



Lampiran 1 Kuesioner

No.

Pelanggan Matahari Department Store Yth.,

Saya Erica, mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia yang sedang melakukan penelitian untuk skripsi mengenai “**Analisis Hubungan antara Program Loyalitas, Kepuasan terhadap Toko, dan Kesetiaan terhadap Toko, Studi Kasus: Matahari Department Store**”. Agar penelitian ini dapat berlangsung dengan baik, saya memohon kesediaan Saudara/i untuk berpartisipasi dalam mengisi kuisisioner ini dengan sebaik-baiknya. Penelitian ini semata-mata hanya untuk kepentingan akademik, sehingga data-data akan dirahasiakan. Atas perhatian dan waktu Anda, saya ucapkan terima kasih

A. PERTANYAAN SCREENING

PETUNJUK : Lingkari (O) atau beri tanda silang (X) pada jawaban yang sesuai.

1. Apakah Anda memiliki New Matahari Club Card (New MCC)?
 - a. Iya (Lanjutkan ke pertanyaan berikutnya)
 - b. Tidak (STOP sampai disini. Terima kasih atas partisipasi Anda.)

B. PROGRAM LOYALITAS

Program loyalitas adalah hubungan keanggotaan (*membership relationship*) antara pihak perusahaan dan pihak pelanggan dengan menawarkan manfaat spesial seperti poin dan hadiah bagi anggota. Bagian ini menunjukkan seberapa penting atribut-atribut program loyalitas menurut Anda sebagai anggota New MCC.

PETUNJUK: Berikanlah pendapat Anda tentang atribut-atribut program loyalitas di bawah ini dengan melingkari (O) atau memberi tanda silang (X) pada kotak yang sesuai dengan jawaban Anda.

MENURUT SAYA	Sangat tidak penting	Tidak penting	Netral	Penting	Sangat penting
1. Kenikmatan mengumpulkan poin	1	2	3	4	5
2. <i>Voucher</i> belanja yang didapat	1	2	3	4	5
3. Potongan harga khusus bagi anggota New MCC	1	2	3	4	5
4. Potongan harga khusus di <i>Merchant</i> MDS	1	2	3	4	5
5. Pelayanan yang lebih baik kepada anggota New MCC	1	2	3	4	5
6. Penawaran yang lebih banyak kepada anggota New MCC dibanding yang bukan anggota	1	2	3	4	5
7. New MCC membuat saya merasa menjadi bagian dari MDS	1	2	3	4	5
8. New MCC menimbulkan rasa percaya kepada MDS	1	2	3	4	5
9. New MCC membuat saya semakin dekat dengan MDS	1	2	3	4	5

D. KEPUASAN TERHADAP PENAWARAN TOKO

Kepuasan terhadap toko adalah bentuk penilaian kepuasan oleh konsumen tentang fitur produk atau jasa yang ditawarkan oleh Matahari Departmen Store (MDS).

PETUNJUK: Berikanlah pendapat Anda tentang tingkat kepuasan Anda terhadap penawaran-penawaran yang diberikan oleh Matahari Department Store di bawah ini dengan melingkari (O) atau memberi tanda silang (X) pada kotak yang sesuai dengan jawaban Anda.

MENURUT SAYA	Sangat tidak puas	Tidak puas	Netral	Puas	Sangat puas
1. Kualitas produk yang disediakan	1	2	3	4	5
2. Ragam produk yang ditawarkan	1	2	3	4	5
3. <i>Trend fashion</i> dari produk	1	2	3	4	5
4. Harga yang ditawarkan	1	2	3	4	5
5. Lokasi	1	2	3	4	5
6. Tata letak toko (<i>layout</i>)	1	2	3	4	5

Universitas Indonesia

7. Atmosfer toko	1	2	3	4	5
8. Kualitas pajangan (<i>display</i>)	1	2	3	4	5
9. <i>Customer service</i> yang disediakan	1	2	3	4	5
10. Keramahan pramuniaga	1	2	3	4	5
11. Kecepatan pelayanan yang diberikan	1	2	3	4	5
12. Promosi yang ditawarkan	1	2	3	4	5
13. Katalog dan brosur yang disediakan	1	2	3	4	5
14. Iklan yang digunakan	1	2	3	4	5
15. Program New MCC yang ditawarkan	1	2	3	4	5

E. KESETIAAN TERHADAP TOKO

Kesetiaan terhadap toko adalah komitmen untuk membeli produk atau jasa dari Matahari Department Store (MDS) secara berulang-ulang dan merekomendasikannya kepada orang lain.

PETUNJUK: Berikanlah pendapat Anda tentang kesetiaan Anda terhadap Matahari Department Store dengan melingkari (O) atau memberi tanda silang (X) pada kotak yang sesuai dengan jawaban Anda.

MENURUT SAYA	Sangat tidak setuju	Tidak setuju	Netral	Setuju	Sangat setuju
1. Saya adalah pelanggan tetap MDS	1	2	3	4	5
2. Saya setia pada MDS	1	2	3	4	5
3. MDS adalah pilihan utama untuk berbelanja	1	2	3	4	5
4. Saya akan belanja lebih banyak lagi di MDS	1	2	3	4	5
5. Saya konsisten untuk berbelanja di MDS	1	2	3	4	5
6. Sebagian besar porsi belanja saya lakukan di MDS	1	2	3	4	5
7. Saya sering menceritakan pengalaman menyenangkan tentang MDS kepada orang lain	1	2	3	4	5
8. Saya meyakinkan orang lain (teman/keluarga) saya untuk berbelanja di MDS	1	2	3	4	5
9. Saya akan merekomendasikan MDS apabila dimintai saran	1	2	3	4	5
10. Saya mendorong orang lain untuk berbelanja di MDS	1	2	3	4	5
11. Walaupun MDS sulit dijangkau, saya akan tetap berbelanja di MDS	1	2	3	4	5
12. Walaupun banyak pesaing, saya selalu berbelanja di MDS	1	2	3	4	5
13. Saya tidak akan berpindah ke gerai/ <i>department store</i> lain selain MDS	1	2	3	4	5
14. Walaupun gerai/ <i>department store</i> lain mengadakan diskon, saya tetap membeli di MDS	1	2	3	4	5
15. Apabila MDS tutup, saya akan sulit untuk menemukan penggantinya	1	2	3	4	5

C. PERILAKU BERBELANJA

PETUNJUK : Lingkari (O) atau beri tanda silang (X) pada jawaban yang sesuai.

