

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2018). *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*.
- Atmaja, K. V. W., Sujana, I. N., & Suwena, K. R. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Pos Cabang Singaraja. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 10(1), 12–23.
- Bagasworo, W. (2016). Pengaruh Customer Relationship Management dan Customer Experience Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Konsumen di Sisha Cafe Kemang) *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Perbankan*. ISSN : 2302-4119. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Perbankan.*, 2(3), 110–118.
- Buttle, F. (2007). Customer Relationship Management (manajemen hubungan pelanggan) concept and Tools. *Malang: Bayumedia Publishing*.
- Chen, S.-C., & Lin, C.-P. (2015). The impact of customer experience and perceived value on sustainable social relationship in blogs: An empirical study. *Technological Forecasting and Social Change*, 96, 40–50.
- Diyanti, S., Yuliniar, Y., & Suharyati, S. (2021). Customer Experience, Kepuasan Pelanggan Dan Repurchase Intention Pada E-Commerce Shopee. *Prosiding Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2, 677–689.
- Ersi, D. Y., & Samuel, H. (2014). Analysis CRM, kepuasan pelanggan dan loyalitas produk UKM berbasis bahan baku terigu di Jawa Timur.

Jurnal Manajemen Pemasaran, 8(1), 1–8.

Febiola, F. A., & Samanhudi, D. (2022). Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Layanan Aplikasi Halodoc Dengan Menggunakan Metode Servqual. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(2), 588–599.

Gentile, C., Spiller, N., & Noci, G. (2007). How to sustain the customer experience:: An overview of experience components that co-create value with the customer. *European Management Journal*, 25(5), 395–410.

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariete SPSS 25*. Semarang: Universitas Diponegoro.

Hair, J., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2010). *Multivariate Data Analysis. 6th (ed.) Upper Saddle River NJ*. Prentice-Hall.

Ibrahim, A., Mauluddin, M. H., Saputra, A. W., Carolina, A., & Mardiana, M. (2021). *Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) Terhadap Loyalitas Pelanggan Unipin*. 3(1).
<https://doi.org/10.47065/josh.v3i1.989>

Imasari, K., & Nursalin, K. K. (2011). Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT BCA Tbk. *Fokus Ekonomi*, 10(3), 24464.

Indah Handaruwati. (2021). Pengaruh Customer Experience Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Kuliner Lokal Soto Mbok Geger Pedan Klaten.

Jurnal Bisnisan : Riset Bisnis Dan Manajemen, 3(2), 16–33.

<https://doi.org/10.52005/bisnisan.v3i2.45>

IrawanLubis, M. F., Aslami, N., & Tambunan, K. (2023). Pengaruh Harga, Pelayanan Dan Customer Experience Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Cafe Pascho Pematangsiantar. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(2), 872–882.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran*. edisi.

Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2016). *Marketing Management 3rd edn PDF eBook*. Pearson Higher Ed.

Lemon, K. N., & Verhoef, P. C. (2016). Understanding customer experience throughout the customer journey. *Journal of Marketing*, 80(6), 69–96.

Lovelock, C. (n.d.). H dan Wright, Lauren. K. 2005. *Manajemen Pemasaran Jasa*, 102–104.

Lovelock, C. (2007). H., & Wright, Lauren, K.(2007). *Manajemen Pemasaran Jasa*.

Lubis, D. I. D., & Hidayat, R. (2017). Pengaruh citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. *Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen*, 5(1), 15–24.

Mahendri, W., & Sholiha, M. A. (2022). *Pengaruh E-Service Quality Dan Customer Relationship Management Terhadap Kepuasan*. 10(2), 265–

275. Marpaung, H., & Samosir, A. A. (2022). Pengaruh Harga Dan Customer Experience Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Gerai Bfc Fried Chicken

