	5	4	5	3	5	5	27	4	4	3	4	5	4	24
5	5	4	5	4	4	27	4	5	5	4	5	4	27	4	4	5	4	4	5	26
4	4	4	4	4	5	25	4	5	5	4	4	4	26	4	5	4	5	4	5	27
5	4	4	4	5	5	27	3	4	5	4	4	4	24	5	5	5	5	3	4	27
5	5	5	5	4	4	28	5	5	5	4	5	5	29	4	4	5	4	5	5	27
4	5	5	5	4	5	28	5	4	4	4	5	5	27	4	5	5	4	5	4	27
4	4	4	3	3	3	21	4	4	3	3	4	4	22	3	3	3	4	4	4	21
5	5	4	4	3	5	26	2	5	4	4	5	4	24	3	5	5	5	2	5	25
4	4	2	3	4	4	21	2	4	2	4	4	2	18	4	4	4	4	2	4	22
5	5	5	4	3	4	26	3	5	5	4	5	5	27	3	4	5	5	3	5	25
4	4	2	2	4	4	20	2	2	2	4	4	2	16	4	4	3	4	2	2	19
4	4	4	3	3	5	23	4	4	3	3	4	4	22	3	5	5	3	4	4	24
4	4	4	3	3	4	22	3	3	3	3	4	4	20	3	4	3	3	3	3	19
4	4	4	3	3	3	21	3	3	3	3	4	4	20	3	3	5	3	3	3	20
4	4	4	5	2	4	23	4	4	3	1	4	4	20	2	4	3	3	4	4	20
5	4	4	3	4	4	24	3	3	3	3	4	4	20	4	4	5	4	3	3	23
5	5	4	3	4	4	25	5	4	3	3	5	4	24	4	4	4	4	5	4	25
5	4	2	4	3	4	22	4	3	3	5	4	2	21	3	4	5	4	4	3	23
3	3	3	4	2	2	17	4	3	3	5	3	3	21	2	2	3	3	4	3	17
4	4	4	4	3	4	23	3	4	3	3	4	4	21	3	4	3	4	3	4	21
5	4	4	3	2	4	22	2	4	2	3	4	4	19	2	4	4	4	2	4	20
5	4	3	5	4	5	26	3	3	2	4	4	3	19	4	5	5	5	3	3	25
5	5	5	5	3	4	27	4	5	3	4	5	5	26	3	4	4	2	4	5	22
5	5	5	4	4	3	26	4	2	2	3	5	5	21	4	3	3	4	4	2	20
3	3	3	4	4	4	21	4	4	3	3	5	3	21	4	4	4	5	4	3	24
4	4	4	4	5	4	25	2	5	5	5	4	4	25	5	4	5	4	2	5	25
4	3	5	2	2	5	21	3	3	3	3	3	5	20	2	5	4	3	3	3	20
4	4	4	5	5	5	27	5	5	5	5	4	4	28	5	5	4	4	5	5	28
5	3	4	5	3	5	25	4	4	3	4	3	4	22	3	5	5	5	4	4	26
4	4	4	4	4	4	24	2	2	2	4	4	4	18	4	4	4	4	2	2	20
5	5	5	4	3	4	26	3	4	4	3	5	5	24	3	4	3	4	3	4	21
4	4	5	3	2	3	21	3	4	4	3	4	5	23	2	3	4	3	3	4	19
4	4	4	3	2	4	21	2	4	4	2	4	4	20	2	4	3	4	2	4	19
4	4	4	4	4	4	24	3	1	1	4	4	4	17	4	4	4	4	3	1	20
5	4	2	4	5	5	25	2	2	2	4	4	2	16	5	5	4	5	2	2	23
5	5	4	1	5	5	25	1	5	4	5	5	4	24	5	5	3	5	1	5	24
4	4	4	4	3	4	23	2	4	3	4	4	4	21	3	4	5	4	2	4	22
4	4	5	2	4	4	23	4	4	4	4	4	5	25	4	4	5	4	4	4	25
5	4	4	4	5	5	27	3	4	3	5	4	4	23	5	5	4	5	3	4	26
4	4	5	4	4	4	25	3	2	2	3	4	5	19	4	4	5	4	3	2	22
4	4	5	5	3	4	25	2	3	4	4	4	5	22	3	4	4	5	2	3	21
4	4	5	2	4	5	24	3	4	4	5	4	5	25	4	5	4	5	3	4	25
5	5	5	4	4	4	27	3	4	3	3	5	5	23	4	4	5	4	3	4	24
4	4	3	5	4	4	24	2	3	3	4	4	3	19	4	4	3	4	2	3	20
5	4	4	4	4	4	25	2	3	3	4	4	4	20	4	4	5	4	2	3	22
4	4	4	4	4	4	24	4	3	3	4	4	4	22	4	4	5	3	4	3	23
4	3	3	3	4	4	21	2	3	1	4	3	3	16	4	4	3	3	2	3	19

