

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, S, (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Tinjauan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Bahrudin, M., & Zuhro, S. (2015). The effect of trust and customer satisfaction on customer loyalty. *Journal of Islamic Business and Management*, 3(1).
- Davis, F.D. (1989). "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology". *MIS Quarterly*. Vol. 13 No. 5: pp319-339.
- Daryanto & Setyobudi, I. (2014). *Pelanggan dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media.
- Drake, T. L., dan Roe, W. H. (1998). *Principalsip*. New York: Macmillan Publishing Company.
- Eka, P. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Muslim (Studi Kasus Pada Perusahaan Jasa Servis Bengkel Hp Semarang CV. Wafana Group).
- Farida, I., Tarmizi, A. & November, Y. (2016). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Gojek Online. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*. Vol. 1, No. ISSN: 2527 – 7502.
- Firatmadi, A. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan serta dampaknya terhadap loyalitas pelanggan. *Journal of Business Studies*, 2(2), 80-105.
- Gaffar, Vanessa. (2017). *Customer Relationship Management and Marketing Public relation*. Bandung: Alfabeta.
- Griffin. (2005). *Customer Loyalty*. Jakarta: Erlangga
- Gumussoy, C. A., & Koseoglu, B. (2016). The effects of service quality, perceived value and price fairness on hotel customers' satisfaction and loyalty. *Journal of Economics, Business and Management*, 4(9), 523-527.

- Istiarni, P. R. D., & Hadiprajitno, P. B. (2014). Analisis pengaruh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan dan kredibilitas terhadap minat penggunaan berulang internet banking dengan sikap penggunaan sebagai variabel intervening (studi empiris: nasabah layanan internet banking di Indonesia). *Diponegoro Journal of Accounting*, 3(2), 888-897.
- Jayani, Dwi Hadya; Widowati, H. (2019). Jumlah Penduduk Dunia Pada 2019 Capai 7,7 Miliar Jiwa. Databoks, 2050.
- Jogiyanto, H.M. (2007). *Metode Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman–Pengalaman*. Yogyakarta: BPFE.
- Kademaunga, C. K., & Phiri, J. (2019). Factors affecting successful implementation of electronic procurement in government institutions based on the Technology Acceptance Model. *Open Journal of Business and Management*, 7(04), 1705.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012), *Manajemen Pemasaran* Jilid I Edisi ke 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Edisi tiga belas Bahasa Indonesia. Jilid 1 dan 2. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Philip. (2011). *Manajemen Pemasaran di Indonesia* (edisi 1). Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. (2001). *Principle Of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler dan Keller. (2012). *Marketing Managemen*. (edisi14). Global edition: Pearson Education.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran* edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 2. Jakarta: PT Indeks.
- Lee, P.H., Han. F., Ting. C.L., Chen, Y.C., Chang. C.C., and Hsien. H.L. (2006). Glycemic Control and the Risk of Tuberculosis: A Cohort Study. *PLoS Med* 13(8): e1002072.

- Murni, C. H. (2020). Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Online Shop di Shopee (*Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo*).
- Montolalu, M. T. (2013). The Impact Of Service Quality And Price To Customer Satisfaction And Customer Loyalty In Swiss-Belhotel Maleosan Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4).
- Neuman, S. P. (2003). Maximum likelihood Bayesian averaging of uncertain model predictions. *Stochastic Environmental Research and Risk Assessment*, 17(5), 291-305.
- Novianti, N., Endri, E., & Darlius, D. (2018). Kepuasan Pelanggan Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan. *MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(1), 90-108.
- Pramesti, W. N. & Nawangsari, S. (2017). Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Layanan, dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Tokopedia. com). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 4(3), 385-394.
- Pranindana, S. A. (2011). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Pelanggan untuk Menggunakan Transportasi GO-JEK di Semarang. *Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro*.
- Pratiwi, N. I. (2017). Penggunaan media video call dalam teknologi komunikasi. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 1(2), 202-224.
- Pratiwi, R. P., Ekanova, A. P., & Nagari, O. P. (2022). Pengaruh Promosi Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Layanan Shopeefood Di Jakarta. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 1(2), 18-28.
- Robinette, R. L., & Ha, J. C. (2001). Social and ecological factors influencing vigilance by northwestern crows, *Corvus caurinus*. *Animal Behaviour*, 62(3), 447-452.
- Safitri, E., Rahayu, M., & Indrawati, N. K. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Service Center [Studi Pada Pelanggan Samsung Service Center Di Kota Malang. *Ekonomi Bisnis*, 21(1), 90-104.
- Saputri, F. S., & Sukresna, I. M. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Website, Kemudahan Penggunaan Website, Keamanan Website, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada e-commerce shopee). *Jurnal Akuntansi dan Pajak*, 23(2).