- Apakah Anda sebelumnya merupakan anggota MCC Reguler?
 - Ya (Lanjutkan ke no.2)
 - Tidak (Lanjutkan ke no.4)
- Sudah berapa lama Anda menjadi anggota MCC Reguler?
 - < 1 tahun
 - 1-2 tahun
 - 2 tahun – 1,5 tahun
 - > 3 tahun
- Sudah berapa lama Anda berpindah ke New MCC?
 - < 1 tahun
 - 1-2 tahun
 - 2 tahun – 1,5 tahun
 - > 3 tahun
- Sudah berapa lama Anda menjadi anggota New MCC?
 - < 1 tahun
 - 2 tahun – 1,5 tahun

- d. 1-2 tahun
d. > 3 tahun
5. Frekuensi kunjungan Anda ke Matahari Department Store (MDS) dalam 6 bulan terakhir :
- a. <2 kali
c. 5-6 kali
b. 3-4 kali
d. > 6 kali
6. Rata-rata per transaksi yang Anda belanjakan dalam kunjungan Anda ke Matahari Department Store(MDS) dalam 6 bulan terakhir?
- a. < Rp 100.000,-
c. Rp 500.001,- s/d Rp 1.000.000,-
b. Rp 100.000,- s/d Rp 500.000,-
d. >Rp 1.000.000,-
7. Gerai Matahari Department Store(MDS) yang sering Anda kunjungi?
- a. MDS Arion
g. MDS Metropolis
b. MDS Pasar Baru
h. MDS CBD Ciledug
c. MDS KTC Kelapa Gading
i. MDS Pondok Gede Plaza
d. MDS SM Bogor
j. MDS Metropolitan Mall
e. MDS Ekalokasari Bogor
k. MDS Grand Mall
f. MDS Depok Town Square
l. Lainnya, sebutkan.....
g. MDS Mall Depok
8. Apakah Anda mengikuti program loyalitas di Department Store selain pada Matahari Department Store (MDS)?
- a. Ya
b. Tidak
- Sebutkan

F. PROFIL RESPONDEN

PETUNJUK : Lingkari (O) atau beri tanda silang (X) pada jawaban yang sesuai dengan Anda.

1. Jenis Kelamin :
- a. Laki-laki
b. Perempuan
2. Usia :
- a. <25 tahun
c. 36 – 45 tahun
b. 25 - 35 tahun
d. >45 tahun
3. Pendidikan Terakhir :
- a. SD
e. S1
b. SMP
f. S2
c. SMA
g. S3
d. Diploma
4. Pekerjaan :
- a. Karyawan Swasta
e. Pengajar/Dosen
b. Pegawai Negeri
f. Pelajar/Mahasiswa
c. Wiraswasta
g. Lainnya
d. Ibu Rumah Tangga
5. Berapa pengeluaran Anda sebulan :
- a. < Rp 1.000.000,-
d. Rp 3.000.001,- s/d Rp 4.000.000,-
b. Rp 1.000.000,- s/d Rp 2.000.000,-
e. Rp 4.000.001,- s/d Rp 5.000.000,-
c. Rp 2.000.001,- s/d Rp 3.000.000,-
f. > Rp 5.000.000

☞ Terima Kasih ☜

Lampiran 2 Output Profil dan Perilaku Responden

1. Jenis Kelamin

Statistics

Jenis Kelamin Responden

N	Valid	100
	Missing	0
Mean		1.96
Median		2.00
Mode		2
Sum		196
Percentiles	0	.
	25	2.00
	50	2.00
	75	2.00
	100	2.00

Jenis Kelamin Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	laki-laki	4	4.0	4.0	4.0
	Perempuan	96	96.0	96.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

2. Usia

Statistics

Usia Responden

N	Valid	100
	Missing	0
Mean		2.50
Median		2.00
Mode		2
Sum		250
Percentiles	0	.
	25	2.00
	50	2.00
	75	3.00
	100	4.00

Usia Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 25 tahun	6	6.0	6.0	6.0
	25 - 35	48	48.0	48.0	54.0
	36 - 45	36	36.0	36.0	90.0
	> 45 tahun	10	10.0	10.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

(Lanjutan Lampiran 2)

Universitas Indonesia

3. Pendidikan Terakhir Responden

Statistics

Pendidikan Terakhir Responden

N	Valid	100
	Missing	0
Percentiles	0	.
	25	3.00
	50	4.00
	75	5.00
	100	6.00

Pendidikan Terakhir Responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SMP	1	1.0	1.0	1.0
SMA	25	25.0	25.0	26.0
Diploma	38	38.0	38.0	64.0
S1	35	35.0	35.0	99.0
S2	1	1.0	1.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

4. Pekerjaan Responden

Statistics

Pekerjaan Responden

N	Valid	100
	Missing	0
Percentiles	0	.
	25	1.00
	50	2.00
	75	4.00
	100	6.00

Pekerjaan Responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Karyawan Swasta	48	48.0	48.0	48.0
Pegawai Negeri	4	4.0	4.0	52.0
Wiraswasta	17	17.0	17.0	69.0
Ibu Rumah Tangga	25	25.0	25.0	94.0
Pengajar/Dosen	1	1.0	1.0	95.0
Pelajar/Mahasiswa	5	5.0	5.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

(Lanjutan Lampiran 2)

5. Pengeluaran per Bulan Responden**Statistics**

Pengeluaran per Bulan Responden

N	Valid	100
	Missing	0
Percentiles	25	2.25
	50	3.00
	75	4.00
	100	6.00

Pengeluaran per Bulan Responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < Rp 1.000.000	5	5.0	5.0	5.0
Rp 1.000.000 - Rp 2.000.000	20	20.0	20.0	25.0
Rp 2.000.001 - Rp 3.000.000	27	27.0	27.0	52.0
Rp 3.000.001 - Rp 4.000.000	25	25.0	25.0	77.0
Rp 4.000.001 Rp 5.000.000	9	9.0	9.0	86.0
> Rp 5.000.000	14	14.0	14.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

6. Responden yang Sebelumnya Merupakan Anggota MCC Regular**Statistics**

Responden yang Sebelumnya Anggota MCC Regular

N	Valid	100
	Missing	0
Percentiles	25	1.00
	50	1.00
	75	2.00
	100	2.00

Responden yang Sebelumnya Anggota MCC Regular

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ya	73	73.0	73.0	73.0
Tdak	27	27.0	27.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

(Lanjutan Lampiran 2)

7. Lama Menjadi Anggota MCC Regular**Statistics**

Lama Menjadi Anggota MCC Regular

N	Valid	73
	Missing	27
Percentiles	25	3.00
	50	4.00
	75	4.00
	100	4.00

Lama Menjadi Anggota MCC Regular

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 - 2 tahun	7	7.0	9.6
	2,1 tahun - 3 tahun	16	16.0	21.9
	> 3 tahun	50	50.0	68.5
	Total	73	73.0	100.0
Missing	System	27	27.0	
Total	100	100.0		

8. Lama Beralih ke New MCC**Statistics**

Lama Beralih ke New MCC

N	Valid	73
	Missing	27
Percentiles	25	1.00
	50	2.00
	75	2.00
	100	3.00

Lama Beralih ke New MCC

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 1 tahun	26	26.0	35.6
	>= 1 tahun	46	46.0	63.0
	3	1	1.0	1.4
	Total	73	73.0	100.0
Missing	System	27	27.0	
Total	100	100.0		

(Lanjutan Lampiran 2)