- Mutiara Kisaran. *Jurnal Manajemen, Ekonomi Sains (MES)*, 3(2), 17–25. Martin, W. S. (1978). Consumer Behavior--A Practical Guide. *JMR, Journal of Marketing Research (Pre-1986)*, 15(000002), 311.
- Nelwan, O., Mandey, S., & Bhaskara, S. (2017). Customer Relationship Management (Crm) Dan Personal Selling Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt Virgo Ekspres Tours & Travel Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(1), 99–110.
- Ni Putu Shinta Vishuda Yoga Sasmita, I Wayan Ruspindi Junaedi, & I Gede Agus Mertayasa. (2022). Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Pelayanan dan Customer Experience Terhadap Kepuasan Konsumen di Bhineka Muda Merdeka Denpasar. *CEMERLANG : Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 2(3), 155–163.
<https://doi.org/10.55606/cemerlang.v2i3.308>
- Nilashi, M., Abumalloh, R. A., Ahmadi, H., Samad, S., Alrizq, M., Abosaq, H., & Alghamdi, A. (2023). The nexus between quality of customer relationship management systems and customers' satisfaction: Evidence from online customers' reviews. *Heliyon*, 9(11), e21828.
<https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e21828>
- Nurhaliza, D., Diana, P., & Sudibyo, A. G. (2023). *Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) Terhadap Kepuasan Pelanggan Maxim*. 3(3), 1120–1123.
- Payne, A., & Frow, P. (2005). A strategic framework for customer relationship

- management. *Journal of Marketing*, 69(4), 167–176.
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1998). *Welcome to the experience economy* (Vol. 76, Issue 4). Harvard Business Review Press Cambridge, MA, USA.
- Pratama, I., & Pratama, P. A. E. (2019). Customer Relationship Management (CRM) Teori dan Praktek Berbasis Open Source. *Informatika*.
- Pratiwi, N. D., & Fadhli, K. (2021). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk, dan Emosional Terhadap Kepuasan Konsumen Poskopi Zio Jombang. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(2), 603–612.
- Promanjoe, Y. (2021). Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Keripik Suher. *Performa*, 6(3), 197–206. <https://doi.org/10.37715/jp.v6i3.2374>
- Reinartz, W., & Kumar, V. (2012). *Customer Relationship Management: Concept, Strategy, and Tools*.
- Rudi Syaiful Anwar, Syariefful Ikhwan, N. K. (2022). *Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Kedai Kopi He Kafei)*. 1(1), 88– 95.
- Ruslim, T. S., & Rahardjo, M. (2016). Identifikasi kepuasan konsumen ditinjau dari segi harga dan kualitas pada restoran abuba steak di Greenville. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 51–65.
- Sambodo Rio Sasongko. (2021). Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1), 104–114.

<https://doi.org/10.31933/jimt.v3i1.707>

- Schmitt, B. (1999). Experiential marketing castellano. *Libro*, 15(1–3), 1–17.
- Simanjuntak, D. C. Y., & Purba, P. Y. (2020). Peran mediasi customer satisfaction dalam customer experience dan loyalitas pelanggan. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 7(2).
- Srivastava, M., & Kaul, D. (2014). Social interaction, convenience and customer satisfaction: The mediating effect of customer experience. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 21(6), 1028–1037.
<https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2014.04.007>
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. *Alfabeta, Bandung*.
- Sugiyono. (2018). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*.
- Sumartini, L. C., & Tias, D. F. A. (2019). Analisis kepuasan konsumen untuk meningkatkan volume penjualan kedai kopi kala senja. *Jurnal E-Bis*, 3(2), 111–118.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa prinsip, penerapan, penelitian. yogyakarta: Andi Offset*.
- Wachyu, N., Suharyono, N., & Yulianto, E. (2016). Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan PT Astra Internasional, Tbk-TSO AUTO2000 Cabang Denpasar). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 30(1), 171–177.
- Widyana, S. F., & Firmansyah, H. (2021). Pengaruh Customer Relationship

Management (Crm) Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Sepatu

Convese. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 11(1), 11.



**L
A
M
P
I
R
A
N**



Lampiran 1.

KUESIONER PENELITIAN
PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN KEPERCAYAAN DAN
LOYALITAS PELANGGAN TERHADAP MINAT BELI ULANG (STUDI
KASUS ONLINE STORE SHOOPe)

Dengan ini saya mohon kesedian saudara untuk mengisi daftar pernyataan dalam daftar kuesioner ini untuk dipergunakan dalam penyelesaian penelitian program studi S1 Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Bengkulu.

