

LAMPIRAN 1 : DATA LABA BPR LESTARI BALI



Sumber : kinerjabank.com



LAMPIRAN 2 : KUESIONER PENELITIAN DI BPR LESTARI BALI**KUESIONER PENELITIAN
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
FAKULTAS EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN**

Kepada

Yth. Bapak/Ibu, Saudara/i

Hal : Pengisian Kuesioner

Dengan Hormat,

Dalam rangka menyelesaikan studi di Undiksha pada Jurusan Manajemen, saya mengadakan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kepercayaan Merek dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan di BPR Lestari Bali”**

Melalui surat ini, saya mohon kesediaan Bapak/Ibu, Saudara/i untuk berkenan berpartisipasi dalam penelitian ini dengan mengisi kuesioner terlampir. Data yang saya kumpulkan adalah murni untuk tujuan penelitian dan diperlakukan secara konfidensial. Atas perhatian dan kesediaan bapak/ibu mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terimakasih.

Singaraja, 25 Desember 2020

Peneliti

Gede Feby Suarjaya Putra

NIM. 1717041227

A. Identitas Responden

(Beri tanda ✓ pada kotak jawaban)

1. Usia : tahun
2. Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan
3. Sudah menggunakan jasa BPR Letari Bali berapa kali?
 1 Kali Lebih dari 1 Kali

Jika anda menjawab LEBIH DARI 1 KALI, silakan lanjutkan mengisi kuesioner, namun jika menjawab 1 KALI silakan berhenti untuk mengisi kuesioner.

B. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Silakan anda pilih jawaban yang menurut anda paling sesuai dengan kondisi yang ada dengan memberikan tanda centang (✓) pada pilihan jawaban yang tersedia.

Keterangan

- SS : Sangat Setuju
S : Setuju
R : Ragu-Ragu
TS : Tidak Setuju
STS : Sangat Tidak Setuju



C. Draft Pertanyaan

D. Kepuasan Pelanggan

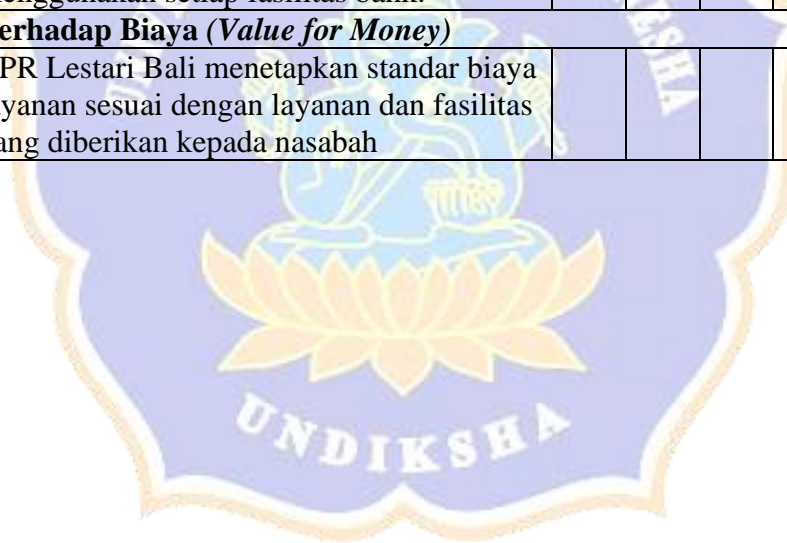
No	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
	Kepuasan Pelanggan	5	4	3	2	1
Overall Satisfaction						
1	BPR Lestari Bali mampu memberikan keseluruhan layanan jasa yang memuaskan					
Expectation Satisfaction						
2	Layanan yang diberikan BPR Lestari Bali sesuai dengan yang saya harapkan.					
Experience Satisfaction						
3	BPR Lestari Bali mampu menyediakan fasilitas-fasilitas yang bertujuan menciptakan kenyamanan nasabah					
4	BPR Lestari Bali mampu memberikan pelayanan yang memuaskan nasabah					

