

DAFTAR PUSTAKA

- Agritika, D. F., Hartoyo, & Suharjo, B. (2024). The Effect Of E-Service Quality Through Customer Satisfaction And Customer Trust On Customer Loyalty Of Klikindomaret Users. *Indonesian Journal Of Business And Entrepreneurship*, 10(1), 203-213.
[Http://Dx.Doi.Org/10.17358/IJBE.10.1.203](http://Dx.Doi.Org/10.17358/IJBE.10.1.203)
- Ahmad, K., & Nurmansyah, A. A. H. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Pada Produk Minuman Penambah Tenaga Non Cair Extra Joss Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Kherulyadi. *Journal Of Management And Bussines (JOMB) Volume*, 6(4), 1759–1767.
[Https://Doi.Org/10.31539/Jomb.V6i4.10714](https://Doi.Org/10.31539/Jomb.V6i4.10714)
- Ain, Q., Azizah, Nurkhayati, I., & Zaenuddin, A. (2024). Pengaruh Customer Experience Dan Trust Terhadap Repurchase Intention Tiket Kereta Api. *Bangun Rekaprima*, 10(2), 182–193.
- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Ambarita, R., & Siagian, M. (2024). Pengaruh Kepercayaan Konsumen , Keamanan Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Pada Toko Online Lazada. *Economics And Digital Business Review*, 5(1), 435–447.
- Ardiyani, M., & Andriana, A. N. (2024). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Mixue Ice Cream & Tea Samarinda. *Journal Of Economic, Bussines And Accounting (COSTING)*, 7(4), 7478–7492. [Https://Doi.Org/10.31539/Costing.V7i4.10003](https://Doi.Org/10.31539/Costing.V7i4.10003)
- Ariandi, M. A., & Rinaldi, M. (2025). Trust As A Mediator Between Customer Experience And Repurchase Intention : Evidence From Tiktok Shop Users. *Priviet Social Sciences Journal*, 5(8), 291–301.
[Https://Doi.Org/10.55942/Pssj.V5i8.661](https://Doi.Org/10.55942/Pssj.V5i8.661) Volume
- Barus, A. C. B., & Nisa, P. C. (2025). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 11(5), 46–65.
[Https://Doi.Org/https://Jurnal.Peneliti.Net/Index.Php/JIWP/Article/View/10454](https://Doi.Org/https://Jurnal.Peneliti.Net/Index.Php/JIWP/Article/View/10454)
- Boonlertvanich, K. (2019). Service Quality, Satisfaction, Trust, And Loyalty: The Moderating Role Of Main-Bank And Wealth Status. *International Journal Of Bank Marketing*, 37(1), 278–302. [Https://Doi.Org/10.1108/IJBM-02-2018-0021](https://Doi.Org/10.1108/IJBM-02-2018-0021)
- Buntarman, C., & Rodhiah. (2022). Pengaruh Ease Of Use , Trust , Dan Privacy Concern Terhadap Repurchase Intention Pada Situs Jual Beli Online

Bukalapak. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 04(02), 301–309.

Chandra, T., Chandra, S., & Hafni, L. (2020). *Service Quality, Consumer Satisfaction, Dan Consumer Loyalty: Tinjauan Teoritis* (Ed. 1). CV IRDH.

Dananjaya, P. A., & Giantari, I. G. A. K. (2023). Peran Kepercayaan Memediasi Pengaruh Customer Experience Terhadap Repurchase Intention Konsumen Shopee. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 12(09), 1786–1795.

Davis, J. H., Schoorman, F. D., Mayer, R. C., & TAN, H. H. (2000). The Trusted General Manager And Unit Performance: Empirical Evidence Of A Competitive Advantage. *Strategic Management Journal*, 21(5), 563–576. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1097-0266\(200005\)21:5<563::AID-SMJ99>3.0.CO;2-0](https://doi.org/10.1002/(SICI)1097-0266(200005)21:5<563::AID-SMJ99>3.0.CO;2-0) THE

Dewi, I. T. T., Jundrio, H., Ardiansyah, Utami, R., & Andri, S. (2025). Customer Experience Dan E-Service Quality Sebagai Penentu Kepercayaan Konsumen Di Platform E- Commerce. *Jurnal Bina Manajemen*, 14(1), 70–79. <https://doi.org/10.52859/Jbm.V14i1.820>

Dewi, N. W. P. N., & Giantari, I. G. A. K. (2022). The Mediation Role Of Customer Satisfaction And Trust In The Effect Of Online Shopping Experience On Repurchasing Intention. *European Journal Of Business And Management Research*, 7(3), 78–83. <https://doi.org/10.24018/Ejbmr.2022.7.3.1293>

Dutta, B. (2016). Exploring The Factors Of Consumer Repurchase Intention In Online Shopping. *International Journal Of Computer Science And Information Security (IJCSIS)*, 14(12), 520–543.

Eftitah, E., Martini, N. N. P., Susbiyani, A., & Herlambang, T. (2023). Pengaruh Kepuasan Dan Citra Rumah Sakit Terhadap Kepercayaan Dan Loyalitas Pasien. *Jurnal Ekonomi*, 19(1), 69–88.

Falah, N., & Sumiati, S. (2025). *Pengaruh Pengalaman Pelanggan Dan Kualitas Yang Dirasakan Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Konsumen Cafe Indomaret Point Coffe Semarang Di Kota Semarang*. 8(2), 732–746. <https://doi.org/10.37817/IKRAITH-EKONOMIKA>

Fibrian, L. A., & Rizal, A. (2025). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Lazada. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 8(2), 1495–1504. <https://doi.org/10.36778/Jesya.V8i2.2150>

Firmansyah, N., & Ali, H. (2019). Consumer Trust Model: The Impact Of Satisfaction And E-Service Quality Toward Repurchase Intention In E-Commerce. *Saudi Journal Of Humanities And Social Sciences*, 4(8), 552–559. <https://doi.org/10.21276/Sjhss.2019.4.8.4>

- Fitri, D. R., & Gufron, M. (2025). Pengaruh Pengalaman Konsumen (Customer Experience) Dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan Kopi Ruang Temu Tulungagung. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 13(2), 125–136.
- Gefen, D., Karahanna, E., & Straub, D. W. (2003). Trust And Tam In Online Shopping: An Integrated Model. *MIS Quarterly*, 27(1), 51–90. <https://doi.org/10.2307/30036519>
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26* (Edisi 10). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, J. (2005). *Customer Loyalty: Menumbuhkan Dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Erlangga.
- Gultom, D. K., Arif, M., & Fahmi, M. (2020). Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan. *MANEGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(2), 171–180. <https://doi.org/10.30596/Maneggio.V3i2.5290> Published
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis* (8th Ed.). Cengage Learning.
- Hairunnisa, S., Fathurrahman, & Sofyan, A. S. (2024). Pengaruh Quality Of Islamic Services, Harga, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Di Kheyla Mart. *Jurnal Ekonomi Islam*, 4(3), 1–9.
- Hakim, F. M., & Oktafani, F. (2023). Pengaruh Customer Experience Dan Customer Trust Terhadap Repurchase Intention Pada E-Commerce Lazada Indonesia. *Economics And Digital Business Review*, 4(1), 1000–1007.
- Halim, F., Kurniullah, A. Z., Butarbutar, M., Efendi, Sudarso, A., Purba, B., Lie, D., Sisca, Simarmata, H. M. P., Permadi, L. A., & Novela, V. (2021). *Manajemen Pemasaran Jasa* (R. Watrianthos (Ed.)). Yayasan Kita Menulis.
- Handayani, F., & Budiarta, K. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Customer Experience Terhadap Kepuasan Konsumen Di Restoran Barak Kota Subulussalam. *Jurnal Akuntansi Hukum Dan Edukasi*, 1(2), 419–425. <https://doi.org/10.57235/Jahe.V1i2.3756>
- Hapsari, K. S. A., & Warmika, I. G. K. (2021). Peran Customer Trust Memediasi Pengaruh Customer Experience Terhadap Positive Word Of Mouth (Studi Pada Konsumen Cat Café Sanur) Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali , Indonesia ABSTRAK PENDAHULUAN Indonesia Terus Mempersiapkan. *E-Jurnal Manajemen*, 10(11), 1076–1095. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2021.V10.I11.P02>
- Hasan, A. (2013). *Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan*. CAPS (Center For Academic Publishing Service).