Akhir kata, saya ucapkan terima kasih kepada responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner ini.

A. IDENTITAS PENELITIAN

Nama : Meichel Kurniawan Mukmin

NPM 2061201007

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Bengkulu

B. IDENTITAS RESPONDEN

Nama : _____

Jenis Kelamin : () Laki Laki
() Perempuan
() Lainnya

Usia : () < 20 tahun
() 20 – 25 tahun
() 26 - 30 tahun

() 31 – 35 tahun
 () > 35 tahun
 Pengguna Shopee (tahun) : () < 1 tahun
 () < 2 tahun () < 10 tahun () Lainnya.

C. PETUNJUK

1. Berilah tanda ceklis (✓) pada pilihan yang tersedia yang sesuai dengan pendapatan anda.
2. Dimohon kuesioner diisi dengan apa yang dirasakan, sesuai dengan bobot yang kami berikan.
3. Pernyataan terdiri dari 28 item.

D. KETERANGAN

No	Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Cukup Baik (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

1. ANGKET KEPUASAN PELANGGAN (X1)

NO	Pernyataan	Penilaian				
		SS		N	TS	STS
Perasaan Puas						
1	Saya puas dengan pengalaman berbelanja di Shopee					
2	Proses pembayaran di Shopee mudah dan cepat					
3	Layanan pengiriman Shopee memuaskan					
4	Saya merasa puas dengan sistem pengiriman di Shopee					
Selalu membeli produk						
5	Saya berniat terus membeli produk di Shopee di masa depan					
6	Shopee memenuhi harapan saya sehingga saya ingin belanja lagi					
Merekomendasikan kepada orang lain						
7	Saya akan merekomendasikan Shopee kepada teman/keluarga					
8	Saya akan mempromosikan Shopee kepada orang lain					
Terpenuhinya harapan						
9	Produk yang saya beli di Shopee sesuai dengan deskripsi					

10	Harga produk di Shopee sesuai dengan kualitas yang diterima					
----	---	--	--	--	--	--

2. KEPERCAYAAN PELANGGAN (X2)

NO	Pernyataan	Penilaian				
		SS	S	N	TS	STS
Integritas						
1	Saya percaya Shopee memberikan informasi produk yang jujur					
2	Saya merasa aman bertransaksi di Shopee					
3	Shopee menjaga kerahasiaan data pribadi pelanggan					
4	Sistem pembayaran Shopee dapat dipercaya					
5	Shopee bertanggung jawab jika terjadi masalah transaksi					
Kompetensi						
6						
Kebaikan						
7	Shopee memberikan hasil yang bermanfaat bagi saya sebagai konsumen					
8	Saya mendapat manfaat nyata dari produk yang saya beli di Shopee					

LOYALITAS PELANGGAN (X3)

NO	Pernyataan	Penilaian				
		SS	S	N	TS	STS
Loyalitas Perilaku (<i>Behavioral Loyalty</i>)						
1	Saya lebih memilih Shopee dibandingkan marketplace lain					
2	Saya tetap menggunakan Shopee meskipun ada promo di marketplace lain					
3	Shopee adalah pilihan utama saya untuk belanja online					
Loyalitas Sikap (<i>Attitudinal Loyalty</i>)						
4	Saya merasa nyaman dan senang berbelanja di Shopee					
5	Saya memiliki ikatan emosional positif dengan Shopee					
Loyalitas Rekomendasi (<i>Advocacy Loyalty</i>)						
6	Saya sering merekomendasikan Shopee kepada orang lain					
Loyalitas Kognitif dan Konsistensi (<i>Cognitive/Intentional Loyalty</i>)						
7	Saya tidak mudah berpindah ke platform belanja online lain					
8	Saya akan terus menggunakan Shopee untuk belanja online					

3. MINAT BELI ULANG (Y)

NO	Pernyataan	Penilaian				
		SS	S	N	TS	STS
Minat Transaksional						
1	Saya berniat untuk kembali berbelanja di Shopee					
2	Saya akan melakukan pembelian ulang dalam waktu dekat					
3	Saya tertarik membeli produk lain di Shopee					
4	Pengalaman sebelumnya mendorong saya membeli ulang di Shopee					
Minat Refensial						
5	Saya ingin merekomendasikan Shopee kepada teman/keluarga					
6	Saya bersedia membagikan pengalaman positif Shopee di media sosial					
Minat Prefensial						
7	Saya memilih Shopee sebagai platform belanja utama meski ada alternatif lain					
8	Shopee adalah pilihan pertama saya untuk berbelanja online					

