

LAMPIRAN

Lampiran 01. Ketentuan Skor Tertinggi, Skor Terendah dan Interval Rentangan Skor Kuesioner Awal dan Kuesioner Secara Total Variabel Electronic Word Of Mouth, Kepuasan Nasabah, Purchase Intention

Ketentuan Skor Tertinggi, Skor Terendah, dan Interval Rentangan Skor Kuesioner Awal Electronic Word Of Mouth

1. Ketentuan Skor Tertinggi, Skor Terendah dan Interval Rentangan Skor

Kuesioner Awal :

- 1) Apabila jawaban (SS) diberikan skor 5
- 2) Apabila jawaban (S) diberikan skor 4
- 3) Apabila jawaban (CS) diberikan skor 3
- 4) Apabila jawaban (TS) diberikan skor 2
- 5) Apabila jawaban (STS) diberikan skor 1
- a) Skor Tertinggi = nilai tertinggi x jumlah pertanyaan x jumlah responden
- b) Skor Terendah = nilai terendah x jumlah pertanyaan x jumlah responden

Nilai Tertinggi = 5

Nilai Terendah = 1

Jumlah Pertanyaan = 5

Jumlah Responden = 1

Skor Tertinggi = $5 \times 5 \times 1 = 25$

Skor Terendah = $1 \times 5 \times 1 = 5$

Interval = $\frac{\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}}{\text{Interval}} = \frac{25 - 5}{5} = 5$

Rentang Skor Variabel

Rentang Skor	Keterangan Responden
21-25	Sangat Tinggi
17-21	Tinggi
13-17	Sedang
9-13	Rendah
5-9	Sangat Rendah



Ketentuan Skor Tertinggi, Skor Terendah, dan Interval Rentangan Skor Kuesioner Awal Kepuasan Nasabah

1. Ketentuan Skor Tertinggi, Skor Terendah dan Interval Rentangan Skor

Kuesioner Awal :

- 1) Apabila jawaban (SS) diberikan skor 5
- 2) Apabila jawaban (S) diberikan skor 4
- 3) Apabila jawaban (CS) diberikan skor 3
- 4) Apabila jawaban (TS) diberikan skor 2
- 5) Apabila jawaban (STS) diberikan skor 1
- c) Skor Tertinggi = nilai tertinggi x jumlah pertanyaan x jumlah responden
- d) Skor Terendah = nilai terendah x jumlah pertanyaan x jumlah responden

Nilai Tertinggi = 5

Nilai Terendah = 1

Jumlah Pertanyaan = 6

Jumlah Responden = 1

Skor Tertinggi = $5 \times 6 \times 1 = 30$

Skor Terendah = $1 \times 6 \times 1 = 6$

Interval = $\frac{\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}}{\text{Interval}} = \frac{30 - 6}{5} = 4,8 = 5$

Rentang Skor Variabel

Rentang Skor	Keterangan Responden
25-30	Sangat Tinggi
20-25	Tinggi
15-20	Sedang
10-15	Rendah
5-10	Sangat Rendah

Ketentuan Skor Tertinggi, Skor Terendah, dan Interval Rentangan Skor Kuesioner Awal Purchase Intention

1. Ketentuan Skor Tertinggi, Skor Terendah dan Interval Rentangan Skor

Kuesioner Awal :

- 1) Apabila jawaban (SS) diberikan skor 5
- 2) Apabila jawaban (S) diberikan skor 4
- 3) Apabila jawaban (CS) diberikan skor 3
- 4) Apabila jawaban (TS) diberikan skor 2
- 5) Apabila jawaban (STS) diberikan skor 1
- e) Skor Tertinggi = nilai tertinggi x jumlah pertanyaan x jumlah responden
- f) Skor Terendah = nilai terendah x jumlah pertanyaan x jumlah responden

Nilai Tertinggi = 5

Nilai Terendah = 1

Jumlah Pertanyaan = 3

Jumlah Responden = 1

Skor Tertinggi = $5 \times 3 \times 1 = 15$

Skor Terendah = $1 \times 3 \times 1 = 3$

Interval = $\frac{\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}}{\text{Interval}} = \frac{15 - 3}{5} = 2,4$

Rentang Skor Variabel

Rentang Skor	Keterangan Responden
12,5-15	Sangat Tinggi
10-12,5	Tinggi
7,5-10	Sedang
5-7,5	Rendah
2-5,5	Sangat Rendah

Ketentuan Skor Tertinggi, Skor Terendah, dan Interval Rentangan Skor Kuesioner Awal Electronic Word Of Mouth Secara Total

1. Ketentuan Skor Tertinggi, Skor Terendah dan Interval Rentangan Skor

Kuesioner Awal :

- 1) Apabila jawaban (SS) diberikan skor 5
- 2) Apabila jawaban (S) diberikan skor 4
- 3) Apabila jawaban (CS) diberikan skor 3
- 4) Apabila jawaban (TS) diberikan skor 2
- 5) Apabila jawaban (STS) diberikan skor 1
- g) Skor Tertinggi = nilai tertinggi x jumlah pertanyaan x jumlah responden
- h) Skor Terendah = nilai terendah x jumlah pertanyaan x jumlah responden

Nilai Tertinggi = 5

Nilai Terendah = 1

Jumlah Pertanyaan = 5

Jumlah Responden = 10

Skor Tertinggi = $5 \times 5 \times 10 = 250$

Skor Terendah = $1 \times 5 \times 10 = 50$

Interval = $\frac{\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}}{\text{Interval}} = \frac{250 - 50}{5} = 40$

Rentang Skor Variabel

Rentang Skor	Keterangan Responden
210-250	Sangat Tinggi
170-200	Tinggi
130-170	Sedang
90-130	Rendah
50-90	Sangat Rendah

Ketentuan Skor Tertinggi, Skor Terendah, dan Interval Rentangan Skor Kuesioner Awal Kepuasan Nasabah Secara Total