- Haykall, A. F., & Sulhaini. (2024). Pengaruh Kepuasan Terhadap Kepercayaan Dan Loyalitas Konsumen Pengguna E-Commerce Bhinneka Kota Mataram. *Unram Management Review*, 4(3), 34–42.
- Hellier, P. K., Geursen, G. M., Carr, R. A., & Rickard, J. A. (2003). Customer Repurchase Intention: A General Structural Equation Model. *European Journal Of Marketing*, 37(11), 1762–1800.
- Irawan. (2008). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Elex Media Komputindo.
- Istiyono, W. A., & Rizal, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *SEIKO: Journal Of Management & Business*, 5(2), 2022–2395.
<https://doi.org/10.37531/Sejaman.V5i2.2174>
- Jannah, S. A., & Hayuningtias, K. A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan. *Jesya*, 7(1), 489–500.
<https://doi.org/10.36778/Jesya.V7i1.1421>
- Juliansyah, A. D., & Rusfian, E. Z. (2024). Pengaruh Pengalaman Pelanggan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Mediasi Kepuasan Nasabah Pada Bank Maybank Indonesia. *Journal Of Economic, Business And Accounting*, 7(6), 6421–6428.
- Juniantari, N. M. R., Imbayani, I. G. A., & Prayoga, I. M. S. (2025). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan, Kepuasan Pelanggan, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Toko Murni Kosmetik Kota Denpasar. *Jurnal Emas*, 6(6), 1388–1402. <https://doi.org/10.36733/Emas.V6i6.11263>
- Keni, K. (2020). How Perceived Usefulness And Perceived Ease Of Use Affecting Intent To Repurchase? *Jurnal Manajemen*, XXIV(03), 481–496.
<http://dx.doi.org/10.24912/Jm.V24i3.680>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (14th Ed). Pearson Education.
- Kurniawan, D., & Suwitho. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Minat Pemakaian Jasa Ulang Suwitho Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 8(7), 7.
- Lee, C., Eze, U., & Ndubisi, N. (2011). Analyzing Key Determinants Of Online Repurchase Intentions. *Asia Pacific Journal Of Marketing And Logistics Emerald Article*, 23(2), 200–221.
<https://doi.org/10.1108/13555851111120498>
- Lemke, F., Clark, M., & Wilson, H. (2011). Customer Experience Quality : An Exploration In Business And Consumer Contexts Using Repertory Grid

- Technique. *Journal Of The Academy Of Marketing Science*, 39(6), 846–869.
- Lemon, K. N., & Verhoef, P. C. (2016). Understanding Customer Experience Throughout The Customer Journey. *Journal Of Marketing*, 80(6), 69–96.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2011). *Services Marketing: People, Technology, Strategy* (7th Ed.). Pearson Education.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa* (3 (Ed.)). Salemba Empat.
- Mahameru Lenteralega, Muhammad Hilmana Chaska, & Windarko. (2024). Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Warung Kopi Tuku. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis (JEMB)*, 1(6), 9–23. <https://doi.org/10.62017/Jemb.V1i6.1532>
- Maharany, A. M., Saidani, B., & Fidhyallah, N. F. (2021). Pengaruh Kepuasan Dan Manfaat Yang Dirasakan Terhadap Minat Beli Ulang Pada E-Commerce Marketplace X Di Indonesia. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan Volume 2 No. 2 (2021) Pengaruh*, 2(2), 401–416.
- Marques, E. A. D., & Dewi, N. M. W. K. (2022). Peran Green Trust Memediasi Green Perceived Value Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Green Repurchase Intention. *Jurnal Sosial Dan Teknologi (SOSTECH)*, 2(11), 1019–1036.
- Maulidah, S., Budiarti, L., & Sulasari, A. (2024). Pengaruh Gaya Hidup Dan Kepercayaan Terhadap Minat Pembelian Ulang Pada Pelanggan Gofood Di Kota Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 10(2), 409–416.
- Mcknight, D. H., Choudhury, V., & Kacmar, C. (2002). Developing And Validating Trust Measures For E-Commerce: An Integrative Typology. *Information Systems Research*, 13(3), 334–359. <https://doi.org/10.1287/isre.13.3.334.81>
- Mowen, J. C., & Minor, M. S. (2017). *Consumer Behavior*. Pearson Education.
- Mumu, F. A. G., & Respati, N. N. R. (2023). The Role Of Trust Mediating The Influence Of Customer Experience On Repurchase Intention (Study On Sociolla Customers In Denpasar City). *American Journal Of Humanities And Social Sciences Research (AJHSSR)*, 07(07), 234–242.
- Ningsih, A., & Humis, D. (2023). Pengaruh Customer Experience Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Memediasi Kepuasan Pelanggan. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(6), 2971–2979. <https://doi.org/10.35870/Jemsi.V9i6.2016>
- Ningsih, A., & Sari, R. N. (2024). Customer Value Dan Customer Experience Terhadap Customer Satisfaction. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 10(3), 2171–2178. <https://doi.org/10.35870/Jemsi.V10i3.2610>

- Nurhasanah, S. (2016). *Praktikum Statistika 2 Untuk Ekonomi Dan Bisnis*. Salemba Empat.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Alfabeta.
- Putra, A. A. P., & Sumartik. (2024). The Role Of Customer Experience, Brand Image And Trust On Consumer Repurchase Interests Of Indomaret Porong Branch. *Management Studies And Entrepreneurship Journal*, 5(2), 4082–4107. [Http://Journal.Yrpioku.Com/Index.Php/Msej](http://Journal.Yrpioku.Com/Index.Php/Msej)
- Putri, A. R. (2025). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Unit Usaha Retail Kobantitar Mart. *Scientific Journal Of Reflection: Economic, Accounting, Management And Business*, 8(2), 584–593.
- Putri, K., & Sukawati, T. (2020). The Role Of Trust Mediates The Effect Of Customer Satisfaction On Repurchase Intention (Study On Consumer Chatime) In Denpasar City. *American Journal Of Humanities And Social Sciences Research (AJHSSR) E-ISSN:2378-703X*, 4(8), 412–418.
- Robinette, S., Brand, C., & Lenz, V. (2001). *Emotion Marketing The Hallmark Way Of Winning Customers For Life* (1st Ed.). Mcgraw-Hill. <https://doi.org/10.1036/0071374477>
- Rufliansah, F. F., & Daryanto Seno, A. H. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Rainbow Creative Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(4), 389–401. <https://doi.org/10.14710/Jiab.2020.28226>
- Sabrina, N. N., Ginting, P., & Silalahi, A. S. (2023). *The Effect Of Customer Value , Customer Experience And Customer Trust On Customer (Ace Hardware Medan Customer)*. 17(April), 718–732.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Andi.
- Sartika, D., & Waris, A. (2023). Pengaruh Pengalaman Konsumen Dan Potongan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Produk Emina. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 9(2), 43–50.
- Schmitt, B. H. (1999). *Experiential Marketing: How To Get Customers To Sense, Feel, Think, Act, And Relate To Your Company And Brands*. The Free Press.
- Schmitt, B. H. (2003). *Customer Experience Management: A Revolutionary Approach To Connecting With Your Customers*. John Wiley & Sons.
- Shiddiq, D. A., & Andika, B. T. (2025). Pengaruh Percieved Usefulness , Review Quantity , Trust , Dan Rating Product Terhadap Customer Satisfaction Pada

E-Commerce Shopee. *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, 03(02), 163–178. <https://Journal.Uii.Ac.Id/Selma/Index>

Siagian, F. R., Nst, A. A., Sijabat, F. T. J., Samosir, L. N., Mawaddah, S., Siregar, O. M., & Siregar, A. M. (2024). Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Repurchase Intention Pada Aplikasi Shopee (Studi Pada Mahasiswa S1 Pengguna Aplikasi Shopee Di Universitas Sumatera Utara). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital*, 01(04), 873–880.

Simanjuntak, Y. A., & Nawawi, M. T. (2025). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Repurchase Intention Pengguna Aplikasi Tokopedia Di Tangerang. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 07(01), 310–317.

Stein, A., & Ramaseshan, B. (2020). The Customer Experience – Loyalty Link: Moderating Role Of Motivation Orientation. *Journal Of Service Management*, 31(1), 51–78. <https://doi.org/10.1108/JOSM-04-2019-0113>

Subagio, D. P. W., Mugiono, M., & Hadiwidjojo, D. (2018). The Influence Of Perceived Ease Of Use On Repurchase Usefulness And Trust As A Mediation Variable. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 6(1), 35–44. <http://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jmdk/article/view/2067>

Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Sutopo (Ed.)). Alfabeta Bandung.

Sunyoto, D. (2015). *Perilaku Konsumen Dan Pemasaran*. CAPS (Center For Academic Publishing Service).

Susanto, D. A. (2024). The Effect Of Customer Satisfaction , Customer Experience , And E- Service Quality On Customer Trust. *Journal Of Management And Business Insight*, 2(1), 43–51.

