

Lampiran 1

KUESIONER
PENGARUH *RELATIONSHIP* MARKETING
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
(Studi Pada Alfamidi Malang)

Kepada Yth:

Bapak/Ibu/Saudara/i Responden

Di Tempat

Sehubungan dengan penyusunan skripsi yang berjudul Pengaruh *Relationship Marketing* Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Alfamidi Malang). Maka dengan hormat, saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi kuesioner (daftar pernyataan) yang tersedia.

Daftar pernyataan ini saya ajukan semata-mata untuk keperluan penelitian sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan jenjang Strata Satu (S1), Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Semua informasi dari kuesioner ini terjamin kerahasiaannya. Atas partisipasi Saudara/i dalam mengisi daftar pernyataan/kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Fariza Aulia

Lampiran 1

Bagian I : Identifikasi Pelanggan

Petunjuk Pengisian :

Berilah tanda (√) pada pilihan yang telah disediakan.

1. Nama (Boleh Tidak Diisi) :.....
2. Usia :.....
3. Jenis Kelamin :
 Pria Wanita
4. Pekerjaan :
 PNS Pegawai Swasta
 Wiraswasta Ibu Rumah Tangga
 Pelajar/Mahasiswa Lain-Lain

Bagian II : Analisis Pengaruh *Relationship Marketing* Terhadap Loyalitas Pelanggan

Petunjuk Pengisian

Mohon Bapak / Ibu/ Saudara berkenan memberi jawaban sesuai dengan keadaan yang dirasakan oleh Bapak / Ibu/ Saudara selama ini, dengan cara memberikan tanda *cek list* (√) pada salah satu kotak pada kolom yang tersedia.

Jawaban yang tersedia berupa skala likert yaitu antara 1-5, yang mempunyai arti:

- | | |
|-------------------------------|------------------------|
| 1 = Sangat Tidak Setuju (STS) | 4 = Setuju (S) |
| 2 = Tidak Setuju (TS) | 5 = Sangat Setuju (SS) |
| 3 = Biasa Saja/ Netral (N) | |

Lampiran 1

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
A	<i>Financial Benefits(X₁)</i>					
1	Harga produk di Alfamidi lebih murah dibandingkan tempat lain.					
2	Alfamidi memberikan potongan harga bagi pelanggan yang berbelanja menggunakan kartu midicard.					
3	Alfamidi memberikan <i>voucer</i> belanja untuk pemilik kartu midicard yang mencapai poin tertentu.					
4	Alfamidi memberikan program undian berhadiah.					
5	Adanya pemotongan harga untuk pembelian gabungan produk tertentu.					
B	<i>Social Benefits(X₂)</i>					
6	Pramuniaga Alfamidi mengucapkan selamat datang ketika saya memasuki toko.					
7	Pramuniaga Alfamidi seolah-olah mengenal saya sebagai pelanggan setia.					
8	Alfamidi menyediakan sarana penampung saran / pengaduan.					
9	Pramuniaga Alfamidi memperlakukan saya dengan baik.					
C	<i>Structural Benefits (X₃)</i>					
10	Alfamidi memberikan informasi yang baik dan benar kepada saya.					
11	Penataan produk di Alfamidi memudahkan saya menemukan produk yang dicari.					
12	Pramuniaga Alfamidi segera memohon maaf kepada saya ketika terjadi kesalahan.					
13	Alfamidi memberikan layanan <i>customer service</i> via telepon atau internet.					
D	Loyalitas Pelanggan					
14	Saya sering melakukan pembelian berulang di Alfamidi.					
15	Saya tidak berminat untuk beralih ke tempat lain.					

16	Saya tidak mempermasalahkan selisih harga produk yang di tawarkan Alfamidi dari pada di tempat lainnya.					
17	Saya menganjurkan orang lain untuk berbelanja di Alfamidi.					
18	Jika saya mempunyai modal, saya ingin menjadi partner(bekerjasama dalam hal bisnis) Alfamidi ini.					