1. Ketentuan Skor Tertinggi, Skor Terendah dan Interval Rentangan Skor

Kuesioner Awal :

- 1) Apabila jawaban (SS) diberikan skor 5
- 2) Apabila jawaban (S) diberikan skor 4
- 3) Apabila jawaban (CS) diberikan skor 3
- 4) Apabila jawaban (TS) diberikan skor 2
- 5) Apabila jawaban (STS) diberikan skor 1
- i) Skor Tertinggi = nilai tertinggi x jumlah pertanyaan x jumlah responden
- j) Skor Terendah = nilai terendah x jumlah pertanyaan x jumlah responden

Nilai Tertinggi = 5

Nilai Terendah = 1

Jumlah Pertanyaan = 6

Jumlah Responden = 10

Skor Tertinggi = $5 \times 6 \times 10 = 300$

Skor Terendah = $1 \times 6 \times 10 = 60$

Interval = $\frac{\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}}{\text{Interval}} = \frac{300 - 60}{5} = 48$

Rentang Skor Variabel

Rentang Skor	Keterangan Responden
252-300	Sangat Tinggi
204-252	Tinggi
156-204	Sedang
108-156	Rendah
60-108	Sangat Rendah

Ketentuan Skor Tertinggi, Skor Terendah, dan Interval Rentangan Skor Kuesioner Awal Purchase Intention Secara Total

1. Ketentuan Skor Tertinggi, Skor Terendah dan Interval Rentangan Skor

Kuesioner Awal :

- 1) Apabila jawaban (SS) diberikan skor 5
- 2) Apabila jawaban (S) diberikan skor 4
- 3) Apabila jawaban (CS) diberikan skor 3
- 4) Apabila jawaban (TS) diberikan skor 2
- 5) Apabila jawaban (STS) diberikan skor 1
- k) Skor Tertinggi = nilai tertinggi x jumlah pertanyaan x jumlah responden
- l) Skor Terendah = nilai terendah x jumlah pertanyaan x jumlah responden

Nilai Tertinggi = 5

Nilai Terendah = 1

Jumlah Pertanyaan = 3

Jumlah Responden = 10

Skor Tertinggi = $5 \times 3 \times 10 = 150$

Skor Terendah = $1 \times 3 \times 10 = 30$

Interval = $\frac{\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}}{\text{Interval}} = \frac{150 - 30}{5} = 24$

Rentang Skor Variabel

Rentang Skor	Keterangan Responden
126-150	Sangat Tinggi
120-126	Tinggi
78-120	Sedang
54-78	Rendah
30-54	Sangat Rendah

Lampiran 02. Kuesioner Penelitian



KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (E-WOM) DAN KEPUASAN NASABAH TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PADA PRODUK BANK MANDIRI

Bapak / Ibu Saudara yang terhormat

Dalam rangka penyelesaian studi pada Program Studi S1 Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha yang saya ikuti saat ini mempersyaratkan karya tulis dalam bentuk skripsi.

Untuk memenuhi persyaratan tersebut, saya bermaksud menyusun skripsi yang berjudul “Pengaruh *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) dan Kepuasan Nasabah terhadap *Purchase Intention* pada Produk Bank Mandiri”.

Penyusunan penelitian tersebut memerlukan data-data yang sebagian ada pada Bapak / Ibu Saudara selaku konsumen yang belum menggunakan produk Bank Mandiri dan pernah membaca ulasan produk dari Bank Mandiri. Besar harapan saya agar Bapak / Ibu Saudara bersedia membantu dengan menjawab pertanyaan yang ada pada kuesioner ini.

Data yang diperoleh dari penelitian ini semata-mata hanya untuk kajian ilmiah, sehingga Bapak / Ibu Saudara tidak perlu khawatir untuk menyertakan identitas dan menjawab pertanyaan yang ada. Atas Kerjasama Bapak / Ibu Saudara saya ucapkan terima kasih.

Singaraja, Agustus 2023

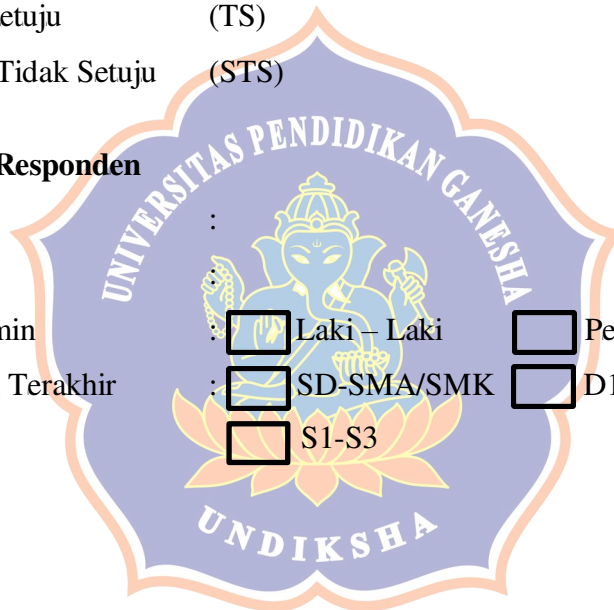
I Putu Yoga Sentana Putra

PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

1. Mohon dengan hormat bantuan, dan kesediaan Bapak / Ibu / Saudara untuk menjawab seluruh pertanyaan dalam kuesioner ini.
2. Beri tanda (√) pertanyaan berikut yang sesuai dengan keadaan yang sesungguhnya pada kolom yang tersedia.
3. Ada 5 (Lima) pilihan yang tersedia untuk masing-masing pertanyaan, yaitu:
 - a. Sangat Setuju (SS)
 - b. Setuju (S)
 - c. Netral (N)
 - d. Tidak Setuju (TS)
 - e. Sangat Tidak Setuju (STS)