Suwardi. (2011). *Menuju Kepuasan Pelanggan Melalui Penciptaan Kualitas Pelayanan*. Politeknik Negeri Semarang.

Suwitho. (2022). *Pengusaha Yang Sukses Pasti Menjaga Kepuasan Pelanggannya : Sebuah Monograf Dari Sudut Pandang Manajemen Pemasaran* (Ed. 1). CV. Pena Persada.

Tjakra, N., & Djakasaputra, A. (2025). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Dan Kualitas Pelayanan Dimediasikan Kepercayaan Merek Terhadap Niat Beli Ulang Pengguna Tokopedia. *Jurnal Serina Ekonomi Dan Bisnis*, 03(01), 9–17.

Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan Dan Penelitian*. Andi Offset.

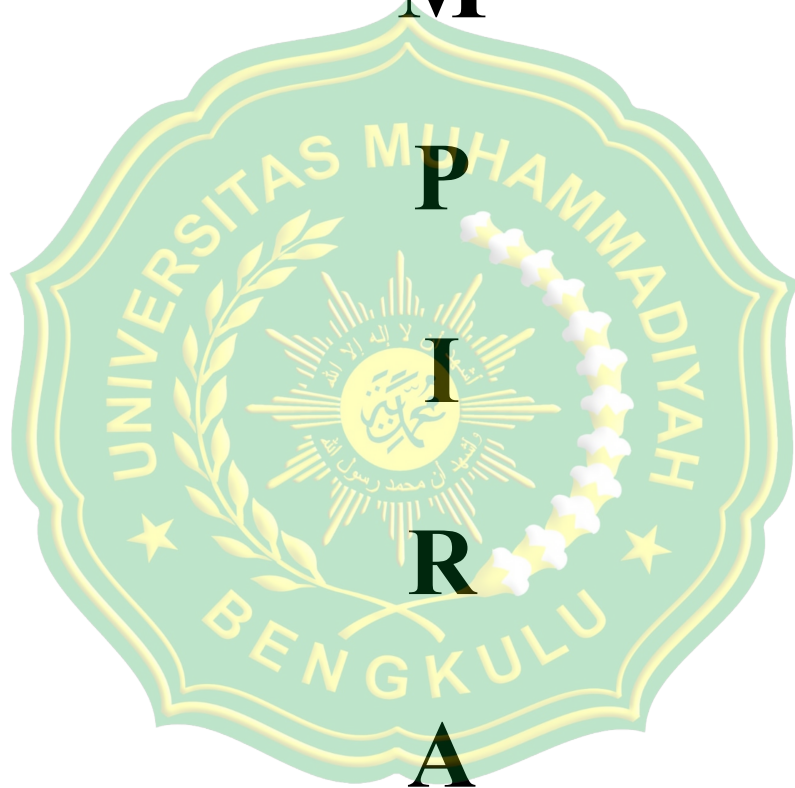
Tschannen-Moran, M. (2001). Collaboration And The Need For Trust. *Journal Of Educational Administration*, 39(4), 308–331. <https://doi.org/10.1108/EUM0000000005493>

- Tufahati, N., Barkah, C. S., Tresna, P. W., & Chan, A. (2021). The Impact Of Customer Satisfaction On Repurchase Intention (Surveys On Customer Of Bloomythings) Dampak Kepuasan Pelanggan Terhadap Niat Pembelian Ulang (Survei Pada Pelanggan Bloomythings). *Journal Of Business & Applied Management*, 14(2), 177–186.
- Umar, H. (2013). *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*. Rajawali Pers.
- Wahyuningsih, N. D., Mufidah, E., & Wahyun, H. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Minuman Esteh Indonesia Di Jalan Dr . Wahidin Sudiro Husodo Kota Pasuruan*. 2(4), 290–300.
- Wardhana, A. (2024). *Consumer Behavior In The Digital Era 4.0* (M. Pradana (Ed.); Issue August).
- Widjajanta, B., Fauziah, E., Hurriyati, R., & Lisnawati, L. (2024). *Enhancing Repurchase Intentions In Local Fast Food Chains: Unraveling The Influence Of Product Innovation And Digital Marketing* (Issue Gcbme 2023). Atlantis Press International BV. https://doi.org/10.2991/978-94-6463-443-3_86
- Widjoyo, S. (2013). Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(1), 1–10.
- Wiguna, A. M., & Dirgantara, I. M. B. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik , Kepercayaan Pelanggan Muslim , Kepuasan Pelanggan , Dan Niat Mengunjungi Website Kembali Terhadap Minat Pembelian Ulang Pada Customer Shopee Di Kota Semarang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(03), 4582–4588. <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i3.11414>
- Wijayanthi, N. P. P. A., & Goca, I. G. P. A. W. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Produk, Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Repurchase Intention Di Tokopedia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Equilibrium*, 8(1), 102–116. https://doi.org/10.47329/jurnal_mbe.v8i1.844
- Yolandari, N., & Kusumadewi, N. (2018). Pengaruh Pengalaman Pelanggan Dan Kepercayaan Terhadap Niat Beli Ulang Secara Online Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Situs Online Berrybenka.Com) Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia Perkembangan Teknologi. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(10), 5343–5378. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2018.V7.I10.P6>
- Yuniarti, V. S. (2015). *Perilaku Konsumen: Teori Dan Praktik*. Pustaka Setia.

L

A

M



N

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Kuesioner Penelitian

Pengaruh Pengalaman Pelanggan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Kepercayaan Guna Meningkatkan Minat Pembelian Ulang Pada Mie Gacoan Di Kota Bengkulu.

Dengan ini saya mohon kesediaan saudara/i untuk mengisi daftar pertanyaan dalam daftar kuesioner ini untuk dipergunakan dalam penyelesaian penelitian program studi SI Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Bengkulu.

Jawaban yang saudara/i berikan merupakan bantuan yang sangat berharga bagi penelitian saya dan akan memberikan banyak manfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan. Oleh karena itu atas kesediaan dan bantuan dari saudara/i saya ucapkan terimakasih.

A. Identitas Peneliti

Nama : CHINTA DEWINTA PRASASTI
Npm : 2261201077
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Bengkulu

Hormat Saya,

Chinta Dewinta Prasasti

A. Pertanyaan Penyaring

Apakah anda pernah membeli dan mencoba produk Mie Gacoan di kota Bengkulu minimal 1 kali?

- ☐ Ya ☐ Belum Pernah

Seberapa sering anda mengunjungi Mie Gacoan dalam 1 bulan terakhir?

- ☐ 1 kali
☐ 2 – 3 kali
☐ 4 – 5 kali
☐ > 5 kali

B. Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
☐ Laki-Laki ☐ Perempuan
3. Usia :
☐ 17 - 25 Tahun ☐ 26 - 35 Tahun
4. Pekerjaan :
☐ Pelajar/Mahasiswa
☐ Karyawan (PNS/Swasta)
☐ Wiraswasta
☐ Lainnya

C. Petunjuk Pengisian Kuesioner :

Berikan jawaban atas pernyataan berikut ini sesuai dengan pendapat anda dengan cara memberi tanda ceklis (✓) pada kolom yang tersedia.

Keterangan:

STS : Sangat Tidak Setuju (1)

TS : Tidak Setuju (2)

KS : Kurang Setuju (3)

S : Setuju (4)

SS : Sangat Setuju (5)

1. Pernyataan Pengalaman Pelanggan (X₁)

No	Pernyataan	STS (1)	TS (2)	KS (3)	S (4)	SS (5)
<i>Sense</i>						
1.	Menu makanan dan minuman di Mie Gacoan memiliki variasi yang sangat beragam.					
2.	Penyajian makanan di Mie Gacoan terlihat menarik secara visual dan menggugah selera makan.					
<i>Feel</i>						
3.	Desain interior dan suasana di Mie Gacoan membuat saya merasa nyaman saat makan.					
4.	Saya merasa senang dan terhibur setiap kali berkunjung ke gerai Mie Gacoan.					
<i>Think</i>						
5.	Harga produk di Mie Gacoan sangat sebanding dengan kualitas rasa yang didapatkan.					
6.	Informasi produk yang ditampilkan di menu sesuai dengan fisik makanan yang disajikan.					
<i>Act</i>						
7.	Mengunjungi Mie Gacoan telah menjadi kebiasaan rutin saya saat ingin makan mie pedas.					
8.	Prosedur pemesanan makanan di Mie Gacoan sangat simpel dan mudah dipahami.					
<i>Relate</i>						
9.	Mie Gacoan memudahkan saya menemukan pilihan menu yang sesuai dengan jati diri/selera saya.					
10.	Makan di Mie Gacoan membuat saya merasa tetap mengikuti tren gaya hidup masa kini.					

