

## KUESIONER

### I. Identitas Responden

Pilihlah salah satu dengan memberi tanda cek “√” sesuai dengan keadaan Bapak/Ibu/Saudara.

- A. Jenis Kelamin :  Laki-Laki  Perempuan
- B. Usia :  17 – 30 tahun  31 – 44 tahun  
 45 – 58 tahun  > 59 tahun
- C. Tingkat Pendidikan:  SD  SMP  
 SMU  Perguruan Tinggi  
 Diploma  Lain-lain
- D. Pekerjaan :  Pelajar/Mahasiswa  
 Ibu Rumah Tangga  
 Swasta  
 Wiraswasta  
 PNS  
 Lain-lain
- E. Pendapatan :  < 2 Juta  4-6 Juta  
 2- 4 Juta  > 6 juta
- F. Lama Menjadi Konsumen Acer :  
 < 2 tahun  4-6 tahun  > 6 tahun

## II. Pertanyaan Variabel Penelitian

Berilah jawaban pertanyaan berikut sesuai dengan pendapat Bapak/Ibu/Saudara, dengan memberi tanda cek “√” pada kolom yang tersedia.

Keterangan :

- STS : Sangat Tidak Setuju (Skor 1)
- TS : Tidak Setuju (Skor 2)
- N : Netral (Skor 3)
- S : Setuju (Skor 4)
- SS : Sangat Setuju (Skor 5)

No		Pernyataan	Skala				
			Kualitas Pelayanan	STS	TS	N	S
1.	Reliability	Wiraniaga Laptop ACER bersimpati dalam melayani konsumen					
2.		Wiraniaga Laptop ACER memiliki kinerja yang sangat memuaskan dan sesuai melayani sesuai dengan harapan pelanggan					
3.		Wiraniaga Laptop ACER mampu menyediakan layanan sesuai dengan janji					
4.	Responsivene	Wiraniaga Laptop ACER selalu siap membantu konsumen					
5.		Wiraniaga Laptop ACER tanggap menangani keluhan konsumen					
6.		Wiraniaga Laptop ACER cepat dalam memberikan layanan					

No	Pernyataan	Skala					
7.	Assurance	Wiraniaga Laptop ACER mampu menumbuhkan rasa percaya yang tinggi kepada konsumen					
8.		Wiraniaga Laptop ACER mampu berkomunikasi dengan baik terhadap konsumen					
9.		Wiraniaga Laptop ACER melayani konsumen dengan ramah dan sopan kepada semua konsumen					
10.	Empathy	Wiraniaga Laptop ACER memberikan perhatian personal kepada konsumen					
11.		Wiraniaga Laptop ACER mampu memahami kebutuhan produk yang diinginkan konsumen					
12.		Wiraniaga Laptop ACER mampu memenuhi kebutuhan pelanggan secara detail					
13.	Tangible	Wiraniaga Laptop ACER berpenampilan rapi					
14.		Wiraniaga Laptop ACER bertutur kata sopan					
15.		Produk Laptop ACER selalu <i>ready stock</i>					
<b>No</b>	<b>Kepuasan Konsumen</b>	<b>STS</b>	<b>T S</b>	<b>N</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>	
1	Saya senang akan kinerja keseluruhan Laptop ACER						
2	Saya senang akan kinerja laptop ACER karena sesuai dengan harapan saya						
3	Laptop ACER memiliki banyak manfaat						
<b>No</b>	<b>Loyalitas Konsumen</b>	<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>N</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>	
1	Saya bersedia mengatakan keuntungan-keuntungan menggunakan Laptop ACER kepada orang lain						
2	Saya akan merekomendasikan Laptop ACER ke orang lain						

No	Pernyataan	Skala				
3	Laptop ACER akan menjadi prioritas utama saya dalam memilih laptop					
4	Saya akan melakukan pembelian Laptop ACER kembali					
No	Citra Merek	STS	TS	N	S	SS
1	Laptop ACER dikenal sebagai laptop yang memiliki desain yang modern dengan tingkat kerusakan rendah					
2	Laptop ACER memiliki teknologi terkini					
3	Laptop ACER harga terjangkau semua kalangan					
4	Laptop ACER mampu memenuhi kebutuhan setiap konsumennya					