Lampiran 2

Daftar Pertanyaan

1. Bagaimana profil serta perkembangan Alfamidi ini?
 - a. Sejarah
 - b. Struktur organisasi dan *job deskripsi*
 - c. Karakteristik pramuniaga dalam menghadapi pelanggan
2. Bagaimana upaya Alfamidi dalam menjaga hubungan baik dengan pelanggan (seperti program-program yang diadakan)?
3. Bagaimana pengimplementasian *financial benefit*, *social benefits*, dan *structural benefits* yang diberikan Alfamidi kepada pelanggan?
4. Apa keuntungan menggunakan midicard?

Lampiran 3

Karakteristik Responden

no	Usia	Jenis Kelamin	Pekerjaan
1	1	2	2
2	1	1	5
3	1	2	5
4	1	1	5
5	2	2	4
6	2	2	1
7	2	2	1
8	4	2	4
9	4	1	6
10	2	2	2
11	4	1	3
12	4	1	1
13	2	2	3
14	3	2	4
15	4	2	4
16	1	1	5
17	1	2	4
18	1	2	5
19	2	2	1
20	2	2	3
21	1	2	5
22	1	2	4
23	2	2	4
24	1	2	5
25	2	1	1
26	4	1	6
27	4	2	4
28	4	1	3
29	1	2	4
30	1	2	4
31	1	1	5
32	3	2	3
33	3	2	4
34	3	2	4

35	3	2	4
36	3	2	4
37	1	2	5
38	1	2	5
39	4	2	4
40	4	2	2
41	1	1	5
42	1	2	5
43	4	1	1
44	4	1	1
45	3	2	3
46	4	1	3
47	1	2	5
48	1	1	4
49	2	1	3
50	1	1	5
51	1	2	2
52	2	1	6
53	1	2	2
54	1	1	5
55	1	2	5
56	1	2	4
57	1	2	3
58	2	1	3
59	5	2	4
60	5	1	6
61	3	2	4
62	4	2	3
63	1	2	2
64	1	2	4
65	1	1	3
66	2	1	2
67	2	1	2
68	1	2	3
69	1	2	2
70	1	2	2
71	1	2	3
72	4	2	3
73	2	1	3

74	2	2	2
75	3	1	1
76	3	1	2
77	3	2	4
78	3	2	4
79	5	2	4
80	4	2	4
81	4	2	4
82	5	2	4
83	2	2	4
84	2	1	3
85	4	2	4
86	4	2	3
87	3	2	4
88	1	2	5
89	2	1	5
90	3	2	3

Keterangan:

A. Usia

1. 16-15 th
2. 26-35 th
3. 36-45 th
4. 46-55 th
5. 56-65 th

B. Jenis kelamin

1. Pria
2. Wanita

C. Pekerjaan

1. PNS
2. Pegawai Swasta
3. Wiraswasta
4. Ibu Rumah Tangga

5. Pelajar/Mahasiswa

6. Lain-Lain

Lampiran 4

Hasil Jawaban Responden

no	X1					X2				X3				Y				
	X _{1.1}	X _{1.2}	X _{1.3}	X _{1.4}	X _{1.5}	X _{2.1}	X _{2.2}	X _{2.3}	X _{2.4}	X _{3.1}	X _{3.2}	X _{3.3}	X _{3.4}	X _{4.1}	X _{4.2}	X _{4.3}	X _{4.4}	X _{4.5}
1	3	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	3	1	2	3	3	3
2	1	1	1	1	1	5	5	1	5	5	5	5	5	1	3	4	2	5
3	2	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	2	2	2	2	3	4
4	2	4	3	5	5	3	3	4	4	2	3	4	3	2	4	3	1	3
5	3	4	4	4	5	5	5	4	4	3	3	4	3	2	3	3	2	4
6	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	3	3	1	3	1
7	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4
8	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3
10	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	2	4	4	3
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	5	4	5	3	3
12	4	4	4	4	4	5	4	5	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3
13	3	4	4	4	4	5	4	5	4	3	4	4	4	4	3	4	3	2
14	3	4	4	4	4	4	5	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3
15	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	2	5	3	3	3	4
16	3	4	5	3	3	5	4	5	4	5	5	5	4	3	3	3	3	3
17	5	4	4	4	3	4	3	5	4	3	4	3	4	3	5	4	3	4
18	4	4	4	3	4	3	4	4	4	5	3	3	3	4	3	4	3	4
19	4	3	4	5	4	4	3	4	5	4	3	4	3	4	3	4	3	5
20	4	3	3	2	3	5	4	2	3	2	2	3	2	4	3	2	2	3
21	3	4	3	4	3	4	3	2	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2
22	2	3	3	3	2	4	4	2	3	3	2	3	2	3	4	3	2	2
23	3	4	4	3	3	2	2	1	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4
24	2	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	1	3	2	1	2	4
25	1	2	2	3	4	5	5	4	3	3	2	3	2	4	3	3	4	3
26	2	2	4	2	4	5	5	5	3	3	3	4	4	2	4	4	5	4
27	4	2	4	4	3	4	2	5	5	4	4	5	5	3	5	3	5	4
28	1	5	5	5	5	5	5	3	5	4	3	2	1	5	3	2	3	5
29	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	2	2	2
30	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3
31	3	4	4	5	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3
32	3	2	2	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	3	2	3	4
33	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	3	5	4	2
34	1	4	4	3	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	3	4	3	4
35	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2
36	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
37	1	4	4	5	4	5	5	3	4	3	5	4	1	1	2	4	1	3