Lampiran 2 : TABULASI

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y
4	2	3	4	3	4	20	3	3	3	4	4	17	5	5	5	5	5	25	3	4	4	3	3	17
3	2	4	3	2	4	18	4	4	4	4	4	20	4	3	4	3	3	17	3	4	3	2	4	16
3	3	5	5	5	3	24	3	3	3	3	3	15	4	4	4	4	4	20	3	3	5	3	5	19
3	3	3	5	5	4	23	3	3	3	3	3	15	3	3	3	4	3	16	4	5	5	5	5	24
1	1	1	2	2	1	8	3	3	3	3	3	15	5	5	5	5	5	25	3	3	3	3	3	15
2	3	2	2	2	4	15	3	3	4	4	3	17	3	4	2	2	2	13	3	3	3	3	4	16
3	3	3	4	4	3	20	3	3	3	3	3	15	3	4	3	4	4	18	3	3	3	3	3	15
4	3	3	4	4	4	22	4	4	4	4	4	20	3	3	3	3	3	15	4	4	4	4	4	20
5	4	5	4	4	3	25	5	4	5	4	5	23	3	3	3	3	3	15	4	5	5	4	4	22
4	4	5	5	5	5	28	5	5	4	5	4	23	4	3	4	4	4	19	5	4	5	5	5	24
4	3	3	4	4	5	23	3	3	4	4	4	18	4	3	4	4	3	18	4	5	4	3	4	20
3	4	4	4	4	3	22	4	3	4	4	4	19	4	3	4	4	3	18	4	3	4	3	3	17
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	20	5	3	5	5	5	23	4	4	4	4	4	20
1	5	1	4	4	4	19	4	1	4	5	4	18	1	2	4	1	3	11	4	4	4	4	4	20
5	5	4	4	3	3	24	5	4	5	5	5	24	3	3	3	3	3	15	5	5	5	5	5	25
4	3	3	3	3	5	21	5	5	5	5	5	25	3	3	4	4	4	18	4	4	4	3	4	19
2	2	2	4	3	4	17	3	3	4	4	4	18	4	3	4	4	4	19	3	3	3	3	3	15
3	4	3	3	3	3	19	3	3	3	3	3	15	4	4	4	4	4	20	4	4	3	3	3	17
5	3	4	4	4	5	25	3	3	2	2	2	12	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
3	3	2	4	3	4	19	4	3	3	2	4	16	4	4	4	4	3	19	3	3	2	4	4	15
4	4	4	5	3	4	24	4	4	4	5	4	21	3	3	4	4	4	18	4	4	4	4	4	20
5	3	5	3	4	5	25	3	3	3	3	4	16	3	3	3	4	3	16	3	3	3	4	2	15
3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	4	3	16	4	4	4	5	5	22	3	4	4	4	4	19
3	3	3	3	3	3	18	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	4	5	24
4	3	3	4	4	4	22	5	3	4	5	4	21	4	4	3	5	3	19	4	5	4	3	4	20
4	3	4	4	3	4	22	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15
5	3	4	4	4	4	24	3	4	3	4	4	18	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	4	29	5	5	4	4	3	21	4	3	3	4	3	17	3	3	3	3	3	15
4	4	4	5	4	4	25	3	4	3	4	3	17	3	3	4	4	4	18	4	4	4	4	5	21
3	2	2	3	2	2	14	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	4	24	3	4	3	3	2	15	3	3	3	4	4	17	4	4	4	5	4	21
4	4	4	4	4	4	24	3	3	3	5	4	18	3	3	3	3	3	15	4	4	4	3	4	19