9. Lama Responden Menjadi Anggota New MCC (Sebelumnya Bukan Anggota MCC Regular)

Statistics

Lama Responden Menjadi Anggota New MCC
(Sebelumnya Bukan Anggota MCC Regular)

N	Valid	27
	Missing	73
Percentiles	25	1.00
	50	2.00
	75	2.00
	100	2.00

ama Responden Menjadi Anggota New MCC (Sebelumnya Bukan Anggota MCC Regular)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < 1 tahun	13	13.0	48.1	48.1
>= 1 tahun	14	14.0	51.9	100.0
Total	27	27.0	100.0	
Missing System	73	73.0		
Total	100	100.0		

10. Frekuensi Kunjungan ke MDS dalam 6 Bulan Terakhir

Statistics

Frekuensi Kunjungan ke MDS dalam 6 Bulan Terakhir

N	Valid	100
	Missing	0
Percentiles	25	2.00
	50	3.00
	75	3.00
	100	4.00

Frekuensi Kunjungan ke MDS dalam 6 Bulan Terakhir

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1 kali	1	1.0	1.0	1.0
2 - 3 kali	37	37.0	37.0	38.0
4 - 5 kali	40	40.0	40.0	78.0
> 5 kali	22	22.0	22.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

(Lanjutan Lampiran 2)

11. Pengeluaran per Transaksi**Statistics**

Rata-rata Pengeluaran per Transaksi

N	Valid	100
	Missing	0
Percentiles	25	2.00
	50	2.00
	75	2.00
	100	4.00

Rata-rata Pengeluaran per Transaksi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Rp 100.000 - Rp 500.000	88	88.0	88.0	88.0
Rp 500.001 - Rp 1.000.000	9	9.0	9.0	97.0
> Rp 1.000.000	3	3.0	3.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

12. Gerai MDS yang Paling Sering Dikunjungi**Statistics**

Gerai MDS yang Paling Sering Dikunjungi

N	Valid	100
	Missing	0
Percentiles	25	1.00
	50	1.00
	75	1.00
	100	5.00

Gerai MDS yang Paling Sering Dikunjungi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid MDS Depok Town Square	87	87.0	87.0	87.0
MDS Cilandak Town Square	7	7.0	7.0	94.0
MDS Cibubur Junction	2	2.0	2.0	96.0
MDS Ekalokasari Bogor	2	2.0	2.0	98.0
MDS Atrium	2	2.0	2.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

(Lanjutan Lampiran 2)

13. Responden yang Mengikuti Program Loyalitas selain New MCC**Statistics**Responden yang Mengikuti
Program Loyalitas Selain New MCC

N	Valid	100
	Missing	0
Percentiles	25	2.00
	50	2.00
	75	2.00
	100	2.00

Responden yang Mengikuti Program Loyalitas Selain New MCC

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ya	12	12.0	12.0	12.0
	Tidak	88	88.0	88.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

Lampiran 3 Output Uji Reliabilitas**1. Uji Reliabilitas pada Dimensi *Hard Attributes***

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
HARD1	13.0000	2.2069	.3406	.7797
HARD2	12.7000	2.1483	.6488	.6132
HARD3	12.7333	1.8575	.6595	.5811
HARD4	12.9667	2.0333	.4916	.6851

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0

N of Items = 4

Alpha = .728

(Lanjutan Lampiran 3)

2. Uji Reliabilitas pada Dimensi *Soft Attributes*

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
SOFT1	14.7333	3.0989	.4094	.7577
SOFT2	14.9667	2.5161	.4110	.7943
SOFT3	15.7667	2.8057	.5977	.6992
SOFT4	15.9000	2.7138	.6806	.6732
SOFT5	15.8333	2.6954	.6761	.6732

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0

N of Items = 5

Alpha = .7622

3. Uji Reliabilitas pada Dimensi *Merchandise*

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
MERCH1	11.3333	2.0230	.6924	.6972
MERCH2	11.4000	2.0414	.4829	.8024
MERCH3	11.7667	1.8402	.7589	.6558
MERCH4	11.5000	2.1207	.4999	.7870

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0

N of Items = 4

Alpha = .7899

4. Uji Reliabilitas pada Dimensi *Trading Format*

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
TRADING1	10.6000	1.4207	.3715	.6286
TRADING2	10.9000	1.5414	.4348	.5794
TRADING3	11.0667	1.3057	.5381	.4991
TRADING4	10.9333	1.5816	.3881	.6083

(Lanjutan Lampiran 3)

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0

N of Items = 4

Alpha = .6492

5. Uji Reliabilitas pada Dimensi *Customer Service*

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
CSERV1	7.7667	.8057	.6434	.6847
CSERV2	7.7000	.7690	.6916	.6338
CSERV3	7.9333	.6851	.5522	.8054

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0

N of Items = 3

Alpha = .7810

6. Uji Reliabilitas pada *Customer Communication*

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
COM1	11.0333	1.8264	.5369	.7193
COM2	11.2333	1.5644	.6082	.6811
COM3	11.1667	1.5920	.6191	.6736
COM4	11.1667	2.0057	.4963	.7410

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0

N of Items = 4

Alpha = .7625

7. Uji Reliabilitas pada Dimensi *Behavioral*

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
--	-------------------------------------	---	--	-----------------------------

(Lanjutan Lampiran 3)

BEHAV1	18.1667	3.7299	.4419	.7958
BEHAV2	18.3333	3.8161	.4849	.7854
BEHAV3	18.5667	3.8402	.4167	.7999
BEHAV4	18.6000	3.6276	.5316	.7755
BEHAV5	18.5667	3.1506	.8500	.7014
BEHAV6	18.6000	3.0759	.6532	.7464

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0

N of Items = 6

Alpha = .800

8. Uji Reliabilitas pada Dimensi *Word of Mouth*

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
WOM1	10.5333	1.5678	.6213	.6752
WOM2	10.6333	1.4816	.6596	.6517
WOM3	10.5667	1.9092	.4192	.7766
WOM4	10.8667	1.6368	.5588	.7100

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0

N of Items = 4

Alpha = .7637

9. Uji Reliabilitas pada Dimensi *Commitment*

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
COMMIT1	12.5333	7.1540	.7470	.8869
COMMIT2	12.2667	7.0989	.7319	.8895
COMMIT3	12.4667	6.6023	.8492	.8644
COMMIT4	12.4667	6.7402	.8793	.8604
COMMIT5	12.1333	6.4644	.6569	.9161

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0

N of Items = 5

Alpha = .9045

Lampiran 4 Output Analisis Faktor

1. Analisis Faktor pada Dimensi *Hard Attributes*

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.648
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	136.586
	df	6
	Sig.	.000

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.460	61.501	61.501	2.460	61.501	61.501
2	.757	18.930	80.432			
3	.540	13.507	93.939			
4	.242	6.061	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix

	Component
	1
Kenikmatan mengumpulkan poin	.757
Voucher belanja	.719
Potongan harga khusus di MDS	.877
Potongan harga khusus di merchant MDS	.776

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 1 components extracted.