38	1	4	4	4	4	5	5	3	3	5	5	4	2	2	3	4	1	4	
39	5	5	4	5	5	5	4	4	5	3	5	4	5	5	5	4	4	3	
40	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	3	4	
41	3	4	4	3	3	2	1	2	1	1	3	3	2	3	2	3	1	1	
42	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	
43	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
44	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	3	2	3	
45	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	
46	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	4	2	4	
47	4	4	3	3	5	4	4	4	4	4	3	5	5	5	3	4	3	4	
48	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	2	3	4	4	4	4	4	
49	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	
50	1	4	3	3	3	3	3	3	5	4	5	5	5	4	4	1	3	5	
51	1	4	4	4	4	5	5	5	4	3	3	4	3	3	1	4	4	4	
52	1	3	2	3	3	3	2	3	4	4	5	5	4	3	3	4	3	5	
53	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
54	3	5	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	2	3	3	3	3	3	
55	3	3	2	5	5	5	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	
56	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4	3	3	
57	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	5	4	3	
58	3	4	5	3	3	5	4	4	4	4	4	4	3	4	3	2	3	4	
59	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	3	5	5	4	4	5	
60	2	2	2	2	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	2	4	3	2	
61	3	2	3	4	5	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	
62	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
63	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	3	5	3	3	4	3	5	4	
64	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	
65	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	
66	3	2	2	3	4	3	2	4	4	4	4	4	4	3	3	4	2	2	
67	3	2	2	5	4	4	5	3	3	4	4	3	4	3	5	4	4	4	
68	2	4	4	3	3	5	4	4	5	4	2	3	3	2	2	2	4	4	
69	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	
70	2	3	3	4	3	3	2	3	4	4	4	3	4	2	2	3	3	3	
71	2	4	4	5	4	4	2	1	1	2	2	4	2	3	3	2	2	3	
72	3	2	2	4	3	5	4	3	4	5	5	4	3	5	5	5	2	4	
73	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	3	3	4	3	
74	3	2	2	5	5	5	4	1	5	4	4	5	3	5	3	4	4	5	
75	4	4	4	4	4	5	5	4	5	3	4	3	3	4	4	5	4	5	
76	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	
77	2	4	4	4	4	5	5	3	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	
78	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	
79	3	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	
80	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	3	4	4	

81	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
82	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4
83	4	5	4	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3
84	1	4	5	4	5	5	5	5	4	3	3	4	5	4	4	5	2	5
85	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4
86	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5
87	5	5	4	4	5	4	5	4	3	5	4	5	5	4	4	5	4	5
88	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	2	3	3
89	2	4	3	5	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	5	2	2
90	4	4	3	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4

Keterangan:

X1 = *Financial benefits*

X_{1.1} = Menawarkan produk yang lebih murah

X_{1.2} = Memberikan diskon

X_{1.3} = Reward untuk pelanggan yang memiliki poin tertentu

X_{1.4} = Program hadiah

X_{1.5} = Memberikan rabat

X2 = *Social Benefits*

X_{2.1} = *Fraternization*

X_{2.2} = Pelanggan merasa dikenal oleh pramuniaga minimarket

X_{2.3} = Tersedianya sarana penilaian

X_{2.4} = Memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan

X3 = *Structural Benefits*

X_{3.1} = Memberikan informasi secara benar

X_{3.2} = Pelanggan nyaman dengan *layout* minimarket

X_{3.3} = Pelanggan mendapatkan penanganan secara langsung

X_{3.4} = Layanan customer service via telepon maupun internet

Y = Loyalitas Pelanggan

Y₁ = *Repeat purchase*

Y₂ = Tidak berminat untuk beralih ke minimarket lain

Y₃ = Pelanggan idak sensitif harga

Y₄ = Keinginan pelanggan untuk merekomendasikan

Y₅ = Keinginan pelanggan untuk menjadi *partner*

Jawaban Responden

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Biasa Saja/ Netral

4 = Setuju

5 = Sangat Setuju

Lampiran 5

Hasil uji distribusi frekuensi

1. Karakteristik Responden

Statistics

		usia	jenis kelamin	jenis pekerjaan
N	Valid	90	90	90
	Missing	0	0	0

usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	16-25	34	37.8	37.8	37.8
	26-35	19	21.1	21.1	58.9
	36-45	14	15.6	15.6	74.4
	46-55	19	21.1	21.1	95.6
	56-65	4	4.4	4.4	100.0
Total		90	100.0	100.0	

jenis kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	pria	29	32.2	32.2	32.2
	wanita	61	67.8	67.8	100.0
Total		90	100.0	100.0	

jenis pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	PNS	8	8.9	8.9	8.9
	pegawai swasta	12	13.3	13.3	22.2
	wiraswasta	19	21.1	21.1	43.3
	ibu rumah tangga	29	32.2	32.2	75.6
	pelajar/mahasiswa	18	20.0	20.0	95.6
	lain-lain	4	4.4	4.4	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

Lampiran 6

2. Variabel *Relationship Marketing*

financial benefit

Statistics

		harga lebih murah	potongan harga untuk penggunaan Midicard	voucher untuk pemegang kartu Midicard	undian berhadiah	rabat
N	Valid	90	90	90	90	90
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		3.01	3.63	3.57	3.92	3.93

harga lebih murah

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	10	11.1	11.1	11.1
	TS	16	17.8	17.8	28.9
	N	35	38.9	38.9	67.8
	S	21	23.3	23.3	91.1
	SS	8	8.9	8.9	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

potongan harga untuk penggunaan Midicard

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.1	1.1	1.1
	TS	14	15.6	15.6	16.7
	N	13	14.4	14.4	31.1
	S	51	56.7	56.7	87.8
	SS	11	12.2	12.2	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

Lampiran 6

voucher untuk pemegang kartu Midicard

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.1	1.1	1.1
	TS	13	14.4	14.4	15.6
	N	17	18.9	18.9	34.4
	S	52	57.8	57.8	92.2
	SS	7	7.8	7.8	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

undian berhadiah

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.1	1.1	1.1
	TS	3	3.3	3.4	4.5
	N	18	20.0	20.2	24.7
	S	47	52.2	52.8	77.5
	SS	20	22.2	22.5	100.0
	Total	90	100	100.0	
Total		90	100.0	100.0	

rabat

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.1	1.1	1.1
	TS	1	1.1	1.1	2.2
	N	20	22.2	22.2	24.4
	S	49	54.4	54.4	78.9
	SS	19	21.1	21.1	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

Lampiran 7

Social Benefits

Statistics

		greeting dari praminiaga	friendship	tersedia sarana pengaduan	memberikan pelayanan yang baik
N	Valid	90	90	90	90
	Missing	0	0	0	0
Mean		4.20	3.90	3.76	4.03

greeting dari praminiaga

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	2.2	2.2	2.2
	N	10	11.1	11.1	13.3
	S	46	51.1	51.1	64.4
	SS	32	35.6	35.6	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

friendship

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.1	1.1	1.1
	TS	6	6.7	6.7	7.8
	N	17	18.9	18.9	26.7
	S	43	47.8	47.8	74.4
	SS	23	25.6	25.6	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

tersedia sarana pengaduan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	4	4.4	4.4	4.4
	TS	4	4.4	4.4	8.9
	N	16	17.8	17.8	26.7
	S	52	57.8	57.8	84.4
	SS	14	15.6	15.6	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