A. Identitas Responden

1. Nama :
2. Usia :
3. Jenis Kelamin : ☐ Laki – Laki ☐ Perempuan
4. Pendidikan Terakhir : ☐ SD-SMA/SMK ☐ D1-D4
☐ S1-S3



B. Kuesioner Penelitian

Electronic Word Of Mouth (X₁)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya sering melakukan jelajah seluler untuk mendapatkan informasi seputar produk Bank Mandiri.					
2.	Saya sering berinteraksi dengan pengguna situs jejaring sosial saat mencari informasi produk Bank Mandiri dan terkadang saya berkontribusi meninggalkan komentar yang berisi pertanyaan atau pernyataan.					
3.	Saya mendapatkan banyak ulasan dari pengguna situs jejaring sosial mengenai produk Bank Mandiri					
4.	Saya menjumpai banyak komentar positif dari pengguna situs jejaring sosial mengenai produk Bank Mandiri.					
5.	Saya menjumpai banyak komentar negatif dari pengguna situs jejaring sosial mengenai produk Bank Mandiri.					
6.	Saya mendapatkan rekomendasi mengenai produk Bank Mandiri dari pengguna situs jejaring sosial lain.					
7.	Saya memperoleh informasi tentang variasi produk Bank Mandiri melalui situs jejaring sosial.					
8.	Saya memperoleh informasi tentang kualitas produk Bank Mandiri melalui situs jejaring sosial.					

9.	Saya memperoleh informasi tentang harga produk Bank Mandiri melalui situs jejaring sosial.					
10.	Saya memperoleh informasi tentang keamanan transaksi dan situs jejaring internet yang disediakan Bank Mandiri melalui situs jejaring sosial.					

Kepuasan Nasabah (X₂)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
11.	Bank Mandiri mempunyai keterampilan serta perilaku <i>front-line staff</i> nya dapat membentuk kepercayaan konsumen.					
12.	Bank Mandiri mempunyai keterampilan ketika memberikan pelayanan kepada konsumen.					
13.	Penampilan fisik dan wujud fisik layanan yang diberikan oleh Bank Mandiri dapat menciptakan kepuasan bagi konsumen					
14.	Bank Mandiri memperhatikan keinginan setiap konsumen.					
15.	Bank Mandiri mempunyai keterampilan dalam memberikan pelayanan yang paling baik dan bersifat responsif terhadap seluruh keinginan serta keperluan konsumen.					

Purchase Intention (Y)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
16.	Saya mempunyai ketertarikan untuk mencari informasi tentang produk Bank Mandiri					

17.	Saya mempertimbangkan untuk membeli produk Bank Mandiri.					
18.	Saya tertarik untuk mencoba produk Bank Mandiri.					
19.	Saya ingin mengetahui produk Bank Mandiri.					
20.	Saya ingin memiliki produk Bank Mandiri.					



Lampiran 03. Deskripsi Data Responden

Usia					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17-25 Tahun	51	34.0	34.0	34.0
	26-35 Tahun	69	46.0	46.0	80.0
	36-45 Tahun	17	11.3	11.3	91.3
	46-55 Tahun	12	8.0	8.0	99.3
	56-65 Tahun	1	.7	.7	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

Jenis Kelamin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	46	30.7	30.7	30.7
	Perempuan	104	69.3	69.3	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

Pendidikan Terakhir					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMP	3	2.0	2.0	2.0
	SMA	32	21.3	21.3	23.3
	D3	16	10.7	10.7	34.0
	D4/S1	79	52.7	52.7	86.7
	S2	13	8.7	8.7	95.3
	S3	7	4.7	4.7	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

Lampiran 04. Tabulasi Data Populasi Penelitian Sampel Kecil dan Sampel Besar

Tabulasi Sampel Kecil

No.	Purchase Intention (Y)				TY
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	
1	4	4	5	4	17
2	3	2	4	4	13
3	1	3	1	4	9
4	4	4	4	4	16
5	2	1	2	3	8
6	2	1	2	2	7
7	4	3	3	4	14
8	2	2	1	1	6
9	4	4	5	5	18
10	3	1	2	2	8
11	2	1	1	1	5
12	1	1	3	2	7
13	2	3	4	2	11
14	1	2	1	2	6
15	1	2	1	2	6
16	4	4	4	5	17
17	2	1	1	1	5
18	4	4	4	4	16
19	2	1	1	1	5
20	2	1	1	2	6
21	1	3	4	3	11
22	4	4	5	5	18
23	1	1	2	1	5
24	4	4	5	5	18
25	1	1	2	1	5
26	1	3	2	1	7
27	1	1	1	2	5
28	4	4	4	4	16
29	1	2	3	2	8
30	4	5	5	4	18
31	2	1	3	2	8
32	2	1	2	1	6
33	1	1	2	1	5
34	4	4	4	3	15
35	3	3	3	4	13

No	Electronic Word Of Mouth (X1)										TX1
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	
1	5	3	4	5	5	5	4	4	5	4	44
2	4	3	3	5	4	3	4	5	4	4	39
3	1	1	1	2	3	2	1	3	2	1	17
4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	37
5	3	2	1	1	1	2	3	2	4	2	21
6	1	1	4	2	1	2	2	1	1	2	17
7	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	37
8	1	1	1	3	2	1	2	1	2	1	15
9	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	48
10	1	2	2	2	1	3	1	1	1	1	15
11	1	1	1	2	2	1	2	1	1	2	14
12	2	3	2	2	1	2	1	1	3	2	19
13	4	5	3	3	5	4	2	2	1	2	31
14	3	2	1	1	3	3	1	1	1	2	18
15	1	2	1	2	3	1	1	1	3	3	18
16	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	46
17	2	1	1	1	2	2	1	1	1	2	14
18	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	38
19	1	4	2	2	3	1	1	2	3	4	23
20	3	1	1	3	2	1	1	1	2	1	16
21	2	3	2	2	1	1	1	3	2	2	19
22	5	5	5	4	4	4	4	4	3	4	42
23	1	2	1	2	1	1	1	2	3	1	15
24	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	44
25	1	1	1	2	1	1	1	1	3	2	14
26	1	2	2	1	1	2	1	3	2	1	16
27	2	3	1	2	1	1	3	2	1	3	19
28	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	38
29	1	3	4	2	1	1	2	1	1	3	19
30	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	43
31	1	3	2	1	1	2	2	3	2	1	18
32	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2	13
33	2	1	1	2	3	1	2	1	2	1	16
34	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	36
35	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	33