Loyalitas Pelanggan (Y)						Jumlah (Y2)
Y2.1	Y2.2	Y2.3	Y2.4	Y2.5	Y2. 6	
4	5	5	4	4	4	26
5	5	5	5	5	5	30
4	5	5	4	5	5	28
4	4	5	5	5	5	28
4	4	5	5	4	3	25
3	2	2	4	4	3	18
4	4	5	4	5	4	26
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	4	4	5	28
5	5	5	5	5	5	30
5	4	4	4	4	5	26
4	5	5	5	5	5	29
5	5	4	4	5	5	28
5	5	5	4	4	5	28
5	5	5	4	4	4	27
4	5	4	4	5	4	26
4	4	4	5	5	3	25
5	4	5	5	4	5	28
4	4	5	4	4	5	26
4	3	4	3	4	4	22
4	4	4	4	5	2	23
4	4	3	3	4	2	20
4	4	5	4	5	3	25
4	4	2	4	4	2	20
4	3	4	3	3	4	21
4	4	4	3	3	3	21
4	4	4	3	3	3	21
4	4	4	2	3	4	21
3	4	4	4	4	3	22
4	4	4	4	4	5	25
3	3	4	3	4	4	21
2	3	3	3	3	4	18
4	4	4	3	4	3	22
4	4	4	3	4	2	21
5	5	4	4	5	3	26
4	4	5	4	2	4	23
1	1	4	4	4	4	18
5	4	3	4	5	4	25
4	4	4	5	4	2	23
5	4	3	3	3	3	21
5	5	5	5	4	5	29
4	5	4	3	5	4	25
4	3	4	4	4	2	21
5	5	4	3	4	3	24
4	4	4	3	3	3	21
4	4	4	3	4	2	21
4	4	3	3	4	3	21
3	3	3	4	5	2	20
5	5	3	4	5	1	23
4	4	4	4	4	2	22
5	5	4	4	4	4	26
5	5	4	4	5	3	26
4	3	4	3	4	3	21
5	5	4	4	5	2	25
3	3	4	5	5	3	23
4	4	4	4	4	3	23
3	4	3	4	4	2	20
4	4	4	4	4	2	22
4	4	4	4	3	4	23
3	4	3	4	3	2	19

**Lampiran 3. Hasil Analisis data Model I
Regression**

Notes

Output Created		06-FEB-2022 18:01:24
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	60
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on cases with no missing values for any variable used.
Syntax	<pre> REGRESSION /MISSING LISTWISE /STATISTICS COEFF OUTS BCOV R ANOVA COLLIN TOL CHANGE /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10) /NOORIGIN /DEPENDENT Z /METHOD=ENTER X1 X2 /SCATTERPLOT=(*SRESID ,*ZPRED) /RESIDUALS DURBIN NORMPROB(ZRESID). </pre>	
Resources	Processor Time	00:00:02.09
	Elapsed Time	00:00:02.00
	Memory Required	2944 bytes
	Additional Memory	536 bytes
	Required for Residual Plots	

[DataSet0]

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	CUSTOMER BONDING, CUSTOMER RELATIONSHIP MARKETING ^b		Enter

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics			
					R Square Change	F Change	df1	df2
1	.817 ^a	.668	.657	1.75529	.668	57.401	2	57

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	353.713	2	176.857	57.401	.000 ^b
	Residual	175.620	57	3.081		
	Total	529.333	59			

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

b. Predictors: (Constant), CUSTOMER BONDING, CUSTOMER RELATIONSHIP MARKETING

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics
		B	Std. Error	Beta			Tolerance
1	(Constant)	4.019	1.975		2.035	.047	
	CUSTOMER RELATIONSHIP MARKETING	.432	.113	.408	3.820	.000	.510
	CUSTOMER BONDING	.388	.087	.478	4.475	.000	.510