E. Kepercayaan Merek

No	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
	Kepercayaan Merek	5	4	3	2	1
Kepercayaan						
5	Saya percaya BPR Lestari Bali selalu memberikan kepuasan untuk nasabah saat menggunakan jasa yang diberikan					
6	Saya percaya BPR Lestari Bali tidak pernah mengecewakan nasabahnya					
Dapat Diandalkan						
7	BPR Lestari Bali memberikan pelayanan yang sangat handal dan dapat membuat nasabah merasa nyaman dalam menggunakan jasa bank					
Jujur						
8	Staff BPR Lestari Bali selalu bekerja secara professional					
Keamanan						
9	BPR Lestari Bali selalu memberikan rasa aman kepada nasabahnya saat menggunakan jasanya					

F. Nilai Pelanggan

No	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
	Nilai Pelanggan	5	4	3	2	1
Nilai Emosional (<i>Emotional Value</i>)						
10	BPR Lestari Bali membuat nasabah merasa senang dan puas dalam menggunakan setiap fasilitas yang tersedia di bank.					
Nilai Sosial (<i>Social Value</i>)						
11	Bank BPR Lestari Bali membuat nasabah bank merasa bangga dan terkesan saat menggunakan jasa dan fasilitas yang diberikan oleh bank.					
12	BPR Lestari Bali memiliki kemudahan berkomunikasi dan berinteraksi sehingga nasabah merasa dihargai.					
Nilai Kualitas Jasa (<i>Quality Value</i>)						
13	BPR Letari Bali memberikan kualitas jasa yang memuaskan kepada nasabah yang menggunakan jasa bank maupun dalam menggunakan setiap fasilitas bank.					
Nilai Terhadap Biaya (<i>Value for Money</i>)						
14	BPR Lestari Bali menetapkan standar biaya layanan sesuai dengan layanan dan fasilitas yang diberikan kepada nasabah					



LAMPIRAN 3 : HASIL DATA PERNYATAAN RESPONDEN SAMPEL KECIL

RES	Nilai Pelanggan						Kepercayaan Merek						Kepuasan Pelanggan				
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	TX2	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	TX1	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	TX3
1	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	4	5	5	5	19
2	5	5	5	5	5	25	4	5	5	5	5	24	5	5	5	5	20
3	5	5	5	5	5	25	5	5	4	5	5	24	5	5	4	5	19
4	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	4	5	5	5	19
5	4	3	3	3	4	19	5	5	5	5	4	24	5	5	5	5	20
6	4	4	3	3	4	18	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
7	5	5	5	5	5	25	4	5	5	5	5	24	5	5	5	4	19
8	5	5	5	5	5	25	4	3	4	3	3	17	3	3	3	3	12
9	4	3	3	3	3	16	3	4	4	3	3	17	3	3	4	4	14
10	5	4	5	5	5	24	3	3	4	4	4	18	4	3	3	3	16
11	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	4	24	5	5	5	4	19
12	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	4	5	5	19
13	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	4	24	5	5	5	5	20
14	5	4	4	5	5	23	3	3	4	3	3	16	4	3	3	3	13
15	5	5	5	5	4	24	3	4	3	4	3	17	3	4	3	4	14
16	4	4	5	5	5	23	4	3	3	4	4	18	3	3	3	3	12
17	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
18	4	4	3	3	4	16	5	5	5	5	5	25	4	5	5	5	19
19	4	3	4	3	4	16	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20

20	3	3	3	3	3	15	5	5	4	4	4	22	5	5	5	5	20
21	5	5	4	4	5	23	4	5	5	5	4	23	5	5	4	4	18
22	4	4	5	5	5	23	4	5	4	4	5	22	5	5	5	4	19
23	5	4	4	4	4	21	4	4	5	4	5	22	4	5	5	5	19
24	4	5	5	4	5	23	5	4	4	4	5	22	5	5	4	5	19
25	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
26	4	5	4	5	4	22	5	4	5	4	5	23	4	5	5	4	18
27	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
28	5	5	5	5	4	24	4	4	5	4	4	21	5	4	4	4	17
29	5	4	4	5	4	22	5	4	4	4	4	21	5	5	4	4	18
30	4	4	5	5	4	22	4	5	4	4	4	21	4	5	5	4	18