2. Analisis Faktor pada Dimensi *Soft Attributes*

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.738
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	293.405
	df	10
	Sig.	.000

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3.002	60.044	60.044	3.002	60.044	60.044
2	1.151	23.026	83.071			
3	.471	9.427	92.497			
4	.264	5.279	97.776			
5	.111	2.224	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

(Lanjutan Lampiran 4)

Component Matrix

	Component 1
Pelayanan yang lebih baik kepada anggota	.533
Penawaran yang lebih banyak kpd anggota	.594
New MCC membuat anggota menjadi bagian MDS	.843
New MCC membuat anggota percaya kepada MDS	.916
New MCC membuat anggota semakin dekat dgn MDS	.903

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 1 components extracted.

3. Analisis Faktor pada Dimensi Merchandise**KMO and Bartlett's Test**

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.728
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	110.095
	df	6
	Sig.	.000

Anti-image Matrices

		Kualitas produk yang ditawarkan	Ragam produk yang ditawarkan	Trend fashion dari produk	Harga yang ditawarkan
Anti-image Covariance	Kualitas produk yang ditawarkan	.693	-.137	-.168	-.005
	Ragam produk yang ditawarkan	-.137	.550	-.250	-.024
	Trend fashion dari produk	-.168	-.250	.470	-.195
	Harga yang ditawarkan	-.005	-.024	-.195	.799
Anti-image Correlation	Kualitas produk yang ditawarkan	.806 ^a	-.222	-.294	-.006
	Ragam produk yang ditawarkan	-.222	.720 ^a	-.491	-.037
	Trend fashion dari produk	-.294	-.491	.675 ^a	-.319
	Harga yang ditawarkan	-.006	-.037	-.319	.778 ^a

a. Measures of Sampling Adequacy (MSA)

(Lanjutan Lampiran 4)

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.359	58.976	58.976	2.359	58.976	58.976
2	.785	19.614	78.590			
3	.528	13.209	91.799			
4	.328	8.201	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix

	Component
	1
Kualitas produk yang ditawarkan	.737
Ragam produk yang ditawarkan	.822
Trend fashion dari produk	.876
Harga yang ditawarkan	.612

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 1 components extracted.

4. Analisis Faktor pada Dimensi Trading Format**KMO and Bartlett's Test**

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.516
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	19.663
	df	6
	Sig.	.003

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	1.969	49.237	49.237	1.969	49.237	49.237
2	.894	22.358	71.596			
3	.791	19.786	91.382			
4	.345	8.618	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Anti-image Matrices

		Lokasi	Tata letak toko	Atmosfer toko	Kualitas display
Anti-image Covariance	Lokasi	.823	-.211	.037	-.216
	Tata letak toko	-.211	.663	-.320	.150
	Atmosfer toko	.037	-.320	.590	-.290
	Kualitas display	-.216	.150	-.290	.729
Anti-image Correlation	Lokasi	.603 ^a	-.286	.053	-.279
	Tata letak toko	-.286	.491 ^a	-.511	.215
	Atmosfer toko	.053	-.511	.523 ^a	-.443
	Kualitas display	-.279	.215	-.443	.480 ^a

a. Measures of Sampling Adequacy (MSA)

(Lanjutan Lampiran 4)

Component Matrix

	Component
	1
Lokasi	.627
Tata letak toko	.708
Atmosfer toko	.813
Kualitas display	.644

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 1 components extracted.

5. Analisis Faktor pada Dimensi *Customer Service***KMO and Bartlett's Test**

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.677
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	26.538
	df	3
	Sig.	.000

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.127	70.908	70.908	2.127	70.908	70.908
2	.552	18.411	89.318			
3	.320	10.682	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Anti-image Matrices

		Customer service yang disediakan	Keramahan pramuniaga	Kecepatan pelayanan
Anti-image Covariance	Customer service yang disediakan	.526	-.286	-.113
	Keramahan pramuniaga	-.286	.487	-.190
	Kecepatan pelayanan	-.113	-.190	.690
Anti-image Correlation	Customer service yang disediakan	.658 ^a	-.565	-.187
	Keramahan pramuniaga	-.565	.635 ^a	-.327
	Kecepatan pelayanan	-.187	-.327	.783 ^a

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Component Matrix

	Component
	1
Customer service yang disediakan	.859
Keramahan pramuniaga	.883
Kecepatan pelayanan	.781

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 1 components extracted.

(Lanjutan Lampiran 4)

6. Analisis Faktor pada Dimensi *Customer Communication***KMO and Bartlett's Test**

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.632
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	30.856
	df	6
	Sig.	.000

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.341	58.513	58.513	2.341	58.513	58.513
2	.812	20.302	78.814			
3	.537	13.435	92.249			
4	.310	7.751	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Anti-image Matrices

		Promosi yang ditawarkan	Katalog dan brosur yang disediakan	Iklan yang digunakan	Program New MCC yang ditawarkan
Anti-image Covariance	Promosi yang ditawarkan	.596	-.272	-.224	.132
	Katalog dan brosur yang disediakan	-.272	.586	-.025	-.205
	Iklan yang digunakan	-.224	-.025	.564	-.275
	Program New MCC yang ditawarkan	.132	-.205	-.275	.630
Anti-image Correlation	Promosi yang ditawarkan	.589 ^a	-.460	-.387	.215
	Katalog dan brosur yang disediakan	-.460	.679 ^a	-.044	-.338
	Iklan yang digunakan	-.387	-.044	.665 ^a	-.461
	Program New MCC yang ditawarkan	.215	-.338	-.461	.585 ^a

a. Measures of Sampling Adequacy (MSA)

Component Matrix

	Component
	1
Promosi yang ditawarkan	.734
Katalog dan brosur yang disediakan	.802
Iklan yang digunakan	.814
Program New MCC yang ditawarkan	.705

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 1 components extracted.

(Lanjutan Lampiran 4)

7. Analisis Faktor pada Dimensi Behavioral

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.680
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square df	65.449 15
	Sig.	.000

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3.084	51.401	51.401	3.084	51.401	51.401
2	.943	15.722	67.122			
3	.808	13.471	80.594			
4	.598	9.967	90.561			
5	.431	7.185	97.746			
6	.135	2.254	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Anti-image Matrices

		Saya adalah pelanggan tetap MDS	Saya setia pada MDS	MDS adalah pilihan utama saya utk berbelanja	Saya akan belanja lebih banyak di MDS	Saya konsisten untuk berbelanja di MDS	Sebagian besar porsi belanja saya lakukan di MDS
Anti-image Covariance	Saya adalah pelanggan tetap MDS	.758	-.225	-.064	-.022	-.033	.006
	Saya setia pada MDS	-.225	.678	.091	.040	-.063	-.084
	MDS adalah pilihan utama saya utk berbelanja	-.064	.091	.571	.136	-.196	.108
	Saya akan belanja lebih banyak di MDS	-.022	.040	.136	.530	-.176	.039
	Saya konsisten untuk berbelanja di MDS	-.033	-.063	-.196	-.176	.198	-.170
	Sebagian besar porsi belanja saya lakukan di MDS	.006	-.084	.108	.039	-.170	.395
Anti-image Correlation	Saya adalah pelanggan tetap MDS	.831 ^a	-.314	-.097	-.034	-.085	.012
	Saya setia pada MDS	-.314	.793 ^a	.147	.067	-.171	-.162
	MDS adalah pilihan utama saya utk berbelanja	-.097	.147	.550 ^a	.248	-.581	.228
	Saya akan belanja lebih banyak di MDS	-.034	.067	.248	.701 ^a	-.543	.084
	Saya konsisten untuk berbelanja di MDS	-.085	-.171	-.581	-.543	.621 ^a	-.608
	Sebagian besar porsi belanja saya lakukan di MDS	.012	-.162	.228	.084	-.608	.725 ^a

