

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN

Kuesioner Penelitian

Responden yang terhormat, saya Devi Retno NawangSari, mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Malangkeçcwara Malang dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul **“Pengaruh Promosi, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Kolam Pancing Bulu Rejo”**. Bersama ini, saya memohon kesediaannya untuk mengisi kuesioner yang telah saya sediakan. Atas perhatian dan waktunya saya ucapkan terima kasih.

A. Karakteristik Responden

1. Email :
2. Nama :
3. Jenis Kelamin :
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
4. Umur :tahun

B. Daftar Pertanyaan

Berilah tanda (√) pada jawaban yang menurut saudara/i sesuai berdasarkan penelitian dibawah ini

Keterangan :

- 1 : Sangat Tidak Setuju
- 2 : Tidak Setuju
- 3 : Ragu - Ragu
- 4 : Setuju
- 5 : Sangat Setuju

C. Kuesioner Pernyataan

1. Word of Mouth

No	Pernyataan	1	2	3	4	
1	Saya memberikan costumer review pada postingan Kurnia Jaya Marmer Malang di Sosial Media					

2	Saya merekomendasikan produk marmer kepada teman					
3	Saya merekomendasikan produk marmer kepada keluarga					
4	Saya berbagi pengalaman di suatu perbincangan mengenai produk marmer					
5	Saya membicarakan hal hal yang positif terkait tentang produk kurnia jaya marmer malang kepada orang sekitar					
6	Saya mendorong keluarga/teman untuk membeli produk pada kurnia jaya marmer malang					

2. Relationship Marketing

No	Pernyataan	1	2	3	4	
1	Saya yakin atas produk yang ditawarkan oleh kurnia jaya marmer dan menjadikan saya sebagai pelanggan kurnia jaya marmer					
2	Layanan yang ditawarkan telah sesuai dengan apa yang dijanjikan oleh penjual dan menjadikan saya sebagai pelanggan kurnia jaya marmer					
3	Jaminan pengembalian produk yang sesuai dengan harapan konsumen dan menjadikan saya menjadi pelanggan pada kurnia jaya marmer					
4	Pesanan akan dikerjakan apabila sudah melakukan pembayaran awal/uang muka dan menjadikan saya sebagai pelanggan kurnia jaya marmer					
5	Informasi yang disampaikan mengenai produk sudah sangat jelas dan menjadikan saya sebagai pelanggan kurnia jaya marmer					
6	Pihak penjual menangani dengan cepat					

	apabila terjadi masalah dalam pengerjaan dan menjadikan saya sebagai pelanggan kurnia jaya marmer					
--	---	--	--	--	--	--

3. Loyalitas Pelanggan

No	Pernyataan	1	2	3	4	
1	Saya sering melihat perkembangan produk kurnia jaya marmer malang di sosial media					
2	Saya berkomentar positif di postingan mengenai produk kurnia jaya marmer malang di sosial media					
3	Sebagai pelanggan, saya sering melakukan pembelian ulang produk pada kurnia jaya marmer malang					
4	Saya merasa bangga menggunakan produk marmer dari kurnia jaya marmer malang					
5	Saya membeli produk di kurnia jaya marmer malang karena reputasi produk yang bagus.					
6	Tingkat keamanan dan kenyamanan produk Marmer sudah memenuhi keinginan saya					

4. Kepuasan Pelanggan

No	Pernyataan	1	2	3	4	
1	Variasi motif produk marmer yang ditawarkan memberikan tampilan yang menarik secara visual					
2	Saya bersedia merekomendasikan produk kurnia jaya marmer malang kepada orang di sekitar					
3	Saya memberikan rating yang bagus di google maps kurnia jaya marmer malang					
4	Sangat mudah apabila ingin berkonsultasi mengenai produk marmer					

5	Layanan yang diberikan terhadap penanganan masalah sesuai dengan harapan				
6	informasi yang diberikan oleh kurnia jaya marmer malang di sosial media sesuai dengan harapan				