LAMPIRAN 4 : HASIL DATA PERNYATAAN RESPONDEN SAMPEL BESAR

RES	NilaiPelanggan						Kepercayaan Merek						Kepuasan Pelanggan				
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	TX1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	TX2	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	TX3
1	5	4	4	4	5	22	4	5	4	4	4	21	5	4	4	5	18
2	1	1	1	1	1	5	3	3	3	3	3	15	1	1	1	1	4
3	4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	16
4	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	5	21	4	5	4	5	18
5	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
6	4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	5	25	4	4	4	5	17
7	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
8	3	3	3	4	3	16	4	4	3	4	3	18	3	4	3	3	13
9	3	4	4	4	3	18	4	3	4	4	4	19	4	3	4	4	15
10	4	4	4	5	4	21	4	4	5	4	4	21	4	4	5	4	17
11	4	3	4	3	4	18	5	4	4	4	4	21	4	4	4	5	17
12	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
13	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	4	20	4	4	4	5	17
14	4	5	4	5	4	22	4	5	4	4	5	22	4	5	4	5	18
15	1	1	5	5	5	17	3	3	3	3	3	15	5	5	4	4	18
16	5	5	5	5	5	25	5	5	4	5	4	23	5	4	5	4	18
17	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
18	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
19	5	4	5	5	5	24	5	4	5	5	4	23	4	5	5	5	19

20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
21	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
22	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
23	3	3	4	3	4	17	4	4	4	5	4	21	4	4	5	4	17
24	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
25	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
26	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
27	4	4	4	4	4	20	3	3	3	3	3	15	4	4	4	4	16
28	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
29	5	4	5	5	4	23	4	4	4	4	5	21	4	4	4	4	16
30	4	4	4	4	4	20	3	4	4	4	4	19	3	4	4	4	15
31	4	4	4	4	5	21	5	5	5	4	4	23	5	5	4	4	18
32	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
33	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
34	4	4	4	5	5	22	5	5	5	4	4	23	5	5	5	5	20
35	4	4	4	4	4	20	4	4	5	4	4	21	4	4	4	4	16
36	4	4	5	4	5	22	5	4	4	5	4	22	4	4	5	4	17
37	2	2	2	2	2	10	4	4	3	3	3	17	2	3	2	2	9
38	4	5	5	4	4	22	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
39	3	4	5	4	4	20	5	4	5	3	5	22	5	4	3	4	16
40	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
41	3	3	3	3	3	15	2	2	2	2	2	10	3	3	3	3	12
42	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
43	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20

44	4	4	4	4	4	20	3	4	3	4	4	18	4	4	4	4	16
45	4	4	4	4	4	20	4	3	4	4	4	19	4	4	4	4	16
46	5	5	4	4	5	23	4	5	4	5	5	23	4	4	4	4	16
47	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
48	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
49	5	5	5	4	5	24	5	4	4	5	5	23	4	4	4	5	17
50	2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	8
51	2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	8
52	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
53	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
54	2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	8
55	5	5	5	5	4	24	5	4	5	5	5	24	4	4	4	4	16
56	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
57	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
58	4	4	4	4	5	21	4	5	5	4	4	22	4	4	5	5	18
59	5	4	5	5	5	24	5	4	5	4	5	23	4	4	5	5	18
60	2	3	2	3	3	13	3	3	4	2	3	15	3	3	3	3	12
61	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
62	4	4	4	5	4	21	4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	17
63	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
64	4	4	4	4	4	20	3	4	4	4	4	19	5	5	5	5	20
65	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
66	5	4	4	4	4	21	5	5	5	4	5	24	4	4	4	5	17
67	2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	8