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

(Lanjutan Lampiran 4)

Component Matrix

	Component 1
Saya adalah pelanggan tetap MDS	.588
Saya setia pada MDS	.631
MDS adalah pilihan utama saya utk berbelanja	.582
Saya akan belanja lebih banyak di MDS	.702
Saya konsisten untuk berbelanja di MDS	.924
Sebagian besar porsi belanja saya lakukan di MDS	.808

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 1 components extracted.

8. Analisis Faktor pada Dimensi *Word of Mouth***KMO and Bartlett's Test**

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.638
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	35.805
	df	6
	Sig.	.000

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.347	58.664	58.664	2.347	58.664	58.664
2	.895	22.384	81.048			
3	.514	12.861	93.909			
4	.244	6.091	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix

	Component 1
Saya sering menceritakan pengalaman menyenangkan tentang MDS kepada orang lain	.820
Saya meyakinkan orang lain/keluarga utk berbelanja di MDS	.848
Saya akan merekomendasikan MDS bila dimintai saran	.621
Saya mendorong orang lain untuk berbelanja di MDS	.755

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 1 components extracted.

(Lanjutan Lampiran 4)

9. Analisis Faktor pada Dimensi *Commitment*

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy .		.858
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square df	99.220 10
	Sig.	.000

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3.712	74.242	74.242	3.712	74.242	74.242
2	.531	10.614	84.856			
3	.349	6.984	91.841			
4	.289	5.780	97.620			
5	.119	2.380	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Anti-image Matrices

	Walaupun MDS sulit dijangkau, saya akan tetap berbelanja di MDS	Walaupun banyak pesaing, saya selalu belanja di MDS	Saya tidak akan pindah ke gerai/dept. store lain selain MDS	Walaupun gerai/dept. store lain mengadakan diskon, saya tetap membeli di MDS	Bila MDS tutup, saya akan sulit menemukan penggantinya
Anti-image Covariance	Walaupun MDS sulit dijangkau, saya akan tetap berbelanja di MDS	Walaupun banyak pesaing, saya selalu belanja di MDS	Saya tidak akan pindah ke gerai/dept. store lain selain MDS	Walaupun gerai/dept. store lain mengadakan diskon, saya tetap membeli di MDS	Bila MDS tutup, saya akan sulit menemukan penggantinya
	.407	-.098	-.076	-.042	-.013
	-.098	.439	-.070	-.034	-.033
	-.076	-.070	.206	-.121	.013
	-.042	-.034	-.121	.188	-.128
	-.013	-.033	.013	-.128	.507
Anti-image Correlation	Walaupun MDS sulit dijangkau, saya akan tetap berbelanja di MDS	Walaupun banyak pesaing, saya selalu belanja di MDS	Saya tidak akan pindah ke gerai/dept. store lain selain MDS	Walaupun gerai/dept. store lain mengadakan diskon, saya tetap membeli di MDS	Bila MDS tutup, saya akan sulit menemukan penggantinya
	.923 ^a	-.232	-.262	-.153	-.030
	-.232	.930 ^a	-.234	-.117	-.071
	-.262	-.234	.813 ^a	-.613	.041
	-.153	-.117	-.613	.793 ^a	-.414
	-.030	-.071	.041	-.414	.887 ^a

a. Measures of Sampling Adequacy (MSA)

(Lanjutan Lampiran 4)

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3.712	74.242	74.242	3.712	74.242	74.242
2	.531	10.614	84.856			
3	.349	6.984	91.841			
4	.289	5.780	97.620			
5	.119	2.380	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

10. Analisis Faktor pada Dimensi *Loyalty Program***KMO and Bartlett's Test**

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.500
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square df Sig.	11.290 1 .001

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	1.331	66.533	66.533	1.331	66.533	66.533
2	.669	33.467	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Anti-image Matrices

		faktor analisis hard attributes	faktor analisis soft attributes
Anti-image Covariance	faktor analisis hard attributes	.891	-.295
	faktor analisis soft attributes	-.295	.891
Anti-image Correlation	faktor analisis hard attributes	.500 ^a	-.331
	faktor analisis soft attributes	-.331	.500 ^a

a. Measures of Sampling Adequacy (MSA)

Component Matrix

	Component
	1
faktor analisis hard attributes	.816
faktor analisis soft attributes	.816

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 1 components extracted.

(Lanjutan Lampiran 4)

11. Analisis Faktor pada Dimensi Store Satisfaction**KMO and Bartlett's Test**

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy .		.715
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	69.744
	df	6
	Sig.	.000

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.130	53.249	53.249	2.130	53.249	53.249
2	.770	19.258	72.507			
3	.626	15.643	88.150			
4	.474	11.850	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix

	Component
	1
faktor analisis merchandise	.796
faktor analisis trading format	.759
faktor analisis customer service	.704
faktor analisis customer communication	.652

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 1 components extracted.

Anti-image Matrices

		faktor analisis merchandise	faktor analisis trading format	faktor analisis customer service	faktor analisis customer communication
Anti-image Covariance	faktor analisis merchandise	.662	-.242	-.113	-.226
	faktor analisis trading format	-.242	.698	-.210	-.036
	faktor analisis customer service	-.113	-.210	.775	-.104
	faktor analisis customer communication	-.226	-.036	-.104	.806
Anti-image Correlation	faktor analisis merchandise	.688 ^a	-.356	-.158	-.309
	faktor analisis trading format	-.356	.697 ^a	-.285	-.048
	faktor analisis customer service	-.158	-.285	.760 ^a	-.132
	faktor analisis customer communication	-.309	-.048	-.132	.739 ^a

a. Measures of Sampling Adequacy (MSA)

(Lanjutan Lampiran 4)

12. Analisis Faktor pada Dimensi Store Loyalty**KMO and Bartlett's Test**

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.631
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	90.538
	df	3
	Sig.	.000

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.045	68.169	68.169	2.045	68.169	68.169
2	.666	22.185	90.355			
3	.289	9.645	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Anti-image Matrices

		faktor analisis behavioral	faktor analisis word of mouth	faktor analisis commitment
Anti-image Covariance	faktor analisis behavioral	.466	-.310	-.158
	faktor analisis word of mouth	-.310	.492	-.075
	faktor analisis commitment	-.158	-.075	.788
Anti-image Correlation	faktor analisis behavioral	.590 ^a	-.647	-.261
	faktor analisis word of mouth	-.647	.602 ^a	-.120
	faktor analisis commitment	-.261	-.120	.811 ^a

a. Measures of Sampling Adequacy (MSA)

Component Matrix

	Component
	1
faktor analisis behavioral	.890
faktor analisis word of mouth	.868
faktor analisis commitment	.707

Extraction Method: Principal Component Analysis.