LAMPIRAN 2 DATA RESPONDEN PENGISIAN KUESIONER

No				
1	deviretnonawangarsi@gmail.com	devi retno	Perempuan	22
2	ndcloth22@gmail.com	Firmansyah	Laki - Laki	40
3	baguscahbagus20@gmail.com	Bagus	Laki - Laki	23
4	devagost21@gmail.com	Subandi	Laki - Laki	49
5	lombadota1@gmail.com	Budi	Laki - Laki	37
6	adinnndaahehe@gmail.com	Adinda	Perempuan	27
7	lombadota2@gmail.com	Hariyono	Laki - Laki	42
8	isamebel@gmail.com	Isa mebel	Laki - Laki	48
9	rifanzik18@gmail.com	Arfan rizky	Laki - Laki	28
10	sindiayulidyah@gmail.com	Sindi ayu	Perempuan	28
11	tibingranit@gmail.com	Khotibin	Laki - Laki	45
12	meubelpiramid@yahoo.com	Isa Alkatiri	Laki - Laki	54
13	manusuparnu@gmail.com	Manu	Laki - Laki	39
14	erikoafriyanto@gmail.com	ERIKO AFRIYANTO	Laki - Laki	33
15	drsyadesain@yahoo.com	Budi Suhardjo	Laki - Laki	55
16	illiyinevierda@gmail.com	illiyine sabrina	Perempuan	21
17	makkakun909@gmail.com	Muhakommah	Perempuan	56
18	rawatbumi.ind@gmail.com	Selamet riadi	Laki - Laki	39
19	kariskumbara@gmail.com	Kharisma Kumbarakarta	Laki - Laki	37
20	harhor770@gmail.com	Horida	Perempuan	35
21	onasishasibuan@gmail.com	Robin	Laki - Laki	36
22	syaanm@gmail.com	Syaiful Anam	Laki - Laki	35
23	Stefanidestyanti@gmail.com	Stefani	Perempuan	31
24	shev.ariyani@gmail.com	Ariyani	Perempuan	38
25	core.acore8310@gmail.com	Abdi firmansyah	Laki - Laki	40
26	namakoerindu@gmail.com	Rindu marini	Perempuan	37
27	ruiclaudio1104@gmail.com	Rui Claudio Firmansyah	Laki - Laki	40
28	mhmmdfaizabd28@gmail.com	Muhammad Faiz Abdillah	Laki - Laki	36
29	fajarabdillah1276@gmail.com	Mochamad Fajar Abdilah	Laki - Laki	47
30	putrireycapramudita2001@gmail.com	Putri Reyca Pramudita	Perempuan	22
31	adeetwichak@gmail.com	Aditya Wicaksono Indrawan	Laki - Laki	24
32	adamkaruniad@gmail.com	ADAM KARUNIA	Laki - Laki	25

33	sumarni@gmail.com	sumarni	Perempuan	42
34	adisundawa22@gmail.com	Adi Sundawa	Laki - Laki	32
35	trisetiyobudi@gmail.com	budi	Laki - Laki	44
36	Yohanifebby0822@gmail.com	Yohani Febby	Perempuan	30
37	Gofurardi5@gmail.com	Gofour	Laki - Laki	37
38	Ekosuharjo67@gmail.com	Eko Suharjo	Laki - Laki	53
39	Sinyoatg88@gmail.com	Sinyo	Laki - Laki	49
40	Hadihasan3@gmail.com	Hadi Hasan	Laki - Laki	52

LAMPIRAN 3 HASIL ANALISIS SPSS 29 STATISTIK DESKRIPTIF

1. Word of Mouth (X1)

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

35	4	4	5	5	5	5	28
36	4	5	5	5	5	5	29
37	5	4	3	3	5	4	24
38	4	5	3	5	4	4	25
39	2	4	3	3	3	4	19
40	4	2	3	3	3	2	17