No	Kepuasan Nasabah (X2)					TX2
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	
1	4	5	4	4	5	22
2	1	4	2	5	3	15
3	2	1	2	3	1	9
4	4	4	3	3	4	18

No	Kepuasan Nasabah (X2)					TX2
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	
5	1	1	2	4	3	11
6	3	1	2	2	1	9
7	3	3	3	4	4	17
8	2	1	1	2	1	7
9	5	5	5	4	4	23
10	4	3	1	1	3	12
11	2	2	1	1	1	7
12	1	2	1	3	2	9
13	2	3	1	1	1	8
14	3	2	1	1	1	8
15	3	1	2	3	1	10
16	4	5	5	5	5	24
17	3	1	2	1	1	8
18	3	3	3	3	4	16
19	2	1	1	3	1	8
20	2	1	3	1	5	12
21	1	3	1	2	2	9
22	5	5	5	5	4	24
23	1	2	1	2	3	9
24	4	4	5	5	5	23
25	2	1	1	2	1	7
26	1	3	2	2	1	9
27	2	1	1	2	2	8
28	3	3	3	3	4	16
29	2	1	2	2	1	8
30	5	5	5	4	4	23
31	3	1	1	4	2	11
32	1	2	1	1	1	6
33	1	1	2	3	2	9
34	4	4	3	3	3	17
35	3	4	4	3	3	17

Tabulasi Sampel Besar

No	Purchase Intention (Y)				TY
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	
1	4	4	5	4	17
2	3	2	4	4	13
3	1	3	1	4	9
4	4	4	4	4	16
5	2	1	2	3	8
6	2	1	2	2	7

No	Purchase Intention (Y)				TY
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	
7	4	3	3	4	14
8	2	2	1	1	6
9	4	4	5	5	18
10	3	1	2	2	8
11	2	1	1	1	5
12	1	1	3	2	7
13	2	3	4	2	11
14	1	2	1	2	6
15	1	2	1	2	6
16	4	4	4	5	17
17	2	1	1	1	5
18	4	4	4	4	16
19	2	1	1	1	5
20	2	1	1	2	6
21	1	3	4	3	11
22	4	4	5	5	18
23	1	1	2	1	5
24	4	4	5	5	18
25	1	1	2	1	5
26	1	3	2	1	7
27	1	1	1	2	5
28	4	4	4	4	16
29	1	2	3	2	8
30	4	5	5	4	18
31	2	1	3	2	8
32	2	1	2	1	6
33	1	1	2	1	5
34	4	4	4	3	15
35	3	3	3	4	13
36	3	2	2	3	10
37	1	1	2	3	7
38	2	2	1	2	7
39	1	2	3	1	7
40	1	1	2	1	5
41	4	4	4	4	16
42	2	2	3	3	10
43	2	1	1	1	5
44	2	1	2	1	6
45	2	3	2	1	8
46	3	3	3	4	13
47	2	1	1	2	6
48	5	5	5	5	20

No	Purchase Intention (Y)				TY
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	
49	1	1	3	2	7
50	2	1	2	2	7
51	3	2	1	2	8
52	4	4	4	3	15
53	1	1	2	1	5
54	4	4	4	4	16
55	1	2	1	1	5
56	4	4	4	4	16
57	1	1	1	1	4
58	5	5	4	4	18
59	1	2	2	1	6
60	2	1	1	3	7
61	4	4	5	5	18
62	1	2	1	2	6
63	1	2	1	1	5
64	1	2	1	1	5
65	2	1	1	2	6
66	4	3	3	3	13
67	2	4	2	1	9
68	1	2	1	3	7
69	3	3	3	4	13
70	1	1	2	3	7
71	1	2	1	1	5
72	3	2	1	1	7
73	5	5	5	5	20
74	1	2	1	2	6
75	1	3	1	2	7
76	5	4	4	5	18
77	1	2	2	1	6
78	2	1	2	1	6
79	5	5	4	4	18
80	1	2	2	2	7
81	1	2	1	2	6
82	1	2	1	1	5
83	4	4	4	4	16
84	4	4	4	3	15
85	2	2	1	1	6
86	1	2	1	3	7
87	4	4	4	4	16
88	2	1	1	2	6
89	4	4	4	4	16
90	4	4	4	4	16

No	Purchase Intention (Y)				TY
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	
91	2	2	1	2	7
92	5	4	4	5	18
93	3	4	2	1	10
94	2	3	1	1	7
95	2	1	2	2	7
96	4	4	3	3	14
97	1	2	1	1	5
98	2	1	2	2	7
99	2	1	2	1	6
100	2	3	1	1	7
101	2	3	1	2	8
102	4	4	5	5	18
103	4	4	5	5	18
104	2	1	1	2	6
105	5	5	5	5	20
106	1	1	2	2	6
107	1	2	2	2	7
108	2	1	1	3	7
109	4	5	5	5	19
110	1	1	3	1	6
111	5	4	4	5	18
112	1	2	1	1	5
113	1	2	1	2	6
114	1	2	2	3	8
115	1	3	2	3	9
116	4	4	5	5	18
117	1	2	1	2	6
118	4	4	4	4	16
119	1	2	1	1	5
120	4	3	3	3	13
121	1	1	2	1	5
122	1	1	2	3	7
123	2	3	1	2	8
124	4	4	3	3	14
125	1	2	2	1	6
126	4	4	5	5	18
127	2	1	1	1	5
128	4	4	3	3	14
139	1	2	1	1	5
130	2	2	1	1	6
131	3	3	4	4	14
132	5	4	4	5	18