Coefficient Correlations ^a				
Model			CUSTOMER BONDING	CUSTOMER RELATIONSHIP MARKETING
1	Correlations	CUSTOMER BONDING	1.000	-.700
		CUSTOMER RELATIONSHIP MARKETING	-.700	1.000
	Covariances	CUSTOMER BONDING	.008	-.007
		CUSTOMER RELATIONSHIP MARKETING	-.007	.013

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	(Constant)	Variance Proportions	
					CUSTOMER RELATIONSHIP MARKETING	CUSTOMER BONDING
1	1	2.983	1.000	.00	.00	.00
	2	.013	15.320	.52	.00	.50
	3	.004	25.819	.47	1.00	.50

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

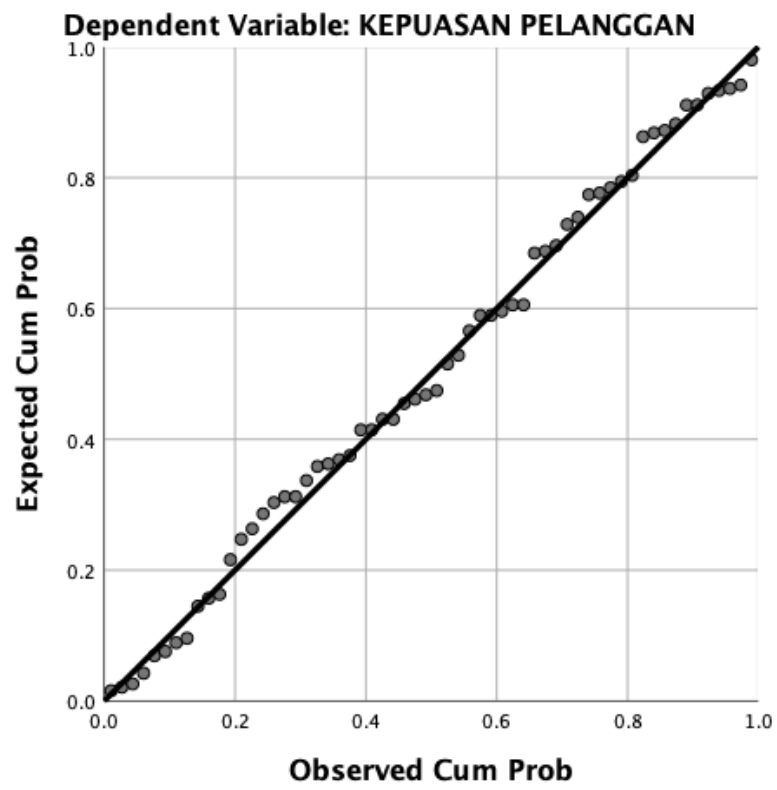
Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	16.3253	28.1997	23.3333	2.44850	60
Std. Predicted Value	-2.862	1.988	.000	1.000	60
Standard Error of Predicted Value	.231	.786	.375	.116	60
Adjusted Predicted Value	15.6543	28.3119	23.3282	2.47125	60
Residual	-3.78224	3.60608	.00000	1.72529	60
Std. Residual	-2.155	2.054	.000	.983	60
Stud. Residual	-2.192	2.089	.001	1.013	60
Deleted Residual	-3.91487	3.72679	.00510	1.83589	60
Stud. Deleted Residual	-2.271	2.154	.000	1.028	60
Mahal. Distance	.040	10.850	1.967	2.106	60
Cook's Distance	.000	.243	.022	.043	60
Centered Leverage Value	.001	.184	.033	.036	60