- Setiawan, M. A. (2017). *Belajar dan pembelajaran*. Uwais Inspirasi Indonesia.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2000). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2014). Model keputusan konsumen. *Perilaku konsumen*, 5, 1-41.
- Supranto, J. (2006). Pengukuran tingkat kepuasan pelanggan untuk menaikkan pangsa pasar. *Jakarta: Rineka Cipta*, 299.
- Tjiptono. (2014). *Prinsip-prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta: Andi Offset
- Tjiptono. (2012). *Pemasaran Jasa*. Malang: Banyumedia Publishing.
- Tjiptono dan Chandra. (2011). *Service, Quality and Satisfaction* (ed 3).
- Tjiptono. (2019). *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan*. Edisi 1. Yogyakarta. Andy.
- Wells, W. D., & Prentsky, D. (1996). An introduction to consumer behavior. *Journal of Consumer Behavior*, 1-33.

LAMPIRAN

LAMPIRAN

Biodata

Informasi Pribadi

Nama Lengkap : Putri Fadhilah Ahmad Zaiem
Tempat, Tanggal Lahir : Makassar, 6 Januari 2001
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Alamat Rumah : Komp. Perum Ikip Timur B2/25
No. Handphone : 081354706018
Email : putrifadhilah@gmail.com

Riwayat Pendidikan

SD Inpres Unggulan BTN Pemda	2007-2013
SMP Islam Athirah Makassar	2013-2016
SMA Negeri 11 Makassar	2016-2019
Universitas Hassanuddin	2019-2023

Pendidikan Informal

2019 : Pelatihan Basic Learning Skill, Character and Creativity (BALANCE)
Universitas Hasanuddin

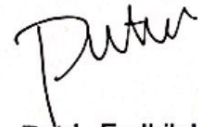
KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH KEPUASAN DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN APLIKASI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN SHOPEE

Dalam rangka penyusunan skripsi untuk menyelesaikan studi jenjang Strata 1 (S1) Perkenalkan saya Putri Fadhilah Ahmad Zaiem, mahasiswi jurusan manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin (UNHAS), melakukan penelitian dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul "Pengaruh Kepuasan dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi terhadap Loyalitas Pelanggan Shopee".

Sehubungan dengan hal tersebut, saya mohon kesediaan saudara/l untuk bersedia mengisi kuesioner sesuai dengan keadaan yang dialami dan di rasakan. Informasi yang diberikan dijamin rahasia dan digunakan hanya untuk kepentingan akademis. Atas kesediaan waktu untuk mengisi kuesioner ini, diucapkan terimakasih.