No	Purchase Intention (Y)				TY
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	
133	1	2	1	2	6
134	1	1	1	1	4
135	1	2	2	2	7
136	2	1	1	1	5
137	1	1	2	2	6
138	3	2	1	1	7
139	4	4	5	5	18
140	1	1	2	3	7
141	1	1	1	1	4
142	1	2	2	2	7
143	1	1	1	3	6
144	5	5	4	4	18
145	2	1	1	1	5
146	1	2	1	2	6
147	4	4	4	5	17
148	1	2	1	1	5
149	1	1	2	2	6
150	3	4	4	3	14

No	Electronic Word Of Mouth (X1)										TX1
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	
1	5	3	4	5	5	5	4	4	5	4	44
2	4	3	3	5	4	3	4	5	4	4	39
3	1	1	1	2	3	2	1	3	2	1	17
4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	37
5	3	2	1	1	1	2	3	2	4	2	21
6	1	1	4	2	1	2	2	1	1	2	17
7	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	37
8	1	1	1	3	2	1	2	1	2	1	15
9	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	48
10	1	2	2	2	1	3	1	1	1	1	15
11	1	1	1	2	2	1	2	1	1	2	14
12	2	3	2	2	1	2	1	1	3	2	19
13	4	5	3	3	5	4	2	2	1	2	31
14	3	2	1	1	3	3	1	1	1	2	18
15	1	2	1	2	3	1	1	1	3	3	18
16	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	46
17	2	1	1	1	2	2	1	1	1	2	14
18	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	38
19	1	4	2	2	3	1	1	2	3	4	23
20	3	1	1	3	2	1	1	1	2	1	16
21	2	3	2	2	1	1	1	3	2	2	19

No	Electronic Word Of Mouth (X1)										TX1
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	
22	5	5	5	4	4	4	4	4	3	4	42
23	1	2	1	2	1	1	1	2	3	1	15
24	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	44
25	1	1	1	2	1	1	1	1	3	2	14
26	1	2	2	1	1	2	1	3	2	1	16
27	2	3	1	2	1	1	3	2	1	3	19
28	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	38
29	1	3	4	2	1	1	2	1	1	3	19
30	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	43
31	1	3	2	1	1	2	2	3	2	1	18
32	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2	13
33	2	1	1	2	3	1	2	1	2	1	16
34	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	36
35	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	33
36	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	26
37	2	1	3	1	1	2	3	2	1	4	20
38	1	3	2	2	1	1	3	2	1	2	18
39	1	2	1	2	3	1	3	1	1	2	17
40	1	1	1	1	2	1	2	2	2	1	14
41	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	37
42	2	3	3	2	2	2	2	3	3	2	24
43	2	1	1	2	1	2	3	2	1	2	17
44	1	1	2	1	1	1	2	1	2	1	13
45	2	1	2	3	1	1	1	2	1	2	16
46	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	34
47	3	2	1	1	3	1	1	1	2	1	16
48	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	44
49	1	1	2	3	1	2	1	1	3	2	17
50	3	2	1	2	2	2	1	2	1	2	18
51	1	1	2	1	2	1	2	1	2	1	14
52	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	35
53	2	1	2	2	3	4	3	2	1	1	21
54	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
55	1	1	1	1	2	2	2	1	1	3	15
56	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	38
57	1	1	2	1	2	3	1	1	1	2	15
58	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	46
59	1	1	2	2	1	1	1	3	2	1	15
60	1	2	1	2	2	1	2	3	2	1	17
61	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	47
62	3	2	1	2	2	1	3	1	2	1	18
63	1	1	1	2	1	2	2	1	1	2	14

No	Electronic Word Of Mouth (X1)										TX1
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	
64	3	2	1	2	2	3	2	1	1	2	19
65	2	1	2	1	1	2	2	2	1	2	16
66	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	35
67	4	3	2	2	2	1	2	1	1	2	20
68	1	2	1	3	1	1	2	3	2	1	17
69	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	34
70	2	2	3	4	1	1	2	1	1	2	19
71	2	1	2	3	1	2	1	2	2	1	17
72	1	3	2	1	2	2	2	3	2	1	19
73	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	46
74	1	2	1	1	2	1	1	1	2	1	13
75	2	2	3	1	1	3	2	1	1	2	18
76	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	48
77	1	2	1	1	3	2	1	1	1	3	16
78	2	2	2	3	2	1	1	2	3	3	21
79	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	45
80	1	2	1	2	3	1	1	1	1	2	15
81	2	2	3	2	1	1	2	2	1	2	18
82	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	12
83	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	35
84	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	37
85	2	4	1	3	2	1	2	3	2	1	21
86	1	2	1	2	1	2	1	1	1	2	14
87	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	35
88	2	2	1	2	2	3	2	1	2	3	20
89	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	37
90	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	37
91	2	3	1	1	2	1	2	2	1	2	17
92	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	45
93	2	2	1	1	3	2	2	1	2	1	17
94	1	2	1	3	2	1	2	3	1	2	18
95	2	1	1	2	1	1	1	1	3	2	15
96	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	38
97	1	2	1	4	2	2	4	1	3	1	21
98	1	2	1	2	1	2	3	1	2	2	17
99	2	2	1	1	2	3	2	1	1	1	16
100	1	1	2	1	3	2	1	1	3	3	18
101	3	2	4	2	1	1	1	2	3	1	20
102	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	47
103	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	44
104	1	2	3	2	1	2	3	1	3	2	20
105	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	45