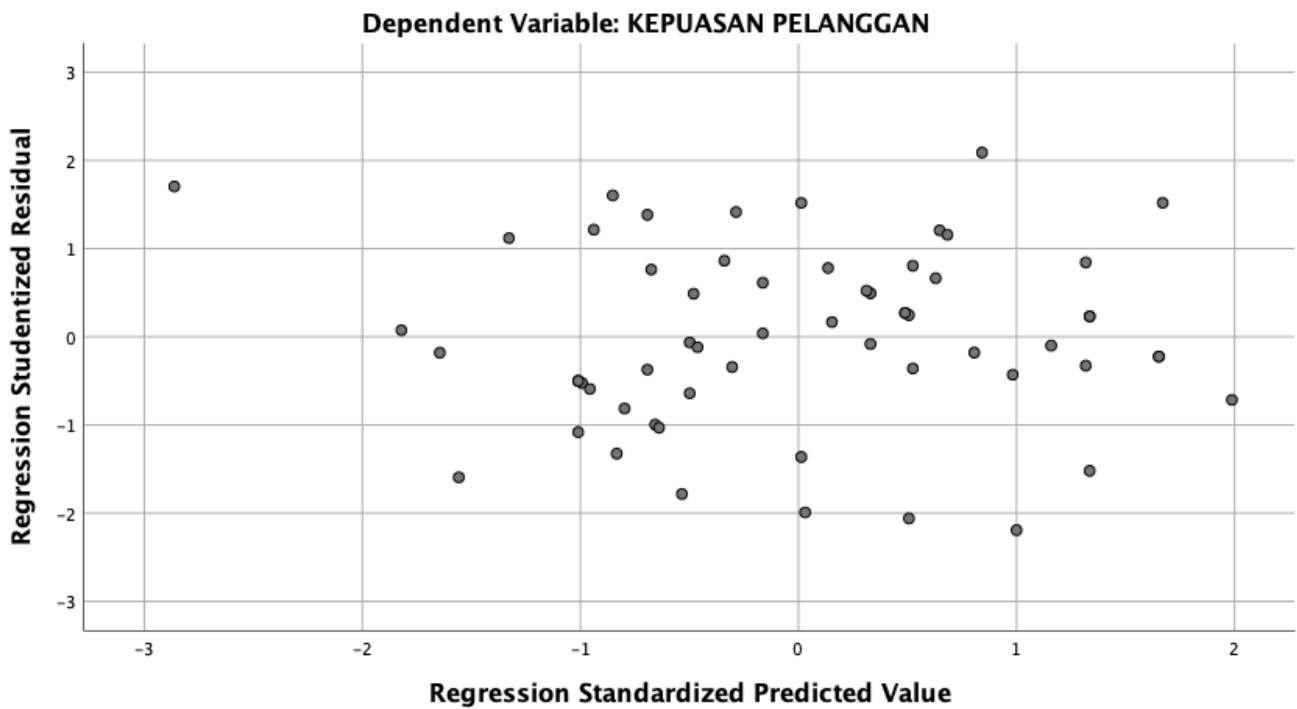
a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Charts

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Scatterplot



Lampiran 4 Hasil analisis data Model II Regression

Notes

Output Created		06-FEB-2022 18:02:48
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	60
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on cases with no missing values for any variable used.
Syntax	<pre> REGRESSION /MISSING LISTWISE /STATISTICS COEFF OUTS BCOV R ANOVA COLLIN TOL CHANGE /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10) /NOORIGIN /DEPENDENT Y /METHOD=ENTER X1 X2 Z /SCATTERPLOT=(*SRESI D ,*ZPRED) /RESIDUALS DURBIN NORMPROB(ZRESID). </pre>	
Resources	Processor Time	00:00:00.35
	Elapsed Time	00:00:01.00
	Memory Required	3472 bytes
	Additional Memory Required for Residual Plots	520 bytes

Variables Entered/Removed ^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	KEPUASAN PELANGGAN, CUSTOMER RELATIONSHIP MARKETING, CUSTOMER BONDING ^b		Enter

a. Dependent Variable: LOYALITAS PELANGGAN

b. All requested variables entered.

Model Summary ^b										
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					
					R Square Change	F Change	df1	df2		
1	.899 ^a	.808	.797	1.42511	.808	78.387	3	56		

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	477.600	3	159.200	78.387	.000 ^b
	Residual	113.733	56	2.031		
	Total	591.333	59			

a. Dependent Variable: LOYALITAS PELANGGAN

b. Predictors: (Constant), KEPUASAN PELANGGAN, CUSTOMER RELATIONSHIP MARKETING, CUSTOMER BONDING

Coefficients ^a							
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics
		B	Std. Error	Beta			Tolerance
1	(Constant)	2.242	1.661		1.350	.182	
	CUSTOMER RELATIONSHIP MARKETING	.005	.103	.005	.050	.960	.406
	CUSTOMER BONDING	.365	.082	.425	4.452	.000	.377
	KEPUASAN PELANGGAN	.558	.108	.528	5.188	.000	.332