**TERIMA KASIH**

## Lampiran 2 Input Data SEM

resp.	Service Quality (X1)															Customer Satisfaction (Y1)			Customer Loyalty (Y2)				Brand Image (Y3)				
	x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	x1.5	x1.6	x1.7	x1.8	x1.9	x1.10	x1.11	x1.12	x1.13	x1.14	x1.15	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y2.1	Y2.2	Y2.3	Y2.4	Y3.1	Y3.2	Y3.3	Y3.4	
1	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	2	3	5	4	4	5	4	4	4	3	
2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	4	2	2	2	3	3	4	4	4	4	3	3	4
3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3
4	4	5	5	4	4	3	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3	4	4	4	4	5	5	3	5
5	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	5	2	2	2	2	3	3	3	2	
6	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	5	4	4	4	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4
7	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	4	3	2	3	3	2	
8	2	2	3	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	3
9	4	4	5	4	4	4	5	5	5	3	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	3	4	4	
10	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	2	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4
11	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3
12	3	3	2	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	5	4
13	3	2	3	3	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	3	3	4	5	5	4	4	4	4	4	3	3
14	3	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2
15	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3
16	4	5	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4
17	4	3	4	4	4	5	3	4	4	4	4	3	5	5	4	3	2	3	4	5	5	5	3	3	3	3	3
18	4	3	3	4	3	4	5	4	3	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	3
20	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	2	3	2	3	2	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4

resp.	Service Quality (X1)															Customer Satisfaction (Y1)			Customer Loyalty (Y2)				Brand Image (Y3)				
	x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	x1.5	x1.6	x1.7	x1.8	x1.9	x1.10	x1.11	x1.12	x1.13	x1.14	x1.15	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y2.1	Y2.2	Y2.3	Y2.4	Y3.1	Y3.2	Y3.3	Y3.4	
21	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	
22	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	3	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	
23	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	
24	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	2	3	3	3	3	4	4	4	2	2	3	3	2	3	3	2	
25	4	4	4	2	3	2	4	4	4	4	4	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	
26	4	3	4	5	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	2	2	4	4	5	5	3	3	4	3	
27	2	3	3	3	2	2	3	4	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	
28	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	2	3	3	3	2	3	3	3	
29	2	2	3	2	2	3	2	2	3	2	3	2	3	3	3	2	2	1	2	3	2	2	2	3	2	2	
30	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	2	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	4
31	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	
32	3	3	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	5	5	
33	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	5	3	
34	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	
35	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	2	2	3	2	3	3	2	3	3	3	
36	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	5	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	
37	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	5	4	5	4	4	4	4	
38	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	3	4	2	2	2	3	4	4	3	3	3	3	3	
39	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	
40	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	5	4	4	5	

resp	Service Quality (X1)														Customer Satisfaction (Y1)			Customer Loyalty (Y2)				Brand Image (Y3)				
	x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	x1.5	x1.6	x1.7	x1.8	x1.9	x1.10	x1.11	x1.12	x1.13	x1.14	x1.15	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y2.1	Y2.2	Y2.3	Y2.4	Y3.1	Y3.2	Y3.3	Y3.4
41	3	3	3	4	3	4	4	2	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	5	4	5
42	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	2	4	4	5	4	4	3	4	4	3	4	3
43	4	4	4	3	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	3	5	4	5
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	3	4	4	3	4	4	4	4
45	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5
46	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4
47	3	3	3	3	4	3	2	2	3	4	3	3	3	4	3	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3
48	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	2	3	4	4	5	4	4	5	5	5	3	3	3
49	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5
50	5	4	4	3	3	4	4	4	5	4	4	5	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4
51	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3
52	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	2	3	3	4	3	3	4	5	4	5
53	3	3	2	3	3	3	2	2	2	3	2	4	2	3	2	2	3	2	5	4	4	4	4	4	5	5
54	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	3	3	4	4	5	5	4	5
55	4	4	4	5	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	5	4	4	5
56	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2
57	4	4	3	4	4	5	4	4	3	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	3	4	4
58	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	1	2	1	2	3	3	2	2	2	3	3
59	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	4	2	2	4
60	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3

resp.	Service Quality (X1)															Customer Satisfaction (Y1)			Customer Loyalty (Y2)				Brand Image (Y3)				
	x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	x1.5	x1.6	x1.7	x1.8	x1.9	x1.10	x1.11	x1.12	x1.13	x1.14	x1.15	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y2.1	Y2.2	Y2.3	Y2.4	Y3.1	Y3.2	Y3.3	Y3.4	
61	4	4	5	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5
62	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5
63	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	2	3	4	3	4	4	3	4	3	3
64	4	5	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3
65	2	2	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3
66	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	5	5	3	4	3	4	4
67	5	4	5	5	5	4	3	3	3	4	4	5	4	4	4	2	3	2	3	4	4	4	4	3	3	3	3
68	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	4	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2
69	2	2	2	2	2	3	2	2	4	3	2	3	2	2	2	1	1	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2
70	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	5	5	5	5	4	4	5	4
71	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3
72	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	2	2	3	4	3	4	4	2	2	2	2	2
73	4	4	5	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	2	2	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4
74	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	2	2
75	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	5	4	4	4	3	3	3	3	3
76	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4
77	3	4	3	4	4	4	4	2	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4
78	4	3	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4
79	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
80	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4