2. Pernyataan Kepuasan Pelanggan (X₂)

No	Pernyataan	STS (1)	TS (2)	KS (3)	S (4)	SS (5)
Perasaan Puas						
1.	Saya puas dengan cara staf Mie Gacoan berkomunikasi dan melayani saya dengan ramah.					
2.	Cita rasa makanan dan minuman yang disajikan sangat memuaskan lidah saya.					
3.	Saya puas dengan tingkat kebersihan dan kenyamanan area makan di Mie Gacoan.					
4.	Saya puas dengan kejelasan informasi mengenai promo atau menu baru yang diberikan.					
Selalu membeli produk						
5.	Saya merasa tidak ada alasan untuk tidak kembali membeli produk Mie Gacoan di masa depan.					
6.	Mie Gacoan tetap menjadi pertimbangan pertama saya saat mencari tempat makan mie.					
Akan merekomendasikan kepada orang lain						
7.	Saya tidak ragu untuk mengajak anggota keluarga saya makan di Mie Gacoan.					
8.	Saya sering menceritakan pengalaman positif makan di Mie Gacoan kepada teman-teman.					
Terpenuhinya harapan setelah membeli produk						
9.	Kualitas makanan dan minuman di Mie Gacoan sesuai dengan harapan saya.					
10.	Kecepatan penyajian makanan di Mie Gacoan sudah sesuai dengan apa yang saya harapkan.					

3. Pernyataan Kepercayaan (Z)

No	Pernyataan	STS (1)	TS (2)	KS (3)	S (4)	SS (5)
<i>Benevolence</i>						
1.	Saya percaya bahwa Mie Gacoan cepat dalam menanggapi kebutuhan pelanggan.					
<i>Integrity</i>						
2.	Saya percaya Mie Gacoan konsisten dalam menjaga standar kualitas produknya.					
<i>Ability</i>						
3.	Saya yakin Mie Gacoan dikelola secara profesional dalam menyajikan produk dan layanannya.					
<i>Willingness to Depend</i>						
4.	Saya merasa aman memilih Mie Gacoan karena merek ini memiliki citra yang baik di mata masyarakat.					
5.	Saya akan terus mengandalkan Mie Gacoan sebagai tempat makan favorit saya.					

4. Pernyataan Minat Pembelian Ulang (Y)

No	Pernyataan	STS (1)	TS (2)	KS (3)	S (4)	SS (5)
Niat Transaksional						
1.	Saya memiliki niat kuat untuk datang kembali ke Mie Gacoan dalam waktu dekat.					
Niat Preferensial						
2.	Saya tetap memilih Mie Gacoan meskipun ada banyak pilihan tempat makan mie lainnya.					
Niat Referensial						
3.	Saya akan memberikan testimoni positif kepada orang lain mengenai pengalaman di Mie Gacoan.					
Niat Eksploratif						
4.	Saya tertarik untuk mencoba menu baru dan mencari informasi terbaru tentang Mie Gacoan.					

Lampiran 2. Output SPSS Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Variabel Pengalaman Pelanggan (X1)

Correlations												
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X
X1.1	Pearson Correlation	1	.382**	.625**	.429**	.574**	.518**	.430**	.295	.573**	.494**	.648**
	Sig. (2-tailed)		.037	.000	.018	.001	.003	.018	.113	.001	.006	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	.382**	1	.709**	.906**	.493**	.915**	.717**	.580**	.629**	.623**	.851**
	Sig. (2-tailed)	.037		.000	.000	.006	.000	.000	.001	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	.625**	.709**	1	.792**	.735**	.641**	.776**	.224	.647**	.659**	.816**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.234	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	.429**	.906**	.792**	1	.735**	.829**	.776**	.473**	.647**	.659**	.879**
	Sig. (2-tailed)	.018	.000	.000		.000	.000	.000	.008	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.5	Pearson Correlation	.574**	.493**	.735**	.735**	1	.610**	.700**	.183	.555**	.465**	.721**
	Sig. (2-tailed)	.001	.006	.000	.000		.000	.000	.333	.001	.010	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.6	Pearson Correlation	.518**	.915**	.641**	.829**	.610**	1	.670**	.570**	.618**	.596**	.851**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.000	.000	.000		.000	.001	.000	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.7	Pearson Correlation	.430**	.717**	.776**	.776**	.700**	.670**	1	.463**	.730**	.558**	.835**
	Sig. (2-tailed)	.018	.000	.000	.000	.000	.000		.010	.000	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.8	Pearson Correlation	.295	.580**	.224	.473**	.183	.570**	.463**	1	.762**	.629**	.692**
	Sig. (2-tailed)	.113	.001	.234	.008	.333	.001	.010		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.9	Pearson Correlation	.573**	.629**	.647**	.647**	.555**	.618**	.730**	.762**	1	.852**	.900**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.10	Pearson Correlation	.494**	.623**	.659**	.659**	.465**	.596**	.558**	.629**	.852**	1	.838**
	Sig. (2-tailed)	.006	.000	.000	.000	.010	.001	.001	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X	Pearson Correlation	.648**	.851**	.816**	.879**	.721**	.851**	.835**	.692**	.900**	.838**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

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
.932	10

2. Variabel Kepuasan Pelanggan (X2)

Correlations												
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.614**	.908**	.625**	.067	.265	.299	.427*	.539**	.751**	.710**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.723	.156	.109	.018	.002	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	.614**	1	.567**	.721**	.281	.442*	.301	.721**	.606**	.659**	.770**
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.000	.133	.014	.106	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	.908**	.567**	1	.402*	.047	.213	.240	.230	.483**	.689**	.613**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001		.028	.805	.258	.201	.222	.007	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.4	Pearson Correlation	.625**	.721**	.402*	1	.388*	.480**	.393*	.676**	.443*	.618**	.760**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.028		.034	.007	.032	.000	.014	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.5	Pearson Correlation	.067	.281	.047	.388*	1	.501**	.564**	.554**	.534**	.380*	.596**
	Sig. (2-tailed)	.723	.133	.805	.034		.005	.001	.001	.002	.038	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.6	Pearson Correlation	.265	.442*	.213	.480**	.501**	1	.769**	.611**	.438*	.598**	.743**
	Sig. (2-tailed)	.156	.014	.258	.007	.005		.000	.000	.015	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.7	Pearson Correlation	.299	.301	.240	.393*	.564**	.769**	1	.540**	.494**	.533**	.717**
	Sig. (2-tailed)	.109	.106	.201	.032	.001	.000		.002	.006	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.8	Pearson Correlation	.427*	.721**	.230	.676**	.554**	.611**	.540**	1	.776**	.772**	.848**
	Sig. (2-tailed)	.018	.000	.222	.000	.001	.000	.002		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.9	Pearson Correlation	.539**	.606**	.483**	.443*	.534**	.438*	.494**	.776**	1	.728**	.804**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.007	.014	.002	.015	.006	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.10	Pearson Correlation	.751**	.659**	.689**	.618**	.380*	.598**	.533**	.772**	.728**	1	.898**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.038	.000	.002	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2	Pearson Correlation	.710**	.770**	.613**	.760**	.596**	.743**	.717**	.848**	.804**	.898**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

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
.909	10

3. Variabel Kepercayaan (Z)

		Correlations					
		Z.1	Z.2	Z.3	Z.4	Z.5	Z
Z.1	Pearson Correlation	1	.377*	.341	.351	.187	.560**
	Sig. (2-tailed)		.040	.065	.057	.324	.001
	N	30	30	30	30	30	30
Z.2	Pearson Correlation	.377*	1	.574**	.590**	.445*	.808**
	Sig. (2-tailed)	.040		.001	.001	.014	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Z.3	Pearson Correlation	.341	.574**	1	.157	.185	.583**
	Sig. (2-tailed)	.065	.001		.408	.329	.001
	N	30	30	30	30	30	30
Z.4	Pearson Correlation	.351	.590**	.157	1	.807**	.847**
	Sig. (2-tailed)	.057	.001	.408		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Z.5	Pearson Correlation	.187	.445*	.185	.807**	1	.790**
	Sig. (2-tailed)	.324	.014	.329	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30
Z	Pearson Correlation	.560**	.808**	.583**	.847**	.790**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.001	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