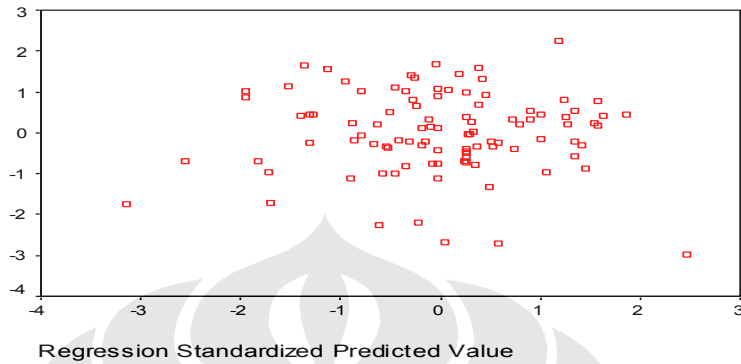
a. 1 components extracted.

Lampiran 5 Scatterplot (Hasil Uji Heteroskedstisitas)

1. Scatterplot Dimensi *Hard* dan *Soft Attributes* terhadap *Store Satisfaction*

Scatterplot

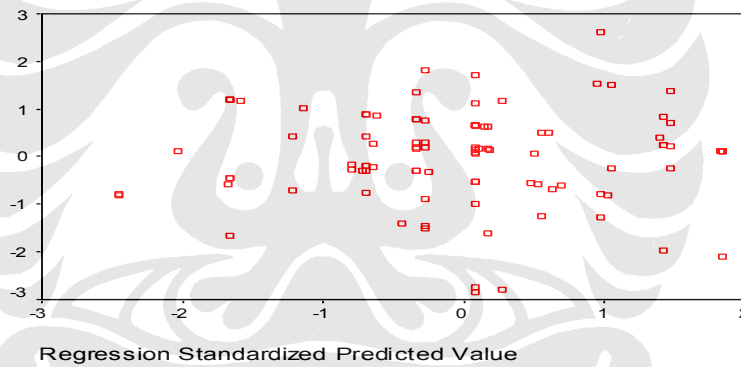
Dependent Variable: store satisfaction1



2. Scatterplot Dimensi *Hard* dan *Soft Attributes* terhadap *Merchandise*

Scatterplot

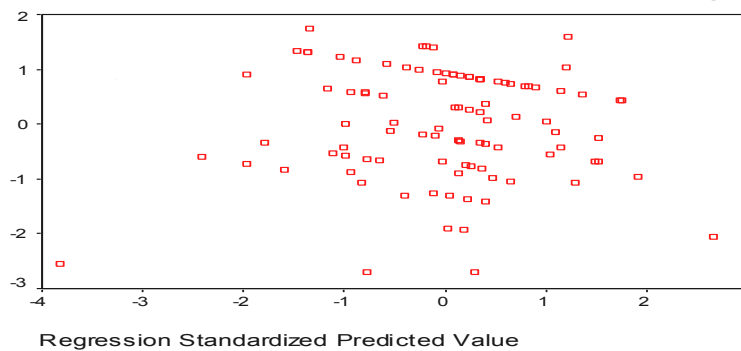
Dependent Variable: faktor analisis merchandi



3. Scatterplot Dimensi *Hard* dan *Soft Attributes* terhadap *Trading Format*

Scatterplot

Dependent Variable: faktor analisis trading forr



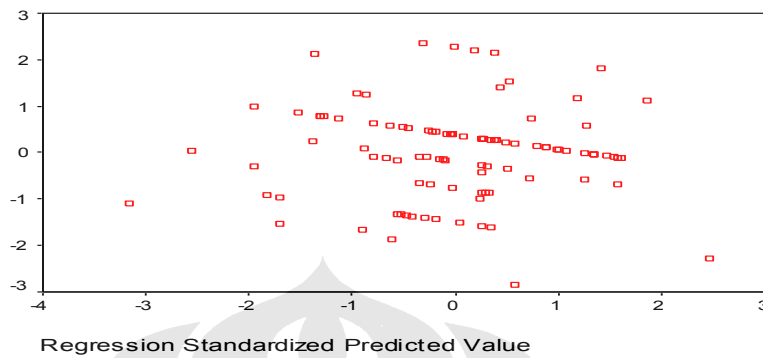
(Lanjutan Lampiran 5)

Universitas Indonesia

4. Scatterplot Dimensi *Hard* dan *Soft Attributes* terhadap *Customer Service*

Scatterplot

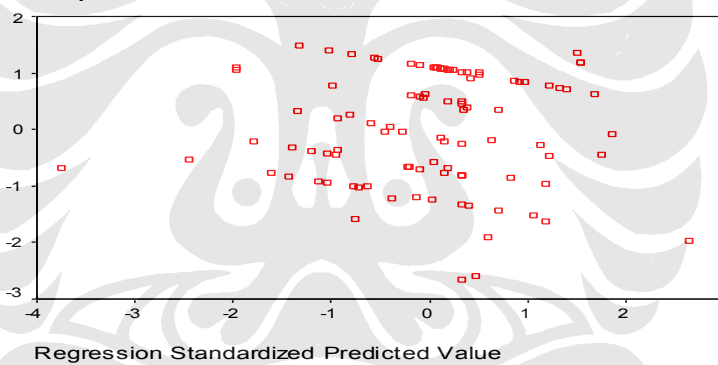
Dependent Variable: faktor analisis customer service



5. Scatterplot Dimensi *Hard* dan *Soft Attributes* terhadap *Customer Communication*

Scatterplot

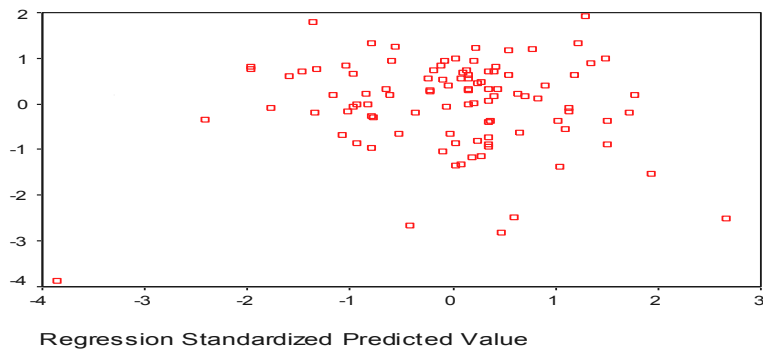
Dependent Variable: faktor analisis customer communication