resp	Service Quality (X1)															Customer Satisfaction (Y1)			Customer Loyalty (Y2)				Brand Image (Y3)			
	x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	x1.5	x1.6	x1.7	x1.8	x1.9	x1.10	x1.11	x1.12	x1.13	x1.14	x1.15	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y2.1	Y2.2	Y2.3	Y2.4	Y3.1	Y3.2	Y3.3	Y3.4
81	4	3	4	3	4	5	4	4	3	4	3	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	3	4	3	3
82	3	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2
83	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4
84	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3
85	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	5	4	4	4
86	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	4
87	5	5	4	4	4	4	3	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4
88	5	4	5	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	3	3	4	3	5	4
89	3	3	4	3	2	2	3	3	2	3	4	3	4	4	3	2	2	3	3	3	3	3	4	3	2	2
90	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3
91	4	3	3	4	4	2	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3
92	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	5	4	4	4	3	4	3	3	3
93	3	4	5	4	4	4	3	4	3	4	3	5	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	5	4	4
94	4	4	4	2	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3
95	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	3	5	4	4	5	5	4
96	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	5	4	4	5	5	2	2	4	4
97	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4
98	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4
99	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	5	3	4	4	4	4	3	3	3
100	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4

resp.	Service Quality (X1)															Customer Satisfaction (Y1)			Customer Loyalty (Y2)				Brand Image (Y3)				
	x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	x1.5	x1.6	x1.7	x1.8	x1.9	x1.10	x1.11	x1.12	x1.13	x1.14	x1.15	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y2.1	Y2.2	Y2.3	Y2.4	Y3.1	Y3.2	Y3.3	Y3.4	
101	4	5	5	5	4	4	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
102	3	2	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	4	3	3	2	2	3	2	2
103	4	3	4	3	3	3	4	3	4	2	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3
104	5	5	5	4	3	4	3	4	3	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	3	4	3	4	3	3
105	3	3	3	2	2	3	4	3	3	2	2	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3
106	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	5	5	4	4	4	4	4
107	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	3	3	4	4	5	4	4	4	4
108	2	3	3	3	2	2	3	4	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4
109	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3
110	5	4	5	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	2	4	3	3	4	3	5	3	3
111	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	5	5	4	4	4	3	4	4	4
112	4	4	3	4	3	4	4	2	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	5	4	4	4
113	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	5	3	3	3
114	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	5	5	3	4	3	3	3
115	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5
116	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4
117	3	4	4	2	2	2	4	4	4	3	2	3	4	4	4	3	3	2	3	3	2	2	2	3	2	3	3
118	4	4	4	3	3	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
119	4	4	5	4	5	5	4	4	5	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	3	3
120	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	2	3	5	3	4	4	4	4	4	4	4

resp	Service Quality (X1)															Customer Satisfaction (Y1)			Customer Loyalty (Y2)				Brand Image (Y3)			
	x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	x1.5	x1.6	x1.7	x1.8	x1.9	x1.10	x1.11	x1.12	x1.13	x1.14	x1.15	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y2.1	Y2.2	Y2.3	Y2.4	Y3.1	Y3.2	Y3.3	Y3.4
121	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	5	4	3	3	2	4	5	5	5	4	4	4	4
122	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	3	4	3	3	4	3	4	4
123	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3
124	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3
125	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	2	4	4	4	4	4	2	3	4	3	3	3
126	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	2	4
127	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	2	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3
128	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4
129	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4
130	4	3	3	3	2	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	4	4	4	2	4	3	3	2	3	3	2
131	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
132	3	2	2	3	3	2	3	2	2	3	2	2	3	2	2	2	3	4	2	3	2	3	2	2	2	3
133	4	3	3	5	4	5	3	3	5	4	4	2	4	4	3	4	4	4	3	4	4	5	3	3	4	4
134	2	2	4	2	3	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2
135	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	2	3	4	3	4	3	4	4	4	4
136	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	2	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
137	3	2	3	4	4	3	3	2	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3
138	4	4	3	5	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	2	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4
139	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	4	4	4	4	3	4	2	3
140	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	5	4	4	4	3	3	3	3

resp	Service Quality (X1)															Customer Satisfaction (Y1)			Customer Loyalty (Y2)				Brand Image (Y3)			
	x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	x1.5	x1.6	x1.7	x1.8	x1.9	x1.10	x1.11	x1.12	x1.13	x1.14	x1.15	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y2.1	Y2.2	Y2.3	Y2.4	Y3.1	Y3.2	Y3.3	Y3.4
141	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5
142	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	5	5	3	4	4	4
143	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	2	3	3	3	2	3	3	3
144	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4
145	3	2	3	3	4	3	3	2	3	2	3	2	2	4	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3
146	4	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	3	5	5	3	4	4	4	4
147	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5
148	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3
149	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
150	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4
151	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	4	3	4	4	4	4
152	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	3	2	2	3	2	3	2	3	4	4	4	3	3	2	3
153	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	4	3	2	3	2	2	3	4	3	3	3	3	2	3	3
154	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	2	2	2
155	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	5	5	4	4	4	4	3	3
156	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	5	4	5	5	4	5	3	5	3
157	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3
158	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	2	4	4	5	4	4	4	3	4	3
159	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3
160	3	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4