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

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

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
.769	5

4. Variabel Minat Pembelian Ulang (Y)

Correlations		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	TOTAL
Y.1	Pearson Correlation	1	.432*	.579**	.422*	.778**
	Sig. (2-tailed)		.017	.001	.020	.000
	N	30	30	30	30	30
Y.2	Pearson Correlation	.432*	1	.528**	.238	.718**
	Sig. (2-tailed)	.017		.003	.206	.000
	N	30	30	30	30	30
Y.3	Pearson Correlation	.579**	.528**	1	.536**	.867**
	Sig. (2-tailed)	.001	.003		.002	.000
	N	30	30	30	30	30
Y.4	Pearson Correlation	.422*	.238	.536**	1	.714**
	Sig. (2-tailed)	.020	.206	.002		.000
	N	30	30	30	30	30
Y	Pearson Correlation	.778**	.718**	.867**	.714**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

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

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

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
.770	4

Hasil Uji Validitas

Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Keterangan
Pengalaman Pelanggan (X1)			
Pernyataan 1	0,649	0,361	Valid
Pernyataan 2	0,851	0,361	Valid
Pernyataan 3	0,816	0,361	Valid
Pernyataan 4	0,879	0,361	Valid
Pernyataan 5	0,721	0,361	Valid
Pernyataan 6	0,851	0,361	Valid
Pernyataan 7	0,835	0,361	Valid
Pernyataan 8	0,692	0,361	Valid
Pernyataan 9	0,900	0,361	Valid
Pernyataan 10	0,838	0,361	Valid
Kepuasan Pelanggan (X2)			
Pernyataan 1	0,710	0,361	Valid
Pernyataan 2	0,770	0,361	Valid
Pernyataan 3	0,613	0,361	Valid
Pernyataan 4	0,760	0,361	Valid
Pernyataan 5	0,596	0,361	Valid
Pernyataan 6	0,743	0,361	Valid
Pernyataan 7	0,717	0,361	Valid
Pernyataan 8	0,848	0,361	Valid
Pernyataan 9	0,804	0,361	Valid
Pernyataan 10	0,898	0,361	Valid
Kepercayaan (Z)			Valid
Pernyataan 1	0,560	0,361	Valid
Pernyataan 2	0,808	0,361	Valid
Pernyataan 3	0,583	0,361	Valid
Pernyataan 4	0,847	0,361	Valid
Pernyataan 5	0,790	0,361	Valid
Minat Pembelian Ulang (Y)			
Pernyataan 1	0,778	0,361	Valid
Pernyataan 2	0,718	0,361	Valid
Pernyataan 3	0,867	0,361	Valid
Pernyataan 4	0,714	0,361	Valid

Hasil Uji Reliabilitas

Pernyataan	Cronbach's Alpha	Jumlah Item	Keterangan
Pengalaman Pelanggan	0,932	10	Reliebel
Kepuasan Pelanggan	0,909	10	Reliebel
Kepercayaan	0,769	5	Reliebel
Minat Pembelian Ulang	0,770	4	Reliebel

Lampiran 3. Output SPSS Hasil Uji Asumsi Klasik

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		170
Normal Parameters ^{a, b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.04705581
Most Extreme Differences	Absolute	.061
	Positive	.046
	Negative	-.061
Test Statistic		.061
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c, d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

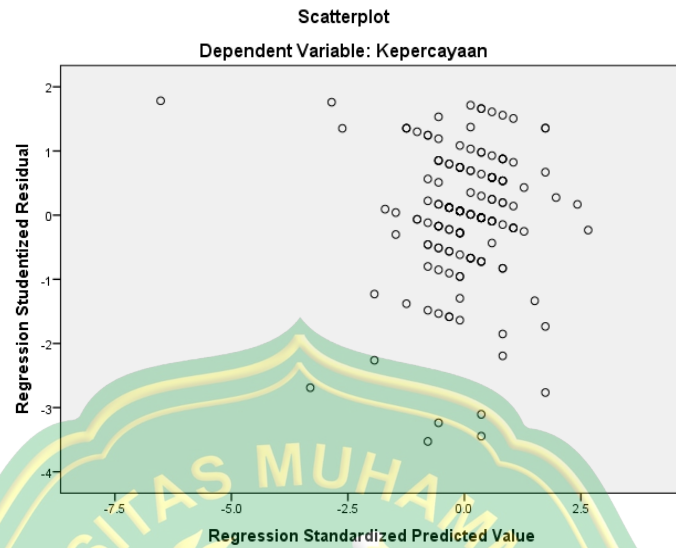
Sumber: Output SPSS 22 yang diolah 2026

Hasil Uji Multikolinearitas

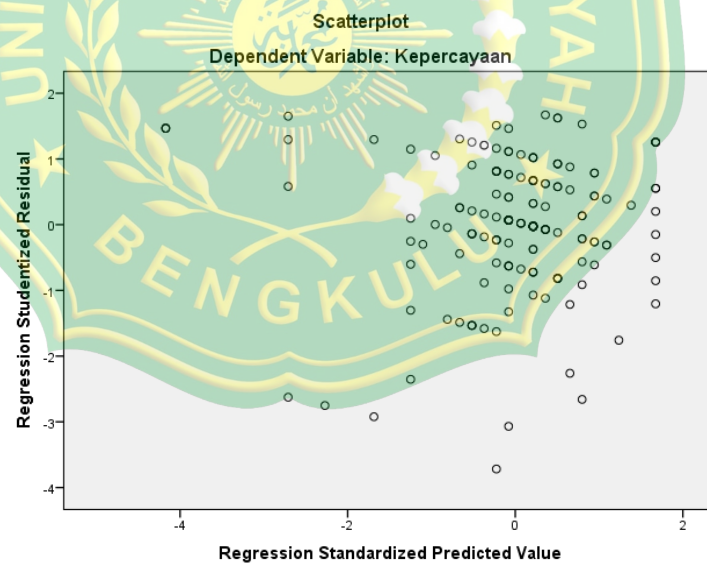
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Pengalaman Pelanggan	.736	1.358
	Kepuasan Pelanggan	.736	1.358

Sumber: Output SPSS 22 yang diolah 2026

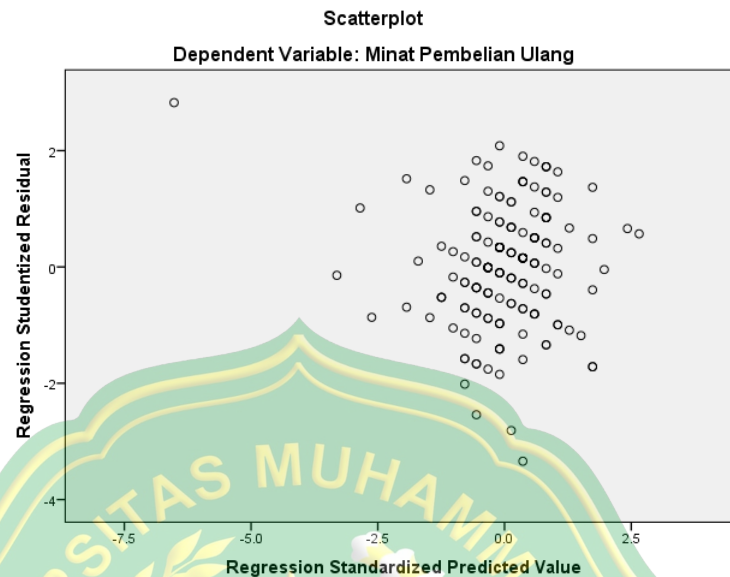
**Hasil Uji Heteroskedastisitas
Pengalaman Pelanggan (X1) Terhadap Kepercayaan (Z)**



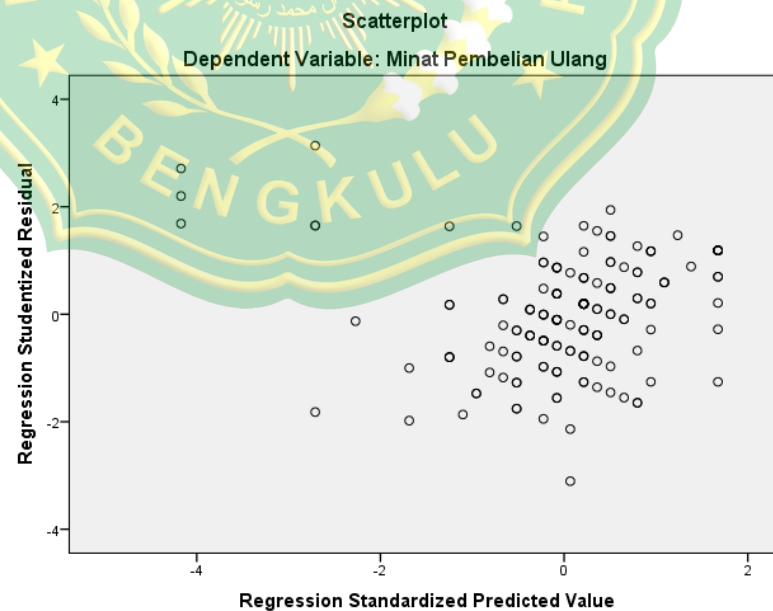
**Hasil Uji Heteroskedastisitas
Kepuasan Pelanggan (X2) Terhadap Kepercayaan (Z)**