No	Electronic Word Of Mouth (X1)										TX1
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	
106	2	1	2	3	1	2	2	1	2	1	17
107	1	2	1	2	2	3	2	1	1	2	17
108	1	1	2	1	1	2	2	1	2	3	16
109	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	44
110	1	2	1	2	2	2	1	1	1	2	15
111	4	5	3	3	5	5	3	3	5	5	41
112	1	2	2	1	1	2	1	1	2	1	14
113	2	2	1	2	1	3	2	1	2	2	18
114	1	2	2	1	1	2	1	2	1	1	14
115	2	2	1	1	2	1	2	1	3	1	16
116	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	47
117	1	2	2	2	1	1	2	1	2	3	17
118	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	38
119	1	2	1	1	1	2	2	3	2	1	16
120	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	33
121	1	2	2	3	1	2	3	2	2	1	19
122	1	1	1	1	3	1	2	2	3	2	17
123	1	1	3	1	2	3	2	1	1	2	17
124	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	33
125	2	2	1	2	3	2	1	1	3	2	19
126	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	46
127	2	1	2	1	2	1	2	1	1	2	15
128	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	35
139	2	1	2	1	2	3	2	1	2	2	18
130	2	2	1	3	2	1	2	3	2	1	19
131	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	35
132	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	47
133	1	1	1	2	1	1	1	1	2	2	13
134	1	2	1	1	3	2	3	3	2	1	19
135	2	2	5	2	4	2	2	3	1	2	25
136	1	2	1	1	4	1	1	1	2	3	17
137	2	1	2	1	3	3	3	2	2	1	20
138	2	2	1	4	4	1	2	2	1	1	20
139	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	45
140	2	2	1	3	1	2	2	1	3	2	19
141	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	12
142	3	2	1	3	1	1	2	3	1	2	19
143	3	3	2	1	2	3	2	2	1	1	20
144	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	46
145	2	2	1	3	2	2	1	2	3	2	20
146	3	2	1	2	3	1	1	4	2	2	21
147	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	46

No	Electronic Word Of Mouth (X1)										TX1
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	
148	1	2	1	1	3	3	2	1	1	2	17
149	1	2	2	1	2	1	1	2	3	1	16
150	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	33

No	Kepuasan Nasabah (X2)					TX2
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	
1	4	5	4	4	5	22
2	1	4	2	5	3	15
3	2	1	2	3	1	9
4	4	4	3	3	4	18
5	1	1	2	4	3	11
6	3	1	2	2	1	9
7	3	3	3	4	4	17
8	2	1	1	2	1	7
9	5	5	5	4	4	23
10	4	3	1	1	3	12
11	2	2	1	1	1	7
12	1	2	1	3	2	9
13	2	3	1	1	1	8
14	3	2	1	1	1	8
15	3	1	2	3	1	10
16	4	5	5	5	5	24
17	3	1	2	1	1	8
18	3	3	3	3	4	16
19	2	1	1	3	1	8
20	2	1	3	1	5	12
21	1	3	1	2	2	9
22	5	5	5	5	4	24
23	1	2	1	2	3	9
24	4	4	5	5	5	23
25	2	1	1	2	1	7
26	1	3	2	2	1	9
27	2	1	1	2	2	8
28	3	3	3	3	4	16
29	2	1	2	2	1	8
30	5	5	5	4	4	23
31	3	1	1	4	2	11
32	1	2	1	1	1	6
33	1	1	2	3	2	9
34	4	4	3	3	3	17
35	3	4	4	3	3	17
36	3	2	2	3	3	13

No	Kepuasan Nasabah (X2)					TX2
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	
37	2	1	2	2	2	9
38	1	1	2	1	3	8
39	2	1	2	2	1	8
40	3	1	2	1	1	8
41	4	4	4	4	4	20
42	2	2	3	3	2	12
43	3	1	2	1	1	8
44	2	2	1	1	1	7
45	3	1	1	1	2	8
46	3	3	4	4	4	18
47	2	1	1	1	3	8
48	4	4	4	5	5	22
49	1	1	2	2	2	8
50	1	3	1	1	1	7
51	2	1	1	2	2	8
52	3	3	3	3	4	16
53	2	1	3	2	3	11
54	3	4	4	4	4	19
55	2	1	1	2	1	7
56	3	3	2	2	2	12
57	1	2	3	1	2	9
58	5	4	4	4	4	21
59	1	1	1	2	2	7
60	2	1	2	1	1	7
61	5	5	5	5	5	25
62	2	2	3	2	1	10
63	1	2	1	2	1	7
64	2	1	3	2	1	9
65	1	1	3	1	1	7
66	4	3	3	3	4	17
67	1	2	3	2	1	9
68	2	2	2	1	2	9
69	4	4	3	3	3	17
70	3	1	2	1	2	9
71	1	1	2	1	1	6
72	2	2	3	2	1	10
73	5	4	4	4	4	21
74	2	1	2	2	1	8
75	1	1	4	2	1	9
76	4	4	4	5	5	22
77	3	1	1	2	3	10
78	2	1	1	2	1	7

No	Kepuasan Nasabah (X2)					TX2
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	
79	5	4	4	4	4	21
80	2	1	2	2	1	8
81	1	1	3	1	2	8
82	2	2	1	1	2	8
83	4	3	3	3	3	16
84	4	3	3	4	4	18
85	2	1	3	1	1	8
86	1	2	1	1	2	7
87	4	4	4	3	3	18
88	2	1	2	2	1	8
89	4	3	3	4	4	18
90	4	4	4	4	4	20
91	1	1	3	1	1	7
92	4	4	5	5	5	23
93	4	3	1	1	2	11
94	1	2	1	1	1	6
95	2	1	2	1	1	7
96	4	4	3	3	3	17
97	1	2	1	3	2	9
98	1	2	2	1	3	9
99	2	1	2	1	3	9
100	2	2	1	3	2	10
101	3	4	2	2	1	12
102	4	5	5	5	5	24
103	4	4	5	5	4	22
104	1	2	3	3	2	11
105	5	5	4	4	4	22
106	1	1	3	2	1	8
107	3	2	2	1	2	10
108	2	1	1	2	1	7
109	5	5	4	4	4	22
110	3	2	1	2	2	10
111	5	3	4	4	5	21
112	1	2	1	2	1	7
113	1	2	2	3	2	10
114	2	2	1	1	1	7
115	3	2	2	2	1	10
116	4	5	5	4	4	22
117	1	2	1	1	2	7
118	4	3	3	4	4	18
119	2	1	2	3	2	10
120	4	3	3	4	4	18