Peneliti



Putri Fadhilah
Ahmad Zaiem

A. Profil responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin
 - a. Laki-Laki
 - b. Perempuan
3. Angkatan :
 - a. 2019
 - b. 2020
 - c. 2021
4. Frekuensi berbelanja di Shopee :
 - a. < 2 kali
 - b. 3-9 kali
 - c. >10 kali

B. Kuisisioner

Pilihlah salah satu jawaban yang paling sesuai

Pilihan Jawaban :

Sangat Tidak Setuju (STS),

Tidak Setuju (TS),

Netral (N),

Setuju (S),

Sangat Setuju (TS)

DAFTAR PERNYATAAN

	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
A.	Kepuasan Pelanggan (X₁)					
	1. Produk yang dijual Shopee sesuai dengan yang saya harapkan.					
	2. Shopee memiliki banyak pilihan produk dan harga yang ditawarkan sesuai dengan yang saya harapkan.					
B.	Kemudahan Penggunaan Aplikasi (X₂)					
	1. Prosedur Pemesanan Produk pada aplikasi Shopee mudah untuk dimengerti..					
	2. Bahasa dan petunjuk pada aplikasi Shopee mudah untuk dipahami.					
	3. Saya dapat mengoperasikan situs Shopee dengan mudah.					
	4. Saya merasa tampilan pada aplikasi Shopee mudah dipahami.					
	5. Produk yang ditampilkan aplikasi Shopee sangat jelas.					
	6. Proses pencarian produk, took online, dan merek pada aplikasi Shopee sangat mudah.					
	7. Aplikasi Shopee bisa digunakan/diakses kapanpun dan dimanapu.					
	8. Aplikasi Shopee bisa diakses menggunakan device apapun.					
C.	Loyalitas Pelanggan (Y)					
	1. Saya akan membeli kembali produk yang telah dijual oleh online shop Shopee. .					
	2. Saya akan terus berbelanja online di aplikasi Shopee.					
	3. Saya selalu menyukai berbelanja online menggunakan aplikasi Shopee.					

	4. Saya mempunyai keinginan untuk tetap berbelanja online di aplikasi Shopee.					
	5. Saya akan tetap memilih Shopee sebagai e-commerce dalam berbelanja online.					
	6. Saya akan menjadikan Shopee sebagai pilihan utama saat saya ingin berbelanja online					
	7. Saya akan memilih Shopee sebagai pilihan yang terbaik dalam berbelanja online					
	8. Saya tidak akan beralih pada e-commerce lainnya, karena saya yakin Shopee adalah yang terbaik					
	9. Ketika saya puas terhadap produk yang saya beli, saya akan merekomendasikan Shopee kepada orang lain.					
	10. Saya akan merekomendasikan Shopee untuk menjadi pilihan utama dalam menggunakan e-commerce.					

Tabulasi Data

No	Kepuasan Pelanggan		Total
	X1.1	X1.2	
1	3	3	6
2	4	4	8
3	3	3	6
4	4	4	8
5	5	5	10
6	5	5	10
7	5	5	10
8	4	5	9
9	5	5	10
10	5	5	10
11	5	4	9
12	4	5	9
13	4	5	9
14	5	5	10
15	5	5	10
16	5	5	10
17	5	5	10
18	5	5	10
19	5	5	10
20	5	5	10
21	4	4	8
22	5	4	9
23	4	5	9
24	5	5	10
25	4	5	9
26	5	5	10
27	5	5	10
28	5	5	10
29	4	4	8
30	4	4	8
31	4	4	8
32	4	4	8
33	4	3	7
34	4	4	8
35	4	3	7
36	4	4	8
37	4	4	8
38	3	3	6
39	4	4	8
40	4	4	8

41	3	3	6
42	4	4	8
43	4	3	7
44	4	4	8
45	4	4	8
46	4	4	8
47	3	2	5
48	4	3	7
49	3	3	6
50	2	2	4
51	4	4	8
52	4	3	7
53	4	4	8
54	4	4	8
55	4	4	8
56	5	5	10
57	5	5	10
58	5	4	9
59	5	5	10
60	5	5	10
61	5	5	10
62	5	5	10
63	5	5	10
64	5	4	9
65	5	5	10
66	5	5	10
67	5	5	10
68	5	5	10
69	5	5	10
70	5	5	10
71	5	5	10
72	4	5	9
73	4	4	8
74	4	5	9
75	4	4	8
76	5	5	10
77	5	5	10
78	4	5	9
79	5	5	10
80	5	4	9
81	4	5	9
82	5	5	10
83	5	5	10