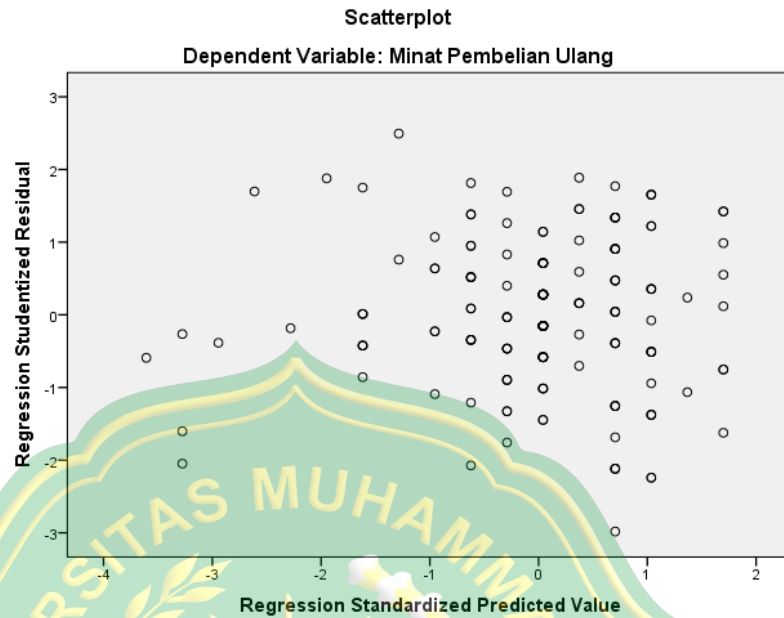
Hasil Uji Heteroskedastisitas
Pengalaman Pelanggan (X1) Terhadap Minat Pembelian Ulang (Y)



Hasil Uji Heteroskedastisitas
Kepuasan Pelanggan (X2) Terhadap Minat Pembelian Ulang (Y)



Hasil Uji Heteroskedastisitas Kepercayaan (Z) Terhadap Minat Pembelian Ulang (Y)



Hasil Analisis Jalur (*Path Analysis*)

1. Pengalaman Pelanggan (X1) Terhadap Kepercayaan (Z)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.224 ^a	.050	.045	2.94722

a. Predictors: (Constant), Pengalaman Pelanggan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	77.143	1	77.143	8.881	.003 ^b
	Residual	1459.263	168	8.686		
	Total	1536.406	169			

a. Dependent Variable: Kepercayaan

b. Predictors: (Constant), Pengalaman Pelanggan

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	13.923	2.010		6.926	.000
Pengalaman Pelanggan	.155	.052	.224	2.980	.003

a. Dependent Variable: Kepercayaan

2. Kepuasan Pelanggan (X2) Terhadap Kepercayaan (Z)**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.307 ^a	.094	.089	2.87805

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	144.836	1	144.836	17.486	.000 ^b
	Residual	1391.570	168	8.283		
	Total	1536.406	169			

a. Dependent Variable: Kepercayaan

b. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	14.661	1.267		11.576	.000
Kepuasan Pelanggan	.135	.032	.307	4.182	.000

a. Dependent Variable: Kepercayaan

3. Pengalaman Pelanggan (X1) Terhadap Minat Pembelian Ulang (Y)**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.368 ^a	.136	.130	2.29639

a. Predictors: (Constant), Pengalaman Pelanggan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	138.913	1	138.913	26.342	.000 ^b
	Residual	885.934	168	5.273		
	Total	1024.847	169			

a. Dependent Variable: Minat Pembelian Ulang

b. Predictors: (Constant), Pengalaman Pelanggan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.329	1.566		4.679	.000
	Pengalaman Pelanggan	.208	.041	.368	5.132	.000

a. Dependent Variable: Minat Pembelian Ulang

4. Kepuasan Pelanggan (X2) Terhadap Minat Pembelian Ulang (Y)**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.546 ^a	.299	.294	2.06855

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	305.989	1	305.989	71.511	.000 ^b
	Residual	718.858	168	4.279		
	Total	1024.847	169			

a. Dependent Variable: Minat Pembelian Ulang

b. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.737	.910		8.500	.000
	Kepuasan Pelanggan	.197	.023	.546	8.456	.000

a. Dependent Variable: Minat Pembelian Ulang

5. Kepercayaan (Z) Terhadap Minat Pembelian Ulang (Y)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.338 ^a	.114	.109	2.32484

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	116.829	1	116.829	21.616	.000 ^b
	Residual	908.018	168	5.405		
	Total	1024.847	169			

a. Dependent Variable: Minat Pembelian Ulang

b. Predictors: (Constant), Kepercayaan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.837	1.192		8.250	.000
	Kepercayaan	.276	.059	.338	4.649	.000

a. Dependent Variable: Minat Pembelian Ulang

Lampiran 4. Tabulasi Data Penelitian

Pengalaman Pelanggan (X1)

NO	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	TOTAL
1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	46
2	4	4	4	5	4	5	4	2	4	5	41
3	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	40
4	5	4	5	4	5	4	3	4	5	5	44
5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	46
6	4	5	5	4	5	5	4	1	5	4	42
7	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	46
8	4	5	4	5	5	4	4	4	2	4	41
9	4	4	4	4	5	5	3	5	4	5	43
10	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	45
11	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	34
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
13	4	4	3	5	3	4	5	2	4	4	38
14	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
15	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
16	1	5	4	4	5	5	3	5	4	5	41
17	5	5	5	5	5	5	5	2	5	2	44
18	5	5	5	5	5	5	4	3	5	4	46
19	4	4	5	4	5	4	5	2	5	5	43
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
21	5	4	5	4	4	5	5	5	1	4	42
22	4	3	3	2	5	5	4	5	3	4	38
23	4	5	4	4	4	4	5	5	2	5	42
24	4	3	5	4	2	4	3	5	4	3	37
25	3	4	3	4	5	5	4	3	2	5	38
26	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	47
27	3	3	3	4	4	4	2	4	4	2	33
28	3	4	5	3	4	4	4	4	4	4	39
29	4	4	4	2	4	3	4	4	4	4	37
30	3	3	4	4	4	4	4	4	3	5	38
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
32	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	46
33	5	5	5	5	5	5	4	5	2	1	42
34	4	4	4	4	4	4	4	1	4	5	38
35	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	35
36	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	35
37	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	41
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
39	4	5	4	5	4	5	4	4	2	3	40
40	3	4	3	4	3	4	3	4	3	5	36
41	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
42	2	3	4	3	4	4	3	4	3	3	33

43	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	39
44	5	5	5	1	5	5	5	5	1	5	42
45	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42
46	3	2	3	2	3	4	3	3	3	5	31
47	4	3	4	4	4	4	2	4	3	3	35
48	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	36
49	5	5	5	1	5	5	5	1	5	5	42
50	3	4	4	1	4	4	4	4	4	5	37
51	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	38
52	5	4	4	5	5	4	4	1	4	5	41
53	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	38
54	4	4	4	4	4	4	4	2	5	4	39
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
56	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	37
57	4	5	4	5	4	5	4	5	2	4	42
58	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
59	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	38
60	4	4	4	4	4	4	4	1	4	5	38
61	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
62	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	42
63	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	34
64	2	3	3	3	4	4	3	4	3	3	32
65	4	4	4	1	4	4	4	4	4	5	38
66	4	5	4	1	4	5	4	5	4	5	41
67	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
68	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	35
69	5	3	5	5	3	3	5	5	5	3	42
70	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	37
71	4	5	5	4	5	3	4	4	4	4	42
72	4	4	4	4	4	2	4	4	5	4	39
73	3	4	5	4	3	4	5	4	5	3	40
74	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	43
75	5	3	4	5	4	5	3	5	3	5	42
76	4	3	5	1	4	5	4	4	4	3	37
77	1	5	4	4	5	4	3	5	5	5	41
78	3	4	4	4	4	4	5	3	3	3	37
79	4	4	5	4	3	4	2	3	3	3	35
80	5	4	3	4	4	2	4	2	4	4	36
81	4	3	3	3	4	4	4	5	3	3	36
82	4	4	4	4	4	4	2	5	3	4	38
83	5	5	5	5	4	1	4	4	4	4	41
84	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
85	5	5	5	5	5	2	4	4	4	4	43
86	4	4	4	1	5	5	3	4	4	3	37
87	4	4	4	4	5	5	3	5	4	3	41
88	5	4	4	4	4	3	4	5	5	5	43
89	5	4	4	3	3	5	3	3	5	4	39
90	5	3	5	5	4	2	4	4	3	5	40