No	Kepuasan Nasabah (X2)					TX2
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	
121	1	1	1	2	1	6
122	2	1	1	1	2	7
123	1	2	2	3	4	12
124	4	4	3	3	4	18
125	1	2	1	1	2	7
126	5	5	5	5	4	24
127	2	1	2	1	1	7
128	3	4	4	3	3	17
139	1	1	2	1	1	6
130	1	2	3	2	1	9
131	3	4	4	3	3	17
132	4	4	5	5	5	23
133	1	1	2	1	1	6
134	1	2	3	1	1	8
135	1	1	3	1	2	8
136	2	1	2	1	1	7
137	1	2	1	2	1	7
138	2	1	2	1	2	8
139	4	5	5	5	4	23
140	1	2	2	1	1	7
141	2	2	1	3	2	10
142	1	2	3	1	1	8
143	1	1	2	1	2	7
144	5	5	5	4	4	23
145	1	1	2	3	1	8
146	1	2	1	2	1	7
147	4	4	5	5	5	23
148	1	1	1	1	2	6
149	2	1	2	1	2	8
150	4	4	4	3	3	18

Lampiran 05. Output SPSS 31 for Windows Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Populasi Penelitian

A. Uji Validitas dan Reabilitas Sampel Kecil

Uji Validitas Electronic Word Of Mouth (X1)

		Correlations										
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	TX1
X1.1	Pearson Correlation	1	.735**	.723**	.799**	.782**	.853**	.847**	.771**	.666**	.718**	.922**
	Sig. (2-tailed)		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X1.2	Pearson Correlation	.735**	1	.785**	.645**	.599**	.679**	.703**	.737**	.536**	.750**	.835**
	Sig. (2-tailed)	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.001	0.000	0.000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X1.3	Pearson Correlation	.723**	.785**	1	.774**	.598**	.748**	.786**	.729**	.530**	.742**	.865**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.001	0.000	0.000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X1.4	Pearson Correlation	.799**	.645**	.774**	1	.772**	.692**	.809**	.754**	.689**	.710**	.889**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X1.5	Pearson Correlation	.782**	.599**	.598**	.772**	1	.771**	.637**	.621**	.514**	.633**	.807**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000	0.002	0.000	0.000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X1.6	Pearson Correlation	.853**	.679**	.748**	.692**	.771**	1	.743**	.729**	.536**	.602**	.860**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.001	0.000	0.000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X1.7	Pearson Correlation	.847**	.703**	.786**	.809**	.637**	.743**	1	.839**	.701**	.787**	.915**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X1.8	Pearson Correlation	.771**	.737**	.729**	.754**	.621**	.729**	.839**	1	.748**	.701**	.889**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X1.9	Pearson Correlation	.666**	.536**	.530**	.689**	.514**	.536**	.701**	.748**	1	.673**	.761**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.001	0.001	0.000	0.002	0.001	0.000	0.000		0.000	0.000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
X1.10	Pearson Correlation	.718**	.750**	.742**	.710**	.633**	.602**	.787**	.701**	.673**	1	.846**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Total_X1	Pearson Correlation	.922**	.835**	.865**	.889**	.807**	.860**	.915**	.889**	.761**	.846**	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
	N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35

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

Uji Reabilitas Electronic Word Of Mouth (X1)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	35	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	35	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.960	10

Uji Validitas Kepuasan Nasabah (X2)

		Correlations					
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	TX2
X2.1	Pearson Correlation	1	.630**	.733**	.399*	.543**	.779**
	Sig. (2-tailed)		0.000	0.000	0.017	0.001	0.000
	N	35	35	35	35	35	35
X2.2	Pearson Correlation	.630**	1	.751**	.546**	.688**	.866**
	Sig. (2-tailed)	0.000		0.000	0.001	0.000	0.000
	N	35	35	35	35	35	35
X2.3	Pearson Correlation	.733**	.751**	1	.676**	.776**	.936**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000
	N	35	35	35	35	35	35
X2.4	Pearson Correlation	.399*	.546**	.676**	1	.600**	.760**
	Sig. (2-tailed)	0.017	0.001	0.000		0.000	0.000
	N	35	35	35	35	35	35
X2.5	Pearson Correlation	.543**	.688**	.776**	.600**	1	.864**
	Sig. (2-tailed)	0.001	0.000	0.000	0.000		0.000
	N	35	35	35	35	35	35
Total_X2	Pearson Correlation	.779**	.866**	.936**	.760**	.864**	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
	N	35	35	35	35	35	35

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

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

Uji Validitas Kepuasan Nasabah (X2)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	35	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	35	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.898	5

Uji Validitas Purchase Intention

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	TY
Y.1	Pearson Correlation	1	.727**	.729**	.763**	.882**
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001	<,001
	N	35	35	35	35	35
Y.2	Pearson Correlation	.727**	1	.784**	.801**	.914**
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001	<,001
	N	35	35	35	35	35
Y.3	Pearson Correlation	.729**	.784**	1	.762**	.908**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001	<,001
	N	35	35	35	35	35
Y.4	Pearson Correlation	.763**	.801**	.762**	1	.920**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001		<,001
	N	35	35	35	35	35
Total_Y	Pearson Correlation	.882**	.914**	.908**	.920**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	35	35	35	35	35