2. Relationship Marketing (X2)

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

39	4	5	3	5	4	4	25
40	3	2	3	2	2	3	15

3. Loyalitas Pelanggan (Y)

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

4. Kepuasan Pelanggan (Z)

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

LAMPIRAN 4 HASIL ANALISIS SPSS 29 UJI VALIDITAS

X1

		Correlations						
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	Total
X1.1	Pearson Correlation	1	,216	,295	,279	,362*	,283	,614**
	Sig. (2-tailed)		,181	,065	,082	,022	,077	<,001
	N	40	40	40	40	40	40	40
X1.2	Pearson Correlation	,216	1	,222	,344*	,218	,477**	,655**
	Sig. (2-tailed)	,181		,169	,030	,177	,002	<,001
	N	40	40	40	40	40	40	40
X1.3	Pearson Correlation	,295	,222	1	,199	,212	,465**	,631**
	Sig. (2-tailed)	,065	,169		,217	,188	,002	<,001
	N	40	40	40	40	40	40	40
X1.4	Pearson Correlation	,279	,344*	,199	1	,213	,191	,611**
	Sig. (2-tailed)	,082	,030	,217		,187	,238	<,001
	N	40	40	40	40	40	40	40
X1.5	Pearson Correlation	,362*	,218	,212	,213	1	,228	,593**
	Sig. (2-tailed)	,022	,177	,188	,187		,157	<,001
	N	40	40	40	40	40	40	40
X1.6	Pearson Correlation	,283	,477**	,465**	,191	,228	1	,687**
	Sig. (2-tailed)	,077	,002	,002	,238	,157		<,001
	N	40	40	40	40	40	40	40
Total	Pearson Correlation	,614**	,655**	,631**	,611**	,593**	,687**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	40	40	40	40	40	40	40

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

X2

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Total
X2.1	Pearson Correlation	1	,247	,493**	,246	,265	,163	,625**
	Sig. (2-tailed)		,124	,001	,127	,099	,315	<,001
	N	40	40	40	40	40	40	40
X2.2	Pearson Correlation	,247	1	,115	,490**	,247	,342*	,646**
	Sig. (2-tailed)	,124		,480	,001	,124	,031	<,001
	N	40	40	40	40	40	40	40
X2.3	Pearson Correlation	,493**	,115	1	,094	,256	,291	,598**
	Sig. (2-tailed)	,001	,480		,566	,111	,068	<,001
	N	40	40	40	40	40	40	40
X2.4	Pearson Correlation	,246	,490**	,094	1	,263	,237	,648**
	Sig. (2-tailed)	,127	,001	,566		,102	,141	<,001
	N	40	40	40	40	40	40	40
X2.5	Pearson Correlation	,265	,247	,256	,263	1	,085	,621**
	Sig. (2-tailed)	,099	,124	,111	,102		,604	<,001
	N	40	40	40	40	40	40	40
X2.6	Pearson Correlation	,163	,342*	,291	,237	,085	1	,547**
	Sig. (2-tailed)	,315	,031	,068	,141	,604		<,001
	N	40	40	40	40	40	40	40
Total	Pearson Correlation	,625**	,646**	,598**	,648**	,621**	,547**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	40	40	40	40	40	40	40

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Y

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Total
Y.1	Pearson Correlation	1	,471**	,216	,169	,189	,295	,595**
	Sig. (2-tailed)		,002	,181	,297	,242	,065	<,001
	N	40	40	40	40	40	40	40
Y.2	Pearson Correlation	,471**	1	,154	,388*	,146	,351*	,667**
	Sig. (2-tailed)	,002		,342	,013	,369	,026	<,001
	N	40	40	40	40	40	40	40
Y.3	Pearson Correlation	,216	,154	1	,190	,131	,163	,541**
	Sig. (2-tailed)	,181	,342		,240	,422	,316	<,001
	N	40	40	40	40	40	40	40
Y.4	Pearson Correlation	,169	,388*	,190	1	,296	,205	,632**
	Sig. (2-tailed)	,297	,013	,240		,063	,205	<,001
	N	40	40	40	40	40	40	40
Y.5	Pearson Correlation	,189	,146	,131	,296	1	,297	,602**
	Sig. (2-tailed)	,242	,369	,422	,063		,063	<,001
	N	40	40	40	40	40	40	40
Y.6	Pearson Correlation	,295	,351*	,163	,205	,297	1	,600**
	Sig. (2-tailed)	,065	,026	,316	,205	,063		<,001
	N	40	40	40	40	40	40	40
Total	Pearson Correlation	,595**	,667**	,541**	,632**	,602**	,600**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	40	40	40	40	40	40	40