Lampiran 7

memberikan pelayanan yang baik

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2.2	2.2	2.2
	N	12	13.3	13.3	15.6
	S	55	61.1	61.1	76.7
	SS	21	23.3	23.3	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

Lampiran 8

Structural Benefit

Statistics

		informasi yang benar	penataan produk yang memudahkan pencarian	penanganan langsung ketika terjadi masalah	layanan CS via telp dan internet
N	Valid	90	90	90	90
	Missing	0	0	0	0
Mean		3.78	3.84	3.99	3.46

informasi yang benar

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.1	1.1	1.1
	TS	3	3.3	3.3	4.4
	N	25	27.8	27.8	32.2
	S	47	52.2	52.2	84.4
	SS	14	15.6	15.6	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

penataan produk yang memudahkan pencarian

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	5	5.6	5.6	5.6
	N	20	22.2	22.2	27.8
	S	49	54.4	54.4	82.2
	SS	16	17.8	17.8	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

penanganan langsung ketika terjadi masalah

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	3	3.3	3.3	3.3
	N	14	15.6	15.6	18.9
	S	54	60.0	60.0	78.9
	SS	19	21.1	21.1	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

Lampiran 8

layanan CS via telp dan internet

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	3.3	3.3	3.3
	TS	13	14.4	14.4	17.8
	N	26	28.9	28.9	46.7
	S	36	40.0	40.0	86.7
	SS	12	13.3	13.3	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

Lampiran 9

Loyalitas Pelanggan

Statistics

		repeat purchase	tidak berminat untuk beralih ke tempat lain	tidak sensitif harga	pelanggan merekomendasikan pada orang lain	keinginan pelanggan untuk menjadi partner
N	Valid	90	90	90	90	90
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		3.63	3.30	3.57	3.24	3.56

repeat purchase

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	3.3	3.3	3.3
	TS	8	8.9	8.9	12.2
	N	22	24.4	24.4	36.7
	S	43	47.8	47.8	84.4
	SS	14	15.6	15.6	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

tidak berminat untuk beralih ke tempat lain

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.1	1.1	1.1
	TS	13	14.4	14.4	15.6
	N	44	48.9	48.9	64.4
	S	22	24.4	24.4	88.9
	SS	10	11.1	11.1	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

tidak sensitif harga

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	3.3	3.3	3.3
	TS	10	11.1	11.1	14.4
	N	22	24.4	24.4	38.9
	S	43	47.8	47.8	86.7
	SS	12	13.3	13.3	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

Lampiran 9

pelanggan merekomendasikan pada orang lain

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	4	4.4	4.4	4.4
	TS	13	14.4	14.4	18.9
	N	37	41.1	41.1	60.0
	S	29	32.2	32.2	92.2
	SS	7	7.8	7.8	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

keinginan pelanggan untuk menjadi partner

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2.2	2.2	2.2
	TS	9	10.0	10.0	12.2
	N	29	32.2	32.2	44.4
	S	37	41.1	41.1	85.6
	SS	13	14.4	14.4	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

Lampiran 10

Uji validitas dan Reliabilitas (n=30)

1. Uji Validitas X1

Correlations

		x1
harga lebih murah	Pearson Correlation	.684**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
potongan harga untuk penggunaan Midicard	Pearson Correlation	.686**
	Sig. (2-tailed)	.001
	N	30
hadiah untuk pemegang kartu Midicard	Pearson Correlation	.768**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
program berhadiah	Pearson Correlation	.729**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
rabat	Pearson Correlation	.799**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30

2. Uji Validitas X2

Correlations

		x2
greating dari praminiaga	Pearson Correlation	.676**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
friendship	Pearson Correlation	.852**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
tersedia sarana pengaduan	Pearson Correlation	.612**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
memberikan pelayanan yang baik	Pearson Correlation	.664**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).		