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

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	35	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	35	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.926	4

B. Uji Validitas dan Reabilitas Sampel Besar

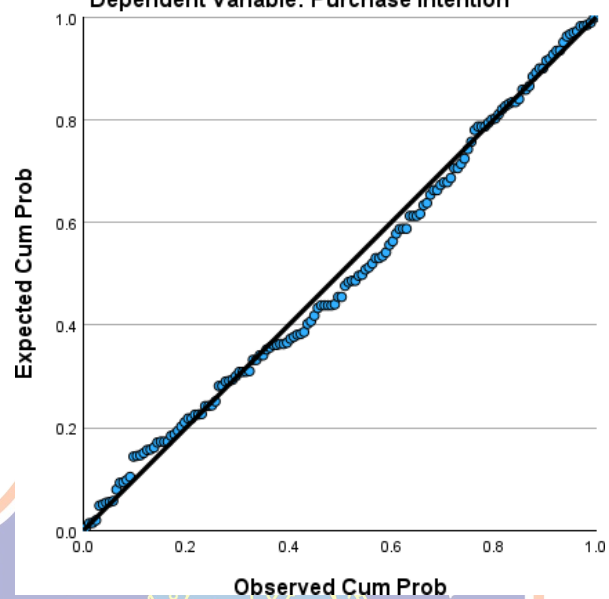


Lampiran 06. Output SPSS 31 for Windows Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Purchase Intention



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		150
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.28164181
Most Extreme Differences	Absolute	.054
	Positive	.054
	Negative	-.049
Test Statistic		.054
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d

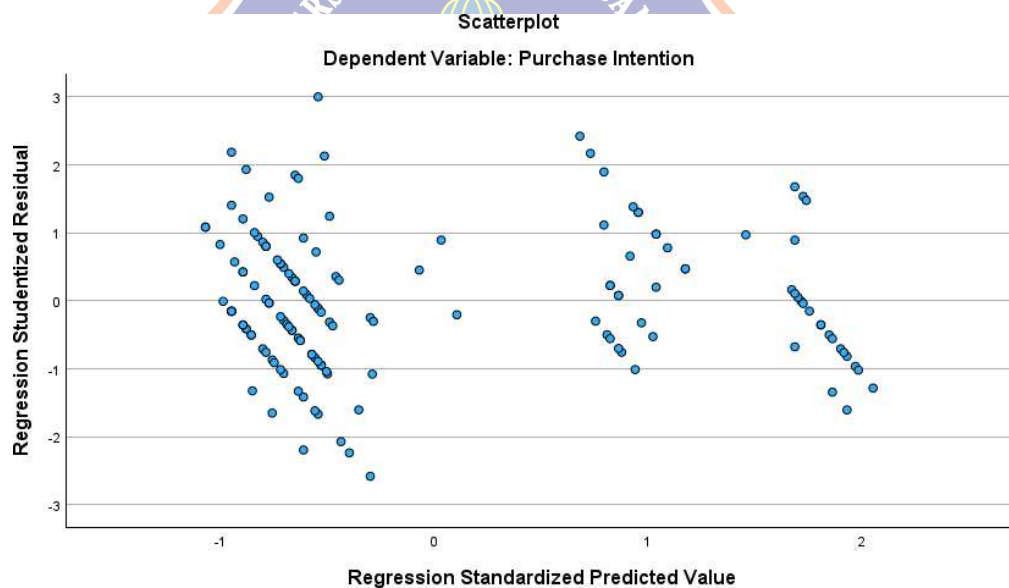
2. Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-.710	.254		-2.792	.006		
Electronic Word Of Mouth	.258	.029	.594	8.865	<.001	.101	9.927
Kepuasan Nasabah	.329	.057	.385	5.743	<.001	.101	9.927

a. Dependent Variable: Purchase Intention

3. Uji Heterokedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.996	.155		6.414	<.001
Electronic Word Of Mouth	.019	.018	.279	1.080	.282
Kepuasan Nasabah	-.038	.035	-.284	-1.097	.275

Lampiran 07. Output SPSS 31 for Windows Uji Regresi Linier Berganda
Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Purchase Intention	9.77	4.973	150
Electronic Word Of Mouth	25.07	11.448	150
Kepuasan Nasabah	12.21	5.822	150

Correlations

		Purchase Intention	Electronic Word Of Mouth	Kepuasan Nasabah
Pearson Correlation	Purchase Intention	1.000	.958	.948
	Electronic Word Of Mouth	.958	1.000	.948
	Kepuasan Nasabah	.948	.948	1.000
Sig. (1-tailed)	Purchase Intention		<,001	<,001
	Electronic Word Of Mouth	.000		.000
	Kepuasan Nasabah	.000	.000	
N	Purchase Intention	150	150	150
	Electronic Word Of Mouth	150	150	150
	Kepuasan Nasabah	150	150	150

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.966 ^a	.934	.933	1.290	.934	1033.087	2	147	<,001

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Nasabah, Electronic Word Of Mouth

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3440.085	2	1720.043	1033.087	<,001 ^b
	Residual	244.748	147	1.665		
	Total	3684.833	149			

a. Dependent Variable: Purchase Intention

b. Predictors: (Constant), Kepuasan Nasabah, Electronic Word Of Mouth

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.710	.254		-2.792	.006					
	Electronic Word Of Mouth	.258	.029	.594	8.865	<.001	.958	.590	.188	.101	9.927
	Kepuasan Nasabah	.329	.057	.385	5.743	<.001	.948	.428	.122	.101	9.927

a. Dependent Variable: Purchase Intention

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions		
				(Constant)	Electronic Word Of Mouth	Kepuasan Nasabah
1	1	2.870	1.000	.02	.00	.00
	2	.121	4.872	.96	.02	.03
	3	.009	17.681	.02	.98	.97

a. Dependent Variable: Purchase Intention