91	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
92	2	5	5	3	5	5	5	3	5	2	40
93	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	35
94	3	4	5	4	4	3	4	5	5	5	42
95	3	4	4	3	3	4	3	5	4	3	36
96	5	3	5	5	5	3	3	5	5	3	42
97	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39
98	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	38
99	5	4	4	4	4	4	5	4	3	5	42
100	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
101	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
102	4	4	5	5	5	1	5	4	4	4	41
103	4	5	4	3	4	4	4	3	4	3	38
104	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
105	4	3	1	5	5	5	4	5	5	4	41
106	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
107	5	4	5	4	5	2	5	4	5	4	43
108	5	4	4	5	5	3	4	4	4	4	42
109	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	41
110	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
111	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
112	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	38
113	3	4	5	4	4	2	3	4	3	4	36
114	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
115	5	3	4	5	5	2	4	4	5	4	41
116	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
117	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	38
118	4	1	4	4	4	1	5	5	5	5	38
119	5	4	4	4	4	1	4	4	4	5	39
120	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
121	4	3	5	3	4	5	1	5	4	3	37
122	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	38
123	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	35
124	4	5	3	3	4	4	3	3	3	4	36
125	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	37
126	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	36
127	4	2	4	2	5	4	4	4	4	4	37
128	5	4	2	5	4	3	4	2	4	2	35
129	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	40
130	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	33
131	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
132	4	5	2	5	4	5	3	4	3	3	38
133	4	4	4	4	4	2	4	4	4	3	37
134	3	4	3	4	4	3	4	5	4	3	37
135	4	4	3	4	4	5	4	4	3	4	39
136	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	37
137	3	4	3	4	3	4	3	5	3	4	36
138	2	2	3	2	2	3	2	2	3	3	24

12	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	37
13	5	4	4	5	4	4	4	2	4	4	40
14	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
15	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
16	4	4	5	4	5	4	1	5	5	4	41
17	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	46
18	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	38
19	4	5	5	5	4	5	5	2	4	5	44
20	5	2	5	5	5	2	5	2	5	5	41
21	5	5	2	5	5	5	5	4	5	4	45
22	4	4	4	3	4	5	4	5	2	5	40
23	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	44
24	3	3	5	3	3	4	4	4	4	5	38
25	3	3	3	4	3	5	4	5	4	4	38
26	5	5	5	1	5	5	5	1	5	5	42
27	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	37
28	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	38
29	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	32
30	3	3	3	3	3	3	5	3	3	3	32
31	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	38
32	5	5	1	5	5	5	5	1	5	5	42
33	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	43
34	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	38
35	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	35
36	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	34
37	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	37
38	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	38
39	4	5	2	5	1	5	4	5	4	5	40
40	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	36
41	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	38
42	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	36
43	3	5	4	4	4	3	4	4	4	4	39
44	5	5	5	1	5	5	5	1	5	5	42
45	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
46	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	35
47	4	4	4	1	2	3	3	3	4	3	31
48	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	38
49	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	38
50	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	38
51	5	5	2	5	5	5	5	1	5	5	43
52	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	37
53	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	37
54	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	38
55	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	37
56	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
57	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	46
58	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
59	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	35

60	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
61	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	48
62	4	5	4	4	4	4	1	4	4	1	35
63	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	33
64	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	34
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
66	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
68	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
69	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
70	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
71	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
72	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	42
73	4	5	4	5	4	5	4	5	3	3	42
74	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
75	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	45
76	4	3	5	4	4	4	5	3	5	4	41
77	5	4	5	5	3	4	4	4	4	4	42
78	4	4	4	3	4	5	3	3	4	2	36
79	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
80	3	5	4	3	2	5	3	4	4	4	37
81	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
82	4	4	3	3	4	4	3	4	3	2	34
83	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
84	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
85	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	45
86	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	36
87	4	3	4	4	4	3	4	5	4	4	39
88	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
89	5	4	4	5	4	3	5	5	4	3	42
90	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
91	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
92	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
93	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	35
94	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
95	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	36
96	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
97	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	38
98	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
99	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
100	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
101	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
102	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
103	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	45
104	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
105	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
106	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
107	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	45

108	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
109	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
110	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
111	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
112	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	44
113	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
114	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
115	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
116	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
117	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
118	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	47
119	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
120	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
121	3	4	3	2	4	4	4	3	4	3	34
122	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	46
123	4	3	4	3	3	4	4	4	4	2	35
124	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
125	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
126	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	27
127	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	44
128	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	44
129	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	42
130	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	33
131	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
132	5	4	4	3	3	3	4	5	4	3	38
133	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
134	4	3	3	3	3	4	4	5	3	3	35
135	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	44
136	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	38
137	4	3	4	3	3	4	4	5	4	3	37
138	2	2	3	2	2	2	2	3	2	3	23
139	4	3	4	3	3	4	4	5	4	3	37
140	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
141	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	38
142	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
143	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
144	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
145	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
146	4	4	4	5	3	4	4	5	4	4	41
147	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	42
148	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	37
149	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	38
150	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
151	2	3	3	2	2	2	2	5	3	3	27
152	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	37
153	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	38
154	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	34
155	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	37

156	4	3	5	5	4	5	3	4	5	5	43
157	3	5	4	4	4	4	5	3	3	3	38
158	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	36
159	4	4	3	2	4	4	4	4	3	3	35
160	4	3	5	3	4	5	3	4	3	3	37
161	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
162	5	4	4	5	5	4	3	5	5	5	45
163	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	38
164	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
165	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	42
166	3	3	4	4	4	4	2	3	4	4	35
167	3	4	4	4	4	4	5	3	5	3	39
168	4	4	3	3	3	3	5	4	4	4	37
169	4	4	4	4	3	3	5	3	4	4	38
170	3	3	4	5	4	4	3	4	5	4	39

Kepercayaan (Z)

NO	Z.1	Z.2	Z.3	Z.4	Z.5	TOTAL
1	5	4	5	4	5	23
2	4	5	4	5	4	22
3	4	3	4	3	4	18
4	4	4	4	4	4	20
5	3	2	3	2	3	13
6	4	3	2	4	1	14
7	5	5	5	5	5	25
8	4	5	4	5	4	22
9	5	3	4	3	5	20
10	3	4	3	4	3	17
11	5	4	3	4	3	19
12	4	5	4	5	4	22
13	4	5	5	4	5	23
14	5	4	4	3	4	20
15	1	2	3	4	2	12
16	4	3	4	5	4	20
17	5	4	5	3	5	22
18	4	3	4	2	3	16
19	4	4	4	5	4	21
20	3	5	4	5	4	21
21	4	5	5	4	4	22
22	3	4	5	4	3	19
23	5	4	3	4	2	18
24	2	5	3	4	4	18
25	4	3	4	3	4	18
26	5	4	4	5	4	22
27	4	5	5	4	5	23
28	5	4	4	4	4	21
29	3	4	4	4	4	19

30	4	5	4	5	4	22
31	4	4	5	4	4	21
32	5	5	5	5	5	25
33	5	4	5	4	4	22
34	4	4	4	4	4	20
35	4	5	4	5	5	23
36	4	4	4	4	4	20
37	4	4	5	4	4	21
38	4	4	4	4	4	20
39	5	5	4	4	4	22
40	3	4	3	4	3	17
41	4	4	4	4	4	20
42	5	4	5	4	5	23
43	3	4	4	4	3	18
44	5	4	5	4	4	22
45	4	5	4	4	4	21
46	5	3	5	3	3	19
47	3	4	3	4	4	18
48	4	4	2	4	4	18
49	5	5	4	4	5	23
50	4	4	4	4	4	20
51	2	4	3	5	3	17
52	5	5	5	2	5	22
53	4	4	3	4	4	19
54	4	5	5	5	5	24
55	4	4	4	3	4	19
56	5	4	4	5	4	22
57	4	4	4	4	4	20
58	5	5	5	5	5	25
59	4	3	4	4	4	19
60	4	4	4	4	4	20
61	2	5	5	5	5	22
62	3	3	3	3	3	15
63	3	4	4	4	4	19
64	4	4	4	3	3	18
65	4	4	4	4	4	20
66	4	5	5	4	4	22
67	4	4	4	4	4	20
68	4	3	3	4	4	18
69	5	4	5	4	5	23
70	4	4	4	4	4	20
71	4	4	5	5	4	22
72	4	3	4	3	4	18
73	5	4	5	4	5	23
74	4	4	4	4	4	20
75	4	4	5	5	5	23
76	5	4	3	3	5	20
77	5	5	5	5	5	25