6. Scatterplot Dimensi *Hard* dan *Soft Attributes* terhadap *Store Loyalty*

Scatterplot

Dependent Variable: store loyalty1

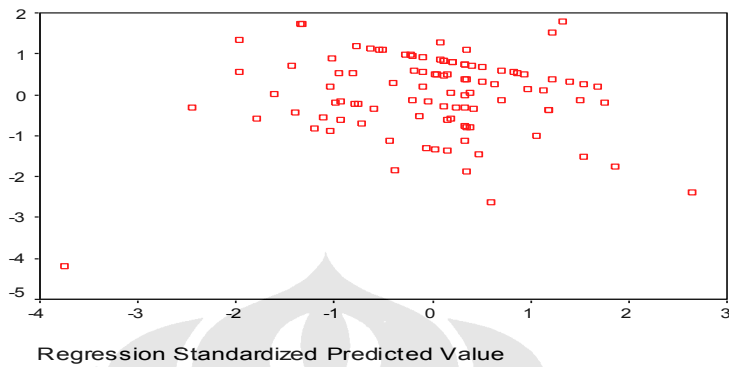


(Lanjutan Lampiran 5)

7. Scatterplot Dimensi *Hard* dan *Soft Attributes* terhadap *Behavioral*

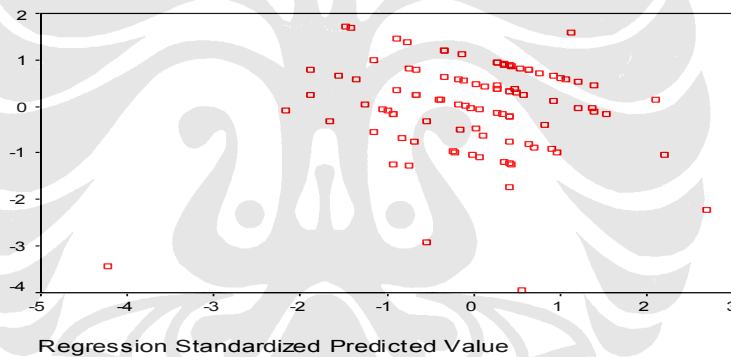
Scatterplot

Dependent Variable: faktor analisis behavioral

**8. Scatterplot Dimensi *Hard* dan *Soft Attributes* terhadap *Word of Mouth***

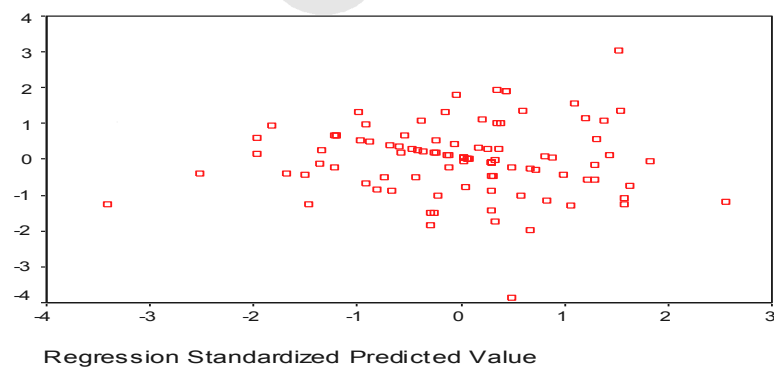
Scatterplot

Dependent Variable: faktor analisis word of mc

**9. Scatterplot Dimensi *Hard* dan *Soft Attributes* terhadap *Commitment***

Scatterplot

Dependent Variable: faktor analisis commitme



Lampiran 6 (Hasil Analisis Regresi)

1. Pengaruh *Loyalty Program* terhadap *Store Satisfaction*

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.370 ^a	.137	.128	.93376602

a. Predictors: (Constant), loyalty program1

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	13.552	1	13.552	15.543	.000 ^a
	Residual	85.448	98	.872		
	Total	99.000	99			

a. Predictors: (Constant), loyalty program1

b. Dependent Variable: store satisfaction 1

Coefficients^c

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-8.43E-17	.093		.000	1.000
	loyalty program1	.370	.094	.370	3.942	.000

a. Dependent Variable: store satisfaction1

2. Pengaruh *Loyalty Program* terhadap *Store Loyalty*

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.484 ^a	.235	.227	.87932518

a. Predictors: (Constant), loyalty program1

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	23.225	1	23.225	30.037	.000 ^a
	Residual	75.775	98	.773		
	Total	99.000	99			

a. Predictors: (Constant), loyalty program1

b. Dependent Variable: store loyalty 1

(Lanjutan Lampiran 6)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-4.16E-18	.088		.000	1.000
	loyalty program1	.484	.088	.484	5.481	.000

a. Dependent Variable: store loyalty1

3. Pengaruh *Store Satisfaction* terhadap *Store Loyalty*

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.622 ^a	.387	.381	.78669883

a. Predictors: (Constant), store satisfaction1

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	38.348	1	38.348	61.963	.000 ^a
	Residual	60.652	98	.619		
	Total	99.000	99			

a. Predictors: (Constant), store satisfaction1

b. Dependent Variable: store loyalty1

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.281E-17	.079		.000	1.000
	store satisfaction1	.622	.079	.622	7.872	.000

a. Dependent Variable: store loyalty1

4. Pengaruh *Hard Attributes* dan *Soft Attributes* terhadap *Store Satisfaction*Model Summary^a

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.378 ^a	.143	.126	.93510207	1.936

a. Predictors: (Constant), faktor analisis soft attributes, faktor analisis hard attributes

b. Dependent Variable: store satisfaction1

(Lanjutan Lampiran 6)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	14.182	2	7.091	8.109	.001 ^a
	Residual	84.818	97	.874		
	Total	99.000	99			

a. Predictors: (Constant), faktor analisis soft attributes, faktor analisis hard attributes

b. Dependent Variable: store satisfaction 1

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	-8.10E-17	.094		.000	1.000					
	faktor analisis hard attributes	.296	.100	.296	2.970	.004	.348	.289	.279	.891	1.123
	faktor analisis soft attributes	.158	.100	.158	1.585	.116	.256	.159	.149	.891	1.123

a. Dependent Variable: store satisfaction 1

5. Pengaruh *Hard Attributes* dan *Soft Attributes* terhadap *Merchandise*Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.295 ^a	.087	.068	.96542097	1.825

a. Predictors: (Constant), faktor analisis soft attributes, faktor analisis hard attributes

b. Dependent Variable: faktor analisis merchandise

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	8.592	2	4.296	4.609	.012 ^a
	Residual	90.408	97	.932		
	Total	99.000	99			

a. Predictors: (Constant), faktor analisis soft attributes, faktor analisis hard attributes

b. Dependent Variable: faktor analisis merchandise

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.374E-16	.097		.000	1.000		
	faktor analisis hard attributes	.295	.103	.295	2.865	.005	.891	1.123
	faktor analisis soft attributes	.000	.103	.000	.003	.998	.891	1.123

a. Dependent Variable: faktor analisis merchandise

(Lanjutan Lampiran 6)