84	5	5	10
85	5	5	10
86	5	5	10
87	5	5	10
88	5	4	9
89	5	5	10
90	5	5	10
91	4	5	9
92	5	5	10
93	5	5	10
94	4	4	8
95	5	5	10
96	4	4	8
97	5	5	10
98	5	5	10
99	5	5	10
100	5	5	10

No	Kemudahan Penggunaan Aplikasi								Total
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	
1	3	4	3	3	3	3	4	4	27
2	4	4	4	4	4	3	4	3	30
3	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	3	4	4	4	4	4	3	4	30
5	4	4	4	4	4	4	4	4	32
6	5	5	5	5	5	5	5	4	39
7	4	5	4	5	4	5	4	5	36
8	5	5	5	5	5	5	5	5	40
9	5	5	5	5	5	5	5	5	40
10	4	4	5	4	5	4	5	4	35
11	4	4	4	4	4	4	4	4	32
12	4	5	4	5	4	5	4	5	36
13	4	4	4	4	4	4	4	4	32
14	4	4	4	5	5	5	5	4	36
15	4	4	4	4	4	5	5	5	35
16	4	4	4	4	4	4	4	4	32
17	5	5	5	5	5	5	5	5	40
18	5	5	5	5	5	5	5	5	40
19	5	5	4	5	4	5	5	5	38
20	5	5	5	5	5	5	5	5	40
21	5	5	5	5	5	4	5	4	38
22	4	4	4	4	4	4	4	4	32
23	4	4	4	4	4	4	4	4	32
24	5	5	5	4	5	4	5	4	37
25	4	4	4	4	4	4	4	4	32
26	4	5	4	5	4	5	5	4	36
27	4	4	4	5	5	5	4	4	35
28	4	4	4	4	4	4	4	4	32
29	4	5	4	5	4	4	4	4	34
30	4	5	4	5	4	5	5	5	37
31	4	4	4	4	4	4	4	4	32
32	4	4	4	4	5	4	5	4	34
33	4	3	4	3	4	3	4	3	28
34	3	3	3	3	3	3	3	3	24
35	3	4	3	3	3	3	4	3	26
36	3	3	3	3	3	3	3	3	24
37	3	3	3	3	3	3	3	3	24
38	3	4	3	3	4	3	4	3	27
39	3	4	3	4	3	3	3	4	27
40	3	4	4	3	3	3	4	4	28

41	3	3	3	3	3	3	3	3	24
42	3	4	4	3	4	3	4	3	28
43	3	3	3	3	3	3	3	3	24
44	4	3	4	4	4	4	4	4	31
45	4	4	4	4	4	4	4	4	32
46	3	3	3	3	3	3	3	3	24
47	3	2	3	3	2	2	2	3	20
48	2	2	2	2	2	2	2	2	16
49	2	3	2	3	2	2	2	3	19
50	2	2	2	2	2	2	2	2	16
51	2	3	2	3	3	3	3	2	21
52	3	3	2	3	3	2	2	2	20
53	3	4	3	4	4	3	3	3	27
54	4	4	4	4	4	3	4	3	30
55	4	4	4	4	4	4	5	4	33
56	4	4	4	4	4	4	4	4	32
57	5	5	5	5	4	5	4	5	38
58	5	4	5	5	4	5	4	4	36
59	5	5	5	5	5	5	5	5	40
60	5	5	4	5	5	5	4	5	38
61	5	5	5	5	5	5	5	5	40
62	5	5	5	5	4	5	4	5	38
63	4	4	4	4	4	4	4	4	32
64	4	4	4	4	4	4	4	4	32
65	4	4	4	4	4	4	5	5	34
66	5	5	5	4	4	4	5	5	37
67	4	4	5	4	5	5	5	4	36
68	4	5	5	5	5	4	4	4	36
69	5	5	4	5	5	4	4	4	36
70	5	4	5	4	5	5	5	5	38
71	5	4	4	5	5	4	4	4	35
72	4	4	5	4	5	4	5	5	36
73	4	4	4	4	4	4	4	4	32
74	4	4	4	4	4	4	4	4	32
75	4	4	5	4	5	4	5	5	36
76	4	4	4	4	4	4	4	4	32
77	5	4	4	4	4	4	4	4	33
78	5	4	5	5	5	4	5	4	37
79	5	4	5	5	4	5	4	5	37
80	5	5	4	5	5	4	5	5	38
81	4	4	4	4	4	4	4	4	32
82	5	5	5	5	4	5	5	5	39
83	4	5	4	5	4	5	5	4	36