5	4	3	4	4	4	24	3	3	3	4	3	16	3	3	3	3	3	15		3	3	3	3	15
4	3	3	4	3	3	20	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15		3	3		3	15
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	3	4	19	3	3	3	3	3	15		4	4		4	19
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	5	3	20	2	2	3	1	1	9		3	3		4	16
3	3	4	3	2	4	19	3	2	3	4	4	16	5	3	4	4	2	18		4	5		4	23
5	4	5	2	2	3	21	4	4	4	3	3	18	4	4	4	4	4	20		2	2		4	12
5	3	4	3	3	5	23	1	1	5	5	5	17	2	1	5	5	5	18		3	3		3	15
5	5	5	5	5	5	30	3	4	3	3	3	16	3	3	4	4	4	18		4	4		4	18
5	4	3	4	3	4	23	4	3	3	2	2	14	3	3	3	3	3	15		3	4		3	17
3	4	3	4	3	4	21	5	5	5	3	3	21	3	3	3	3	3	15		4	3	3	3	17
4	5	4	3	3	1	20	4	5	4	2	3	18	3	5	5	5	5	23		4	4		4	20
4	4	4	4	4	4	24	4	5	4	3	3	19	3	3	3	3	3	15		3	3		4	16
4	4	4	4	4	3	23	3	3	4	4	3	17	4	4	3	5	4	20		4	4	3	4	19
2	4	5	3	4	4	22	5	5	5	5	5	25	3	3	3	4	2	15		4	4		4	18
2	2	3	3	3	3	16	3	3	3	3	3	15	3	4	3	3	3	16		3	3		3	15
5	5	5	5	5	5	30	3	3	3	3	4	16	5	4	4	4	5	22		5	5		4	22
5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	5	25		5	5	5	5	25
4	4	4	4	2	5	23	3	3	3	3	4	16	3	4	3	1	1	12		5	3		4	19
4	4	5	4	5	4	26	4	3	5	4	4	20	5	5	3	5	5	23		3	4		3	17
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20		4	4		4	20
3	3	4	4	4	2	20	4	3	4	5	5	21	2	3	2	3	3	13		3	3	3	3	16
4	4	4	4	4	4	24	4	4	5	4	4	21	4	4	4	4	4	20		4	4	4	4	20
4	3	4	4	4	2	21	3	3	3	2	3	14	4	4	4	2	2	16		4	3	4	4	19
4	4	5	5	5	5	28	3	3	3	3	3	15	5	4	5	3	4	21		4	4	4	4	20
3	3	3	3	3	3	18	4	3	3	4	3	17	4	4	4	4	3	19		3	3	4	3	16
3	3	3	3	4	4	21	5	4	4	4	4	21	3	3	1	1	3	11		2	2	2	2	11
4	4	3	3	3	4	21	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25		4	4	4	3	20
3	3	3	4	4	4	21	5	5	5	5	4	24	4	4	4	3	3	18		4	3	4	4	18
3	3	3	3	3	3	18	5	5	3	4	3	20	4	4	3	2	2	15		4	3	3	3	16
3	3	3	3	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	3	3	4	4	18		3	4	4	4	19
3	3	3	3	3	3	18	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20		4	4	4	4	20
4	3	5	4	3	5	24	5	5	5	5	5	25	4	5	5	4	3	21		5	5	4	4	22
2	2	2	4	2	4	16	4	3	5	5	4	21	4	4	4	2	2	16		2	2	2	2	12