6. Pengaruh *Hard Attributes* dan *Soft Attributes* terhadap *Trading Format***Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.277 ^a	.077	.058	.97080693	1.691

a. Predictors: (Constant), faktor analisis soft attributes, faktor analisis hard attributes

b. Dependent Variable: faktor analisis trading format

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7.581	2	3.790	4.022	.021 ^a
	Residual	91.419	97	.942		
	Total	99.000	99			

a. Predictors: (Constant), faktor analisis soft attributes, faktor analisis hard attributes

b. Dependent Variable: faktor analisis trading format

Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.243E-17	.097		.000	1.000		
	faktor analisis hard attributes	.160	.103	.160	1.549	.125	.891	1.123
	faktor analisis soft attributes	.179	.103	.179	1.730	.087	.891	1.123

a. Dependent Variable: faktor analisis trading format

7. Pengaruh *Hard Attributes* dan *Soft Attributes* terhadap *Customer Service***Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.302 ^a	.091	.072	.96311215	2.115

a. Predictors: (Constant), faktor analisis soft attributes, faktor analisis hard attributes

b. Dependent Variable: faktor analisis customer service

(Lanjutan Lampiran 6)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	9.024	2	4.512	4.864	.010 ^a
	Residual	89.976	97	.928		
	Total	99.000	99			

a. Predictors: (Constant), faktor analisis soft attributes, faktor analisis hard attributes

b. Dependent Variable: faktor analisis customer service

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-7.18E-17	.096		.000	1.000		
	faktor analisis hard attributes	.235	.103	.235	2.287	.024	.891	1.123
	faktor analisis soft attributes	.128	.103	.128	1.246	.216	.891	1.123

a. Dependent Variable: faktor analisis customer service

8. Pengaruh *Hard Attributes* dan *Soft Attributes* terhadap *Customer Communication*

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.274 ^a	.075	.056	.97153748	2.302

a. Predictors: (Constant), faktor analisis soft attributes, faktor analisis hard attributes

b. Dependent Variable: faktor analisis customer communication

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7.443	2	3.722	3.943	.023 ^a
	Residual	91.557	97	.944		
	Total	99.000	99			

a. Predictors: (Constant), faktor analisis soft attributes, faktor analisis hard attributes

b. Dependent Variable: faktor analisis customer communication

(Lanjutan Lampiran 6)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.784E-16	.097		.000	1.000		
	faktor analisis hard attributes	.167	.103	.167	1.614	.110	.891	1.123
	faktor analisis soft attributes	.169	.103	.169	1.635	.105	.891	1.123

a. Dependent Variable: faktor analisis customer communication

9. Pengaruh *Hard Attributes* dan *Soft Attributes* terhadap *Customer Communication*

Model Summary^a

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.477 ^a	.228	.212	.88769732	2.071

a. Predictors: (Constant), faktor analisis soft attributes, faktor analisis hard attributes

b. Dependent Variable: faktor analisis store loyalty

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	22.563	2	11.282	14.317	.000 ^a
	Residual	76.437	97	.788		
	Total	99.000	99			

a. Predictors: (Constant), faktor analisis soft attributes, faktor analisis hard attributes

b. Dependent Variable: faktor analisis store loyalty

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.218E-16	.089		.000	1.000		
	faktor analisis hard attributes	.275	.095	.275	2.910	.004	.891	1.123
	faktor analisis soft attributes	.310	.095	.310	3.276	.001	.891	1.123

a. Dependent Variable: faktor analisis store loyalty

(Lanjutan Lampiran 6)

10. Pengaruh *Hard Attributes* dan *Soft Attributes* terhadap *Store Loyalty***Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.485 ^a	.235	.219	.88349221	2.061

a. Predictors: (Constant), faktor analisis soft attributes, faktor analisis hard attributes

b. Dependent Variable: store loyalty1

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	23.286	2	11.643	14.916	.000 ^a
	Residual	75.714	97	.781		
	Total	99.000	99			

a. Predictors: (Constant), faktor analisis soft attributes, faktor analisis hard attributes

b. Dependent Variable: store loyalty1

Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics		
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF	
1	(Constant)	-2.14E-17	.088		.000	1.000						
	faktor analisis hard attributes	.276	.094	.276	2.928	.004	.381	.285	.260	.891	1.123	
	faktor analisis soft attributes	.318	.094	.318	3.383	.001	.409	.325	.300	.891	1.123	

a. Dependent Variable: store loyalty1

11. Pengaruh *Hard Attributes* dan *Soft Attributes* terhadap *Behavioral***Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.381 ^a	.145	.127	.93420410	2.000

a. Predictors: (Constant), faktor analisis soft attributes, faktor analisis hard attributes

b. Dependent Variable: faktor analisis behavioral

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	14.344	2	7.172	8.218	.001 ^a
	Residual	84.656	97	.873		
	Total	99.000	99			

a. Predictors: (Constant), faktor analisis soft attributes, faktor analisis hard attributes

b. Dependent Variable: faktor analisis behavioral

(Lanjutan Lampiran 6)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.515E-16	.093		.000	1.000		
	faktor analisis hard attributes	.233	.099	.233	2.339	.021	.891	1.123
	faktor analisis soft attributes	.234	.099	.234	2.352	.021	.891	1.123

a. Dependent Variable: faktor analisis behavioral

12. Pengaruh *Hard Attributes* dan *Soft Attributes* terhadap *Word of Mouth*Model Summary^a

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.405 ^a	.164	.146	.92387532	1.813

a. Predictors: (Constant), faktor analisis soft attributes, faktor analisis hard attributes

b. Dependent Variable: faktor analisis word of mouth

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	16.206	2	8.103	9.493	.000 ^a
	Residual	82.794	97	.854		
	Total	99.000	99			

a. Predictors: (Constant), faktor analisis soft attributes, faktor analisis hard attributes

b. Dependent Variable: faktor analisis word of mouth

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.342E-16	.092		.000	1.000		
	faktor analisis hard attributes	.152	.098	.152	1.547	.125	.891	1.123
	faktor analisis soft attributes	.328	.098	.328	3.333	.001	.891	1.123

a. Dependent Variable: faktor analisis word of mouth

(Lanjutan Lampiran 6)

13. Pengaruh *Hard Attributes* dan *Soft Attributes* terhadap *Commitment***Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.445 ^a	.198	.181	.90496651	2.152

a. Predictors: (Constant), faktor analisis soft attributes, faktor analisis hard attributes

b. Dependent Variable: faktor analisis commitment

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	19.560	2	9.780	11.942	.000 ^a
	Residual	79.440	97	.819		
	Total	99.000	99			

a. Predictors: (Constant), faktor analisis soft attributes, faktor analisis hard attributes

b. Dependent Variable: faktor analisis commitment

Coefficients^c

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-4.70E-17	.090		.000	1.000		
	faktor analisis hard attributes	.317	.096	.317	3.292	.001	.891	1.123
	faktor analisis soft attributes	.224	.096	.224	2.320	.022	.891	1.123

a. Dependent Variable: faktor analisis commitment