84	5	4	5	4	5	5	5	5	38
85	5	5	5	5	5	5	5	5	40
86	5	4	5	5	5	5	5	5	39
87	4	4	4	4	5	5	5	5	36
88	4	5	4	4	4	4	4	4	33
89	5	5	5	4	5	4	4	4	36
90	5	4	5	5	5	4	5	5	38
91	4	4	4	4	4	4	4	4	32
92	5	5	4	5	4	5	5	4	37
93	4	4	4	4	5	4	4	4	33
94	5	4	4	5	4	5	4	5	36
95	5	5	4	4	4	4	4	4	34
96	4	5	4	4	4	5	5	5	36
97	4	4	4	4	5	4	5	4	34
98	4	4	4	4	5	4	5	5	35
99	4	3	3	3	4	4	4	4	29
100	4	3	4	4	4	3	4	4	30

No	Loyalitas Pelanggan										Total
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	
1	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	34
2	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	35
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	38
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
6	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	43
7	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
10	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	47
11	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	47
12	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	45
13	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	42
14	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	44
15	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	43
16	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	46
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
18	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	45
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
21	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	47

22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
23	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	43
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
25	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	44
26	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	44
27	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	46
28	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	43
29	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	43
30	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	45
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
33	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	44
34	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	35
35	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	34
36	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
37	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	34
38	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
39	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
40	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	33
41	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
43	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
44	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	38
45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
46	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	36
47	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	27
48	3	2	2	2	2	2	3	3	2	3	24
49	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	21
50	2	3	3	2	3	2	3	2	3	2	25
51	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	27
52	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
53	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
54	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	37
55	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	37
56	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	46
57	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	47
58	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	45
59	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	47
60	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	46
61	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	48
62	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
63	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	46
64	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	43

Frequencies
Kepuasan Pelanggan (X1)

		Statistics		
		X1.1	X1.2	KepuasanPelanggan
N	Valid	100	100	100
	Missing	0	0	0
Mean		4.46	4.44	8.90
Std. Deviation		.658	.756	1.337

Frequency Table

		X1.1			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.0	1.0	1.0
	3	6	6.0	6.0	7.0
	4	39	39.0	39.0	46.0
	5	54	54.0	54.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

		X1.2			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	2.0	2.0	2.0
	3	10	10.0	10.0	12.0
	4	30	30.0	30.0	42.0
	5	58	58.0	58.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Kemudahan Penggunaan Aplikasi (X2)

Statistics

	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	KemudahanPenggunaanAplikasi
N Valid	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean	4.08	4.12	4.05	4.13	4.13	4.04	4.17	4.08	32.80
Std. Deviation	.800	.742	.783	.761	.774	.840	.805	.787	5.561

Frequency Table

X2.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	4	4.0	4.0	4.0
3	16	16.0	16.0	20.0
4	48	48.0	48.0	68.0
5	32	32.0	32.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

X2.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	3	3.0	3.0	3.0
3	13	13.0	13.0	16.0
4	53	53.0	53.0	69.0
5	31	31.0	31.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

X2.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	5	5.0	5.0	5.0
3	13	13.0	13.0	18.0
4	54	54.0	54.0	72.0
5	28	28.0	28.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