Coefficient Correlations ^a					
Model			KEPUASAN PELANGGAN	CUSTOMER RELATIONSHIP MARKETING	CUSTOMER BONDING
1	Correlations	KEPUASAN PELANGGAN	1.000	-.451	-.510
		CUSTOMER RELATIONSHIP MARKETING	-.451	1.000	-.307
		CUSTOMER BONDING	-.510	-.307	1.000
	Covariances	KEPUASAN PELANGGAN	.012	-.005	-.004
		CUSTOMER RELATIONSHIP MARKETING	-.005	.011	-.003
		CUSTOMER BONDING	-.004	-.003	.007

a. Dependent Variable: LOYALITAS PELANGGAN

Collinearity Diagnostics ^a							
Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions			
				(Constant)	CUSTOMER RELATIONSHIP MARKETING	CUSTOMER BONDING	KEPUASAN PELANGGAN
1	1	3.979	1.000	.00	.00	.00	.00
	2	.013	17.483	.54	.00	.29	.01
	3	.005	28.786	.44	.33	.66	.22
	4	.004	33.202	.02	.67	.04	.77

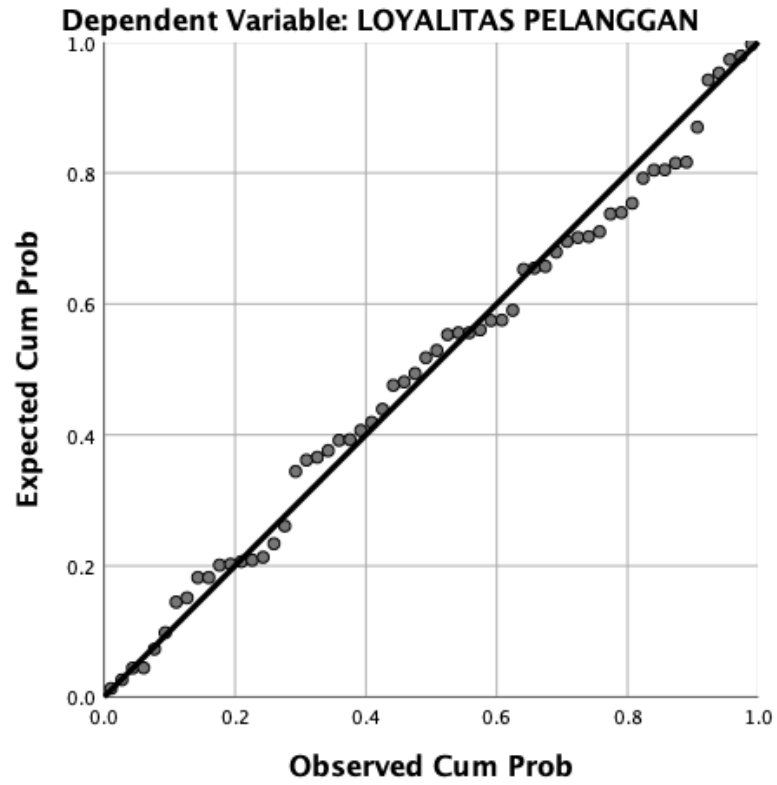
a. Dependent Variable: LOYALITAS PELANGGAN

Residuals Statistics ^a					
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	18.3879	29.3365	23.6667	2.84516	60
Std. Predicted Value	-1.855	1.993	.000	1.000	60
Standard Error of Predicted Value	.188	.700	.352	.107	60
Adjusted Predicted Value	18.5113	29.2595	23.6654	2.82801	60
Residual	-3.18999	3.83814	.00000	1.38841	60
Std. Residual	-2.238	2.693	.000	.974	60
Stud. Residual	-2.380	2.764	.001	1.010	60
Deleted Residual	-3.60617	4.04222	.00131	1.49464	60
Stud. Deleted Residual	-2.488	2.948	.002	1.033	60
Mahal. Distance	.042	13.254	2.950	2.582	60
Cook's Distance	.000	.185	.019	.036	60
Centered Leverage Value	.001	.225	.050	.044	60

a. Dependent Variable: LOYALITAS PELANGGAN

Charts

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Scatterplot