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Z

		Correlations						
		Z.1	Z.2	Z.3	Z.4	Z.5	Z.6	Total
Z.1	Pearson Correlation	1	,306	,249	,166	,348*	,203	,606**
	Sig. (2-tailed)		,055	,121	,307	,028	,208	<,001
	N	40	40	40	40	40	40	40
Z.2	Pearson Correlation	,306	1	,338*	,199	,343*	,363*	,650**
	Sig. (2-tailed)	,055		,033	,219	,030	,021	<,001
	N	40	40	40	40	40	40	40
Z.3	Pearson Correlation	,249	,338*	1	,309	,379*	,194	,653**
	Sig. (2-tailed)	,121	,033		,052	,016	,231	<,001
	N	40	40	40	40	40	40	40
Z.4	Pearson Correlation	,166	,199	,309	1	,199	,304	,602**
	Sig. (2-tailed)	,307	,219	,052		,218	,056	<,001
	N	40	40	40	40	40	40	40
Z.5	Pearson Correlation	,348*	,343*	,379*	,199	1	,304	,656**
	Sig. (2-tailed)	,028	,030	,016	,218		,057	<,001
	N	40	40	40	40	40	40	40
Z.6	Pearson Correlation	,203	,363*	,194	,304	,304	1	,624**
	Sig. (2-tailed)	,208	,021	,231	,056	,057		<,001
	N	40	40	40	40	40	40	40
Total	Pearson Correlation	,606**	,650**	,653**	,602**	,656**	,624**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	40	40	40	40	40	40	40

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

LAMPIRAN 5 HASIL ANALISIS SPSS 29 UJI REALIBILITAS

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,694	6

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,663	6

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,642	6

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,693	6

LAMPIRAN 6 HASIL ANALISIS SPSS 29 UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,64615266
Most Extreme Differences	Absolute	,098
	Positive	,079
	Negative	-,098
Test Statistic		,098
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		,200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	,411
	99% Confidence Interval	Lower Bound

Upper Bound	,424
-------------	------

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.
- e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 1314643744.

LAMPIRAN 7 HASIL ANALISIS SPSS 29 UJI MULTIKOLINIERITAS

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3,681	2,938		1,253	,218		
	Word of Mouth	,285	,140	,295	2,038	,049	,471	2,1
	Relationship Marketing	,202	,186	,190	1,087	,284	,322	3,1
	Kepuasan Pelanggan	,360	,131	,417	2,753	,009	,431	2,3

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

LAMPIRAN 8 HASIL ANALISIS SPSS 29 UJI HETEROSKEDASTISITAS

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,580	1,776		,890	,380
	Word of Mouth	-,065	,084	-,177	-,771	,446
	Relationship Marketing	,191	,112	,474	1,706	,097
	Kepuasan Pelanggan	-,139	,079	-,424	-1,765	,086

a. Dependent Variable: Abs_RES

LAMPIRAN 9 HASIL ANALISIS SPSS 29 UJI HIPOTESIS (UJI T)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,554	3,215		,483	,632
	Word of Mouth	,342	,152	,332	2,254	,030
	Relationship Marketing	,578	,167	,510	3,464	,001

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

LAMPIRAN 10 HASIL ANALISIS SPSS 29 UJI KOEFISIEN DETERMINASI R²

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,784 ^a	,615	,594	1,863

a. Predictors: (Constant), Relationship Marketing, Word of Mouth

b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

LAMPIRAN 11 HASIL ANALISIS SPSS 29 UJI MODERASI (MRA)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-22,631	12,674		-1,786	,083
	Word of Mouth	4,007	1,483	3,889	2,702	,011
	Relationship Marketing	-2,681	1,342	-2,368	-1,997	,054
	Kepuasan Pelanggan	1,471	,598	1,598	2,460	,019
	X1M	-,144	,057	-6,539	-2,517	,017

X2M	,108	,051	4,749	2,128	,041
-----	------	------	-------	-------	------

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

LAMPIRAN 12 TABEL T

Pr df	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
1	1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2	0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3	0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4	0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5	0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6	0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7	0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8	0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9	0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10	0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11	0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12	0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13	0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14	0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15	0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16	0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17	0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18	0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19	0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20	0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21	0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22	0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23	0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24	0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25	0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26	0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27	0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28	0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29	0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30	0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31	0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32	0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33	0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34	0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35	0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36	0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262

37	0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38	0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
39	0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40	0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688

LAMPIRAN 12 TABEL R

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126

37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791