68	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
69	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
70	5	4	4	4	5	22	4	4	4	4	4	20	4	4	5	4	17
71	3	3	4	3	3	16	4	3	3	4	3	25	4	4	4	4	16
72	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
73	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
74	5	5	5	3	3	21	4	5	5	3	5	22	4	3	5	5	17
75	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
76	4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	4	21	4	4	4	3	15
77	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	5	3	5	4	17
78	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
79	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	5	4	17
80	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
81	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
82	4	4	4	4	4	20	4	4	5	5	5	23	4	4	5	4	17
83	5	5	4	4	4	22	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	16
84	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
85	4	4	5	4	4	21	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	16
86	5	4	5	4	4	22	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	16
87	4	5	4	5	4	22	5	4	5	4	5	23	5	4	5	4	18
88	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
89	5	4	4	4	4	21	5	4	4	4	4	21	4	5	4	4	17
90	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
91	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16

92	4	4	4	5	5	22	4	5	4	4	4	21	5	4	4	5	18
93	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
94	2	2	2	3	2	11	2	2	2	2	2	10	1	2	2	2	7
95	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
96	4	4	4	5	5	22	5	5	4	5	4	23	4	4	5	4	17
97	4	4	4	4	4	20	4	3	3	3	4	17	3	3	4	4	14
98	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
99	3	4	5	2	3	17	4	4	5	4	3	20	4	4	4	4	16
100	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
101	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
102	4	5	4	4	4	21	4	4	4	5	4	21	4	4	4	4	16
103	4	3	3	3	3	16	3	4	3	4	3	17	4	4	3	3	14
104	4	4	5	5	4	22	4	4	4	4	4	20	4	5	4	5	18
105	4	4	4	5	3	20	4	4	4	4	4	20	4	5	4	4	17
106	5	5	4	4	4	22	4	4	5	5	5	23	4	4	4	4	16
107	4	4	4	4	4	20	5	5	4	4	4	22	5	5	5	5	20
108	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
109	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
110	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20

LAMPIRAN 5 : DESKRIPSI DATA RESPONDEN**UMUR**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18-30	68	56.7	56.7	56.7
	31-45	30	25.0	25.0	81.7
	45-60	22	18.3	18.3	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

JENIS_KELAMIN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	LAKI-LAKI	55	45.8	45.8	45.8
	PEREMPUAN	65	54.2	54.2	100.0
	Total	120	100.0	100.0	



LAMPIRAN 6 : Hasil Output Perhitungan *Spss23 For Windows*

**Kepercayaan Merek (X1), Nilai Pelanggan (X2) dan
Kepuasan Pelanggan (Y)**

Hasil Uji Reliabilitas Kepercayaan Merek Sampel Kecil

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.895	5

Hasil Uji Reliabilitas Nilai Pelanggan Sampel Kecil

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.919	5

Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan Sampel Kecil

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.898	4

Hasil Uji Reliabilitas Kepercayaan Merek Sampel Besar

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.952	5

Hasil Uji Reliabilitas Nilai Pelanggan Sampel Besar

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.945	5

Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan Sampel Besar

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.948	4

Hasil Uji Validitas Kepercayaan Merek Sampel Kecil

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	TX1
X1.1	Pearson Correlation	1	.613**	.529**	.649**	.636**	.822**
	Sig. (2-tailed)		.000	.003	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	.613**	1	.600**	.798**	.583**	.859**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	.529**	.600**	1	.649**	.572**	.787**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000		.000	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	.649**	.798**	.649**	1	.683**	.899**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.5	Pearson Correlation	.636**	.583**	.572**	.683**	1	.830**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.001	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30
TX1	Pearson Correlation	.822**	.859**	.787**	.899**	.830**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

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



Hasil Uji Validitas Nilai Pelanggan Sampel Kecil

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	TX2
X2.1	Pearson Correlation	1	.687**	.598**	.671**	.626**	.790**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	.687**	1	.726**	.721**	.681**	.850**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	.598**	.726**	1	.867**	.743**	.888**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X2.4	Pearson Correlation	.671**	.721**	.867**	1	.668**	.913**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X2.5	Pearson Correlation	.626**	.681**	.743**	.668**	1	.825**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30
TX2	Pearson Correlation	.790**	.850**	.888**	.913**	.825**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