LAMPIRAN 3 : HASIL OLAH DATA

Hasil Uji Validitas

Item	R hitung	R tabel	Kesimpulan
X1.1	0,763**	0,113	Valid
X1.2	0,720**	0,113	Valid
X1.3	0,792**	0,113	Valid
X1.4	0,732**	0,113	Valid
X1.5	0,755**	0,113	Valid
X1.6	0,611**	0,113	Valid
X2.1	0,821**	0,113	Valid
X2.2	0,668**	0,113	Valid
X2.3	0,862**	0,113	Valid
X2.4	0,752**	0,113	Valid
X2.5	0,743**	0,113	Valid
X3.1	0,803**	0,113	Valid
X3.2	0,699**	0,113	Valid
X3.3	0,770**	0,113	Valid
X3.4	0,853**	0,113	Valid
X3.5	0,829**	0,113	Valid
Y.1	0,862**	0,113	Valid
Y.2	0,864**		
Y.3	0,917**		
Y.4	0,817**		
Y.5	0,721**		

Hasil Uji Reliabilitas

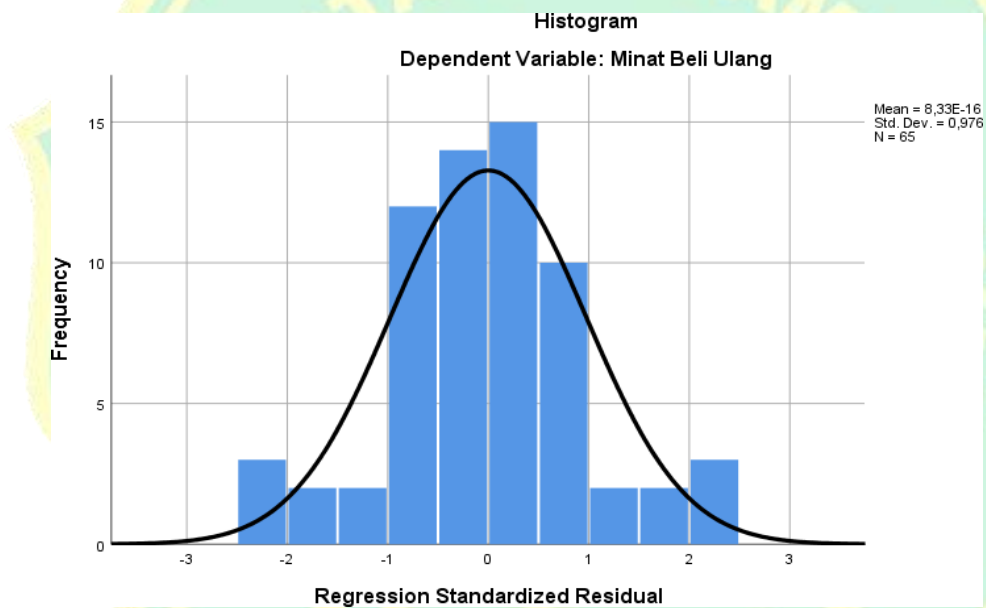
Variabel	Alpha	Keterangan
Kepuasan Pelanggan	0,822	Reliabel
Kepercayaan Pelanggan	0,823	Reliabel
Loyalitas Pelanggan	0,851	Reliabel
Minat Beli Ulang	0,893	Reliabel

Hasil Statistik Deskriptif

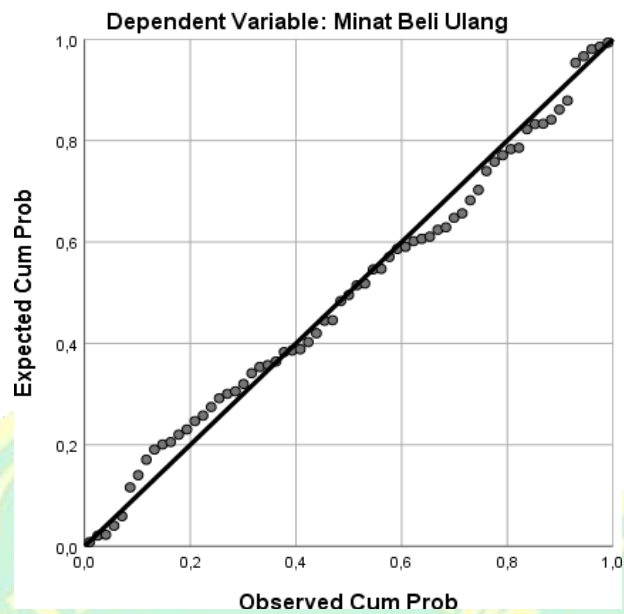
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kepuasan Pelanggan	65	8	30	21,88	3,943
Kepercayaan Pelanggan	65	12	25	18,68	3,293
Loyalitas Pelanggan	65	9	25	18,05	3,676
Minat Beli Ulang	65	11	25	18,42	3,196
Valid N (listwise)	65				

Hasil Uji Normalitas



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		65
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	2,69064284
Most Extreme Differences	Absolute	0,063
	Positive	0,063
	Negative	-0,062
Test Statistic		0,063
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.

Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

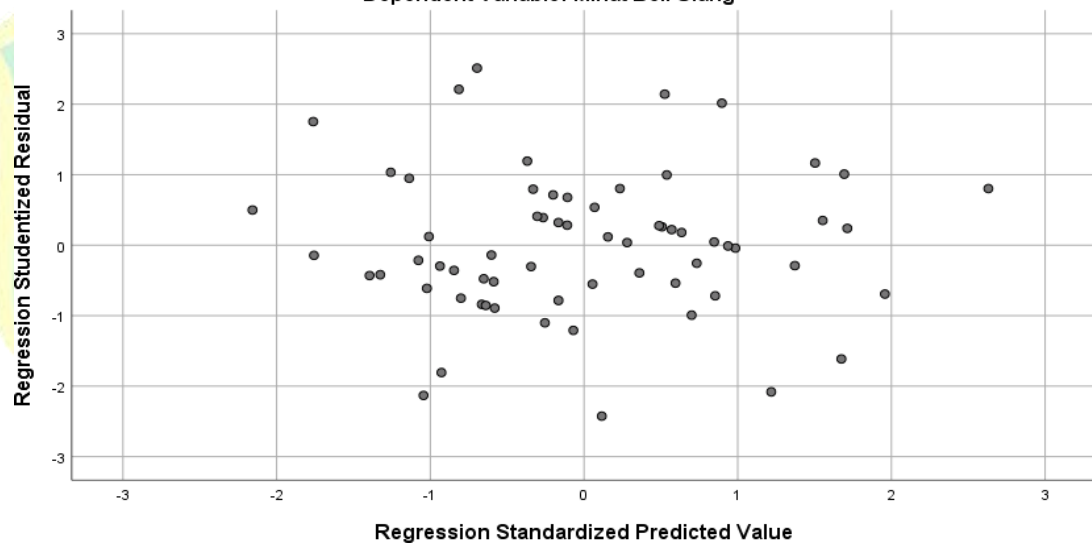
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,794	3,182		0,878	0,383		
	Kepuasan Pelanggan	0,262	0,087	0,323	2,990	0,004	0,998	1,002
	Kepercayaan Pelanggan	0,239	0,105	0,246	2,270		0,991	1,009
	Loyalitas Pelanggan	0,302	0,094	0,347	3,203	0,002	0,989	1,011

a. Dependent Variable: Minat Beli Ulang

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Scatterplot

Dependent Variable: Minat Beli Ulang



Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,443	2,020		1,209	0,231
Kepuasan Pelanggan	-0,014	0,056	-0,032	-0,251	0,803
Kepercayaan Pelanggan	0,048	0,067	0,092	0,725	0,471
Loyalitas Pelanggan	-0,055	0,060	-0,117	-0,921	0,361

a. Dependent Variable: ABSRES

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2,794	3,182		0,878	0,383		
Kepuasan Pelanggan	0,262	0,087	0,323	2,990	0,004	0,998	1,002
Kepercayaan Pelanggan	0,239	0,105	0,246	2,270	0,027	0,991	1,009
Loyalitas Pelanggan	0,302	0,094	0,347	3,203	0,002	0,989	1,011

a. Dependent Variable: Minat Beli Ulang

Hasil Uji Hipotesis

Hasil Uji Parsial (*t-Test*)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2,794	3,182		0,878	0,383		
Kepuasan Pelanggan	0,262	0,087	0,323	2,990		0,998	1,002
Kepercayaan Pelanggan	0,239	0,105	0,246	2,270	0,027	0,991	1,009
Loyalitas Pelanggan	0,302	0,094	0,347	3,203		0,989	1,011

a. Dependent Variable: Minat Beli Ulang

Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	190,453	3	63,484	8,358	,000 ^b
	Residual	463,332	61	7,596		
	Total	653,785	64			

a. Dependent Variable: Minat Beli Ulang

b. Predictors: (Constant), Loyalitas Pelanggan, Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan

Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,540 ^a	0,291	0,256	2,756

a. Predictors: (Constant), Loyalitas Pelanggan, Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan

b. Dependent Variable: Minat Beli Ulang