78	4	3	4	4	4	19
79	4	4	3	3	3	17
80	5	5	4	5	5	24
81	4	4	5	4	5	22
82	3	3	3	3	3	15
83	5	4	5	5	4	23
84	2	2	2	2	2	10
85	4	4	4	4	4	20
86	3	3	3	3	3	15
87	4	4	4	4	4	20
88	5	5	5	5	5	25
89	4	3	4	3	4	18
90	5	5	5	5	5	25
91	4	4	3	4	3	18
92	5	5	5	5	5	25
93	4	4	3	4	4	19
94	5	4	5	4	5	23
95	4	4	4	4	4	20
96	5	5	5	5	5	25
97	5	4	3	4	4	20
98	3	4	4	4	4	19
99	5	5	1	5	2	18
100	4	4	4	4	4	20
101	4	4	4	4	4	20
102	2	5	5	5	5	22
103	4	4	4	4	4	20
104	4	4	4	4	4	20
105	3	5	3	5	5	21
106	4	4	4	4	4	20
107	5	5	5	3	5	23
108	3	5	5	5	3	21
109	4	4	4	4	4	20
110	4	4	3	4	3	18
111	4	4	4	4	4	20
112	5	5	5	2	2	19
113	5	5	1	5	5	21
114	4	4	4	4	4	20
115	4	4	4	4	4	20
116	4	4	4	4	4	20
117	4	4	4	4	4	20
118	5	5	2	3	1	16
119	5	4	5	5	3	22
120	4	4	4	4	4	20
121	4	4	4	4	4	20
122	4	4	4	4	4	20
123	3	3	3	3	3	15
124	5	5	5	2	2	19
125	4	4	4	4	4	20

126	2	2	2	2	2	10
127	4	4	4	4	4	20
128	5	5	5	1	5	21
129	4	4	4	4	4	20
130	3	3	3	3	3	15
131	3	3	3	3	3	15
132	4	4	4	4	4	20
133	4	4	4	4	4	20
134	3	3	3	3	3	15
135	4	4	4	4	4	20
136	4	4	4	4	4	20
137	3	3	3	3	3	15
138	2	2	2	2	2	10
139	4	4	3	4	4	19
140	4	4	4	4	4	20
141	1	5	5	1	5	17
142	4	4	4	4	1	17
143	4	4	4	4	4	20
144	4	4	4	3	4	19
145	4	4	3	4	3	18
146	4	4	4	4	4	20
147	5	4	5	4	5	23
148	5	4	4	5	4	22
149	4	4	5	4	2	19
150	5	4	4	5	4	22
151	4	4	5	4	5	22
152	4	5	4	5	4	22
153	5	5	4	4	4	22
154	5	5	4	4	5	23
155	4	4	3	4	3	18
156	5	4	4	5	5	23
157	4	4	4	4	4	20
158	5	5	5	4	4	23
159	4	4	4	5	5	22
160	4	4	4	4	4	20
161	4	5	4	5	4	22
162	2	4	5	4	4	19
163	5	4	5	5	4	23
164	5	4	4	5	5	23
165	4	4	3	4	3	18
166	4	4	4	4	4	20
167	5	3	4	5	5	22
168	1	2	1	3	2	9
169	2	3	1	4	1	11
170	4	5	5	4	5	23

Minat Pembelian Ulang (Y)

NO	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	TOTAL
1	5	5	5	5	20
2	4	5	3	5	17
3	5	4	4	3	16
4	4	3	3	4	14
5	4	3	3	3	13
6	5	5	4	4	18
7	2	3	4	4	13
8	4	5	3	3	15
9	3	3	4	4	14
10	5	4	2	3	14
11	3	4	5	2	14
12	4	4	4	5	17
13	3	5	4	5	17
14	3	4	5	3	15
15	5	3	4	5	17
16	5	4	4	4	17
17	5	5	3	5	18
18	4	4	4	4	16
19	5	4	5	5	19
20	5	5	5	4	19
21	5	5	4	5	19
22	3	3	4	3	13
23	4	5	4	4	17
24	5	3	3	3	14
25	4	4	3	4	15
26	5	4	4	4	17
27	3	4	2	4	13
28	4	4	4	4	16
29	3	3	2	3	11
30	2	3	3	3	11
31	4	4	5	4	17
32	5	5	4	4	18
33	4	4	4	4	16
34	4	4	5	3	16
35	4	3	1	3	11
36	4	3	4	4	15
37	4	4	3	3	14
38	4	4	3	2	13
39	5	4	5	5	19
40	4	3	4	3	14
41	4	4	3	4	15
42	4	4	4	3	15
43	4	4	5	4	17

44	2	5	5	1	13
45	4	4	3	4	15
46	3	4	3	4	14
47	3	2	4	1	10
48	4	4	3	4	15
49	5	5	2	5	17
50	4	4	4	3	15
51	5	3	3	5	16
52	5	5	4	4	18
53	4	4	3	4	15
54	5	5	2	2	14
55	4	4	3	3	14
56	5	4	5	4	18
57	5	5	3	5	18
58	4	4	4	3	15
59	3	2	3	4	12
60	4	1	5	3	13
61	4	5	5	5	19
62	5	4	5	4	18
63	3	3	3	3	12
64	3	3	3	3	12
65	4	4	4	4	16
66	4	5	5	5	19
67	4	4	4	4	16
68	4	4	3	3	14
69	5	5	5	5	20
70	4	4	4	4	16
71	4	4	1	4	13
72	4	4	4	4	16
73	4	5	5	5	19
74	4	4	4	4	16
75	5	4	5	5	19
76	4	4	3	4	15
77	4	4	4	5	17
78	4	4	4	3	15
79	3	3	3	3	12
80	4	5	5	3	17
81	3	3	3	3	12
82	4	3	4	3	14
83	4	4	4	4	16
84	2	2	2	2	8
85	4	4	5	4	17
86	4	3	3	4	14
87	4	3	3	4	14
88	5	5	5	5	20
89	5	4	4	5	18
90	5	5	4	5	19
91	4	4	4	4	16

92	5	5	5	5	20
93	4	3	4	3	14
94	5	5	5	5	20
95	4	3	3	4	14
96	5	2	3	5	15
97	4	3	4	4	15
98	4	4	3	4	15
99	5	5	5	3	18
100	4	3	4	4	15
101	4	4	4	2	14
102	5	5	5	5	20
103	4	4	4	4	16
104	4	4	4	4	16
105	4	4	4	4	16
106	4	4	4	4	16
107	1	5	4	4	14
108	5	5	5	5	20
109	4	4	4	4	16
110	4	4	4	4	16
111	4	4	4	4	16
112	4	5	5	4	18
113	4	4	4	4	16
114	4	4	4	4	16
115	5	2	5	5	17
116	4	4	4	4	16
117	4	4	4	4	16
118	5	5	5	5	20
119	5	5	4	4	18
120	4	4	4	4	16
121	4	3	4	2	13
122	5	4	4	5	18
123	4	3	3	3	13
124	5	4	5	5	19
125	4	4	4	3	15
126	3	2	2	2	9
127	2	4	5	4	15
128	4	5	5	4	18
129	1	4	4	5	14
130	4	3	3	3	13
131	3	3	3	3	12
132	4	1	4	3	12
133	3	3	4	4	14
134	4	3	3	3	13
135	5	4	4	4	17
136	3	4	4	4	15
137	4	4	3	3	14
138	4	4	2	2	12
139	4	3	3	3	13

140	4	5	4	4	17
141	5	3	4	4	16
142	4	5	4	4	17
143	3	4	4	4	15
144	4	4	4	4	16
145	4	2	4	4	14
146	3	4	4	5	16
147	4	4	4	5	17
148	4	4	4	4	16
149	4	1	4	4	13
150	2	3	4	4	13
151	3	3	3	2	11
152	4	4	3	4	15
153	4	3	4	4	15
154	4	4	4	3	15
155	3	4	4	3	14
156	2	3	3	5	13
157	4	4	5	4	17
158	3	5	3	4	15
159	2	3	4	2	11
160	4	5	3	3	15
161	4	4	4	4	16
162	4	4	4	5	17
163	3	2	4	4	13
164	4	4	3	4	15
165	5	5	5	4	19
166	2	3	3	4	12
167	3	4	1	1	9
168	3	3	2	3	11
169	4	3	2	3	12
170	4	3	1	3	11