Lampiran 10

3. Uji Validitas X3

Correlations

		x3
informasi yang benar	Pearson Correlation	.718**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
penataan produk yang memudahkan pencari	Pearson Correlation	.605
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
penanganan langsung ketika terjadi masalah	Pearson Correlation	.713**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
layanan CS via telp dan internet	Pearson Correlation	.624**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30

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

4. Uji Validitas Y

Correlations

		Y
repeat purchase	Pearson Correlation	.738**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
tidak berminat untuk beralih ke tempat lain	Pearson Correlation	.602**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
tidak sensitif harga	Pearson Correlation	.610**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
pelanggan merekomendasikan pada orang lain	Pearson Correlation	.603**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
keinginan pelanggan untuk menjadi partner	Pearson Correlation	.616**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30

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

Lampiran 10

1. Uji Reliabilitas X1

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.759	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
harga lebih murah	13.43	6.944	.465	.741
potongan harga untuk penggunaan Midicard	12.37	8.033	.405	.755
hadiah untuk pemegang kartu Midicard	12.40	6.524	.597	.690
undian berhadiah	12.67	6.644	.527	.717
rabat	12.33	6.575	.662	.669

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
15.80	10.234	3.199	5

2. Uji Reliabilitas X2

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.663	4

Lampiran 10

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
greeting dari praminiaga	10.20	4.166	.439	.602
friendship	10.83	2.695	.610	.466
tersedia sarana pengaduan	10.90	4.369	.337	.661
memberikan pelayanan yang baik	10.47	4.257	.434	.607

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
14.13	6.189	2.488	4

3. Uji Reliabilitas X3

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.672	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
informasi yang benar	11.03	4.930	.414	.664
penataan produk yang memudahkan pencari	11.93	5.616	-.440	.695
penanganan langsung ketika terjadi masalah	12.13	6.016	.427	.765
layanan CS via telp dan internet	12.50	6.086	.587	.796

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
15.53	10.016	2.240	4

Lampiran 10

4. Uji Reliabilitas Y

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.608	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
repeat purchase	11.33	4.368	.461	.410
tidak berminat untuk beralih ke tempat lain	12.07	5.995	.194	.500
tidak sensitif harga pelanggan	12.20	5.338	.335	.417
merekomendasikan pada orang lain	11.73	5.444	.331	.521
keinginan pelanggan untuk menjadi partner	11.33	5.954	.105	.567

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
14.67	7.540	2.746	5

Lampiran 11

Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	4.165	2.424		1.718	.089		
x1	.158	.100	.154	1.575	.119	.880	1.136
x2	.211	.142	.160	1.489	.140	.733	1.364
x3	.461	.130	.365	3.548	.001	.798	1.253

a. Dependent Variable: y

Uji Heterokedastisitas

Correlations

			abs_res
Spearman's rho	x1	Correlation Coefficient	-.024
		Sig. (2-tailed)	.823
		N	90
	x2	Correlation Coefficient	.172
		Sig. (2-tailed)	.105
		N	90
	x3	Correlation Coefficient	.011
		Sig. (2-tailed)	.920
		N	90

Uji Autokorelasi

Model Summary^p

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.543 ^a	.574	.548	2.77658	1.937

a. Predictors: (Constant), x3, x1, x2

b. Dependent Variable: y

Lampiran 11

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		90
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.72938368
Most Extreme Differences	Absolute	.046
	Positive	.030
	Negative	-.046
Kolmogorov-Smirnov Z		.436
Asymp. Sig. (2-tailed)		.991
a. Test distribution is Normal.		

Lampiran 12

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	x3, x1, x2 ^a		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: y

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.543 ^a	.574	.548	2.77658

a. Predictors: (Constant), x3, x1, x2

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	249.891	3	83.297	10.805	.000 ^a
	Residual	663.009	86	7.709		
	Total	912.900	89			

a. Predictors: (Constant), x3, x1, x2

b. Dependent Variable: y

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1 (Constant)	4.165	2.424		1.718	.089			
x1	.158	.100	.154	2.575	.019	.281	.167	.145
x2	.211	.142	.160	2.489	.040	.376	.158	.137
x3	.461	.130	.365	3.548	.001	.467	.357	.326

a. Dependent Variable: y