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

Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan Sampel Kecil

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	TY
Y1	Pearson Correlation	1	.675**	.573**	.543**	.814**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.002	.000
	N	30	30	30	30	30
Y2	Pearson Correlation	.675**	1	.808**	.750**	.895**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
Y3	Pearson Correlation	.573**	.808**	1	.759**	.873**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30
Y4	Pearson Correlation	.543**	.750**	.759**	1	.839**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30
TY	Pearson Correlation	.814**	.895**	.873**	.839**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

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

Hasil Uji Validitas Kepercayaan Merek Sampel Besar

Correlations

	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	TX1
X1.1 Pearson Correlation	1	.792**	.811**	.782**	.795**	.907**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
N	110	110	110	110	110	110
X1.2 Pearson Correlation	.792**	1	.810**	.792**	.807**	.883**
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
N	110	110	110	110	110	110
X1.3 Pearson Correlation	.811**	.810**	1	.751**	.859**	.891**
Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
N	110	110	110	110	110	110
X1.4 Pearson Correlation	.782**	.792**	.751**	1	.795**	.895**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
N	110	110	110	110	110	110
X1.5 Pearson Correlation	.795**	.807**	.859**	.795**	1	.896**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
N	110	110	110	110	110	110
TX1 Pearson Correlation	.907**	.883**	.891**	.895**	.896**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
N	110	110	110	110	110	110

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

Hasil Uji Validitas Nilai Pelanggan Sampel Besar

Correlations

	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	TX2
X2.1 Pearson Correlation	1	.891**	.752**	.713**	.764**	.914**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
N	110	110	110	110	110	110
X2.2 Pearson Correlation	.891**	1	.765**	.724**	.724**	.909**
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
N	110	110	110	110	110	110
X2.3 Pearson Correlation	.752**	.765**	1	.767**	.809**	.902**
Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
N	110	110	110	110	110	110
X2.4 Pearson Correlation	.713**	.724**	.767**	1	.836**	.890**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
N	110	110	110	110	110	110
X2.5 Pearson Correlation	.764**	.724**	.809**	.836**	1	.911**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
N	110	110	110	110	110	110
TX2 Pearson Correlation	.914**	.909**	.902**	.890**	.911**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
N	110	110	110	110	110	110

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

Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan Sampel Besar

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	TY
Y1	Pearson Correlation	1	.836**	.831**	.831**	.941**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110
Y2	Pearson Correlation	.836**	1	.761**	.822**	.917**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110
Y3	Pearson Correlation	.831**	.761**	1	.842**	.924**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	110	110	110	110	110
Y4	Pearson Correlation	.831**	.822**	.842**	1	.940**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	110	110	110	110	110
TY	Pearson Correlation	.941**	.917**	.924**	.940**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	110	110	110	110	110

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



Lampiran 7 : Output Analisa Jalur (*Path Analysis*)

Regression

a. Pengaruh Kepercayaan Merek (X₁) dan Nilai Pelanggan (X₂) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	TX2, TX1 ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: TY

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.920 ^a	.846	.843	1.163

a. Predictors: (Constant), TX2, TX1

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	796.664	2	398.332	294.367	.000 ^b
	Residual	144.790	107	1.353		
	Total	941.455	109			

a. Dependent Variable: TY

b. Predictors: (Constant), TX2, TX1

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.907	.670		1.354	.179
	TX1	.234	.057	.279	4.093	.000
	TX2	.523	.053	.674	9.876	.000

a. Dependent Variable: TY

b. Pengaruh Kepercayaan Merek (X₁) Terhadap Nilai Pelanggan (X₂)

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	TX1 ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: TX2

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.832 ^a	.692	.689	2.115

a. Predictors: (Constant), TX1

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1084.142	1	1084.142	242.260	.000 ^b
	Residual	483.313	108	4.475		
	Total	1567.455	109			

a. Dependent Variable: TX2

b. Predictors: (Constant), TX1

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.874	1.205		1.555	.123
	TX1	.898	.058	.832	15.565	.000

a. Dependent Variable: TX2