X2.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	2.0	2.0	2.0
	3	17	17.0	17.0	19.0
	4	47	47.0	47.0	66.0
	5	34	34.0	34.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	4	4.0	4.0	4.0
	3	12	12.0	12.0	16.0
	4	51	51.0	51.0	67.0
	5	33	33.0	33.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	5	5.0	5.0	5.0
	3	18	18.0	18.0	23.0
	4	45	45.0	45.0	68.0
	5	32	32.0	32.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	5	5.0	5.0	5.0
	3	10	10.0	10.0	15.0
	4	48	48.0	48.0	63.0
	5	37	37.0	37.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	4	4.0	4.0	4.0
	3	15	15.0	15.0	19.0
	4	50	50.0	50.0	69.0
	5	31	31.0	31.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Loyalitas Pelanggan (Y)**Statistics**

	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	LoyalitasPelanggan
N Valid	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean	4.06	4.14	4.11	4.10	3.98	4.16	4.08	4.14	4.16	4.08	41.01
Std. Deviation	.736	.804	.751	.798	.778	.801	.787	.752	.775	.761	6.796

Frequency Table**Y1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	3.0	3.0	3.0
	3	15	15.0	15.0	18.0
	4	55	55.0	55.0	73.0
	5	27	27.0	27.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	5	5.0	5.0	5.0
	3	11	11.0	11.0	16.0
	4	49	49.0	49.0	65.0
	5	35	35.0	35.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	3.0	3.0	3.0
	3	14	14.0	14.0	17.0
	4	52	52.0	52.0	69.0
	5	31	31.0	31.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	5	5.0	5.0	5.0
	3	12	12.0	12.0	17.0
	4	51	51.0	51.0	68.0
	5	32	32.0	32.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	4	4.0	4.0	4.0
	3	19	19.0	19.0	23.0
	4	52	52.0	52.0	75.0
	5	25	25.0	25.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	4	4.0	4.0	4.0
	3	13	13.0	13.0	17.0
	4	46	46.0	46.0	63.0
	5	37	37.0	37.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	3.0	3.0	3.0
	3	18	18.0	18.0	21.0
	4	47	47.0	47.0	68.0
	5	32	32.0	32.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	3.0	3.0	3.0
	3	13	13.0	13.0	16.0
	4	51	51.0	51.0	67.0
	5	33	33.0	33.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	3.0	3.0	3.0
	3	14	14.0	14.0	17.0
	4	47	47.0	47.0	64.0
	5	36	36.0	36.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	3.0	3.0	3.0
	3	16	16.0	16.0	19.0
	4	51	51.0	51.0	70.0
	5	30	30.0	30.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Loyalitas Pelanggan	Pearson Correlation	.858**	.881**	.879**	.881**	.888**	.885**	.874**	.875**	.894**	.861**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

Reliability Kepuasan Pelanggan (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.914	3

Reliability Kemudahan Penggunaan Aplikasi (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.799	9

Reliability Loyalitas Pelanggan (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.789	11

Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized
		B	Std. Error	Coefficients Beta
1	(Constant)	3.987	2.469	
	KepuasanPelanggan	1.116	.408	.220
	KemudahanPenggunaanAplikasi	.826	.098	.676

a. Dependent Variable: LoloyalitasPelanggan

Uji Parsial (Uji T)

Coefficients^a

Model		t	Sig.
1	(Constant)	1.615	.110
	KepuasanPelanggan	2.732	.007
	KemudahanPenggunaanAplikasi	8.409	.000

a. Dependent Variable: LoloyalitasPelanggan

Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3330.411	2	1665.205	129.992	.000 ^b
	Residual	1242.579	97	12.810		
	Total	4572.990	99			

a. Dependent Variable: LoloyalitasPelanggan

b. Predictors: (Constant), KemudahanPenggunaanAplikasi, KepuasanPelanggan

Koefisien Determinan (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.853 ^a	.728	.723	3.579	1.695

a. Predictors: (Constant), KemudahanPenggunaanAplikasi, KepuasanPelanggan

b. Dependent Variable: LoloyalitasPelanggan