resp.	Service Quality (X1)															Customer Satisfaction (Y1)			Customer Loyalty (Y2)				Brand Image (Y3)			
	x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	x1.5	x1.6	x1.7	x1.8	x1.9	x1.10	x1.11	x1.12	x1.13	x1.14	x1.15	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y2.1	Y2.2	Y2.3	Y2.4	Y3.1	Y3.2	Y3.3	Y3.4
161	5	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
162	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	3	4	4	4
163	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5
164	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	3
165	5	4	3	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
166	3	5	4	4	4	3	2	3	3	3	2	5	5	4	2	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4
167	4	4	5	4	4	4	4	4	3	3	5	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4
168	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	3
169	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	4	3	5	5	3	4	4	3
170	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4
171	2	3	3	2	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	1	2	3	2	2	2	3	2	2
172	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3	4	3	3	3	3	3	3
173	5	4	3	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	3	3	3	3	3	5	5	2	4	3	3
174	4	5	4	4	4	3	4	3	4	3	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4
175	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	5	4	3	3	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
176	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	2	3	2	3	3	3	3	4	3	4	4
177	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3
178	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4
179	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3
180	4	4	4	2	2	2	4	4	4	3	2	2	3	4	2	3	3	3	5	5	4	4	4	5	4	4

resp.	Service Quality (X1)														Customer Satisfaction (Y1)			Customer Loyalty (Y2)				Brand Image (Y3)				
	x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	x1.5	x1.6	x1.7	x1.8	x1.9	x1.10	x1.11	x1.12	x1.13	x1.14	x1.15	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y2.1	Y2.2	Y2.3	Y2.4	Y3.1	Y3.2	Y3.3	Y3.4
181	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	
182	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	2	3	3	4	3	3	4	5	4	4
183	3	4	5	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
184	4	4	5	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	5	5
185	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5
186	3	2	2	3	2	2	2	2	4	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2
187	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4
188	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
189	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	3	4	2	2	2	3	3	4	4	3	3	2	2
190	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	4	4	4	4	4	4
191	3	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	3	3
192	4	4	5	4	3	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4
193	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	5	4	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
194	4	4	4	2	2	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	3
195	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
196	3	3	3	2	2	3	2	2	4	3	2	3	2	2	2	1	1	2	3	3	3	3	2	2	2	2
197	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	5	4	4	4	4	4	4
198	5	5	4	3	3	3	5	4	4	3	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5
199	3	2	2	3	3	2	3	2	2	3	2	2	3	2	2	2	3	4	2	3	2	2	2	2	2	2
200	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	5	5

# Lampiran 3

## Deskriptif Karakteristik

### Frequencies

Statistics

	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan	Pekerjaan	Pendapatan	Lama menjadi konsumen ACER
N Valid	200	200	200	200	200	200
Missing	0	0	0	0	0	0

### Frequency Table

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	104	52.0	52.0	52.0
	Perempuan	96	48.0	48.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17 - 30 tahun	13	6.5	6.5	6.5
	31 - 44 tahun	141	70.5	70.5	77.0
	45 - 58 tahun	39	19.5	19.5	96.5
	> 59 tahun	7	3.5	3.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

### Pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SD	39	19.5	19.5	19.5
	SMP	46	23.0	23.0	42.5
	SMU	44	22.0	22.0	64.5
	Diploma	31	15.5	15.5	80.0
	Perguruan Tinggi	40	20.0	20.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

### Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar/Mahasiswa	17	8.5	8.5	8.5
	Ibu Rumah Tangga	24	12.0	12.0	20.5
	Swasta	34	17.0	17.0	37.5
	Wiraswasta	46	23.0	23.0	60.5
	PNS	79	39.5	39.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

### Pendapatan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 2 Juta	17	8.5	8.5	8.5
	2- 4 Juta	103	51.5	51.5	60.0
	4-6 Juta	34	17.0	17.0	77.0
	> 6 juta	46	23.0	23.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	



### Lama menjadi konsumen ACER

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < 2 tahun	25	12.5	12.5	12.5
4-6 tahun	136	68.0	68.0	80.5
> 6 tahun	39	19.5	19.5	100.0
Total	200	100.0	100.0	

**Lampiran 4**  
**Deskriptif Variabel Penelitian**  
**Frequency Table**

**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
x1.1	200	2.00	5.00	3.6050	.75620
x1.2	200	2.00	5.00	3.7200	.81501
x1.3	200	2.00	5.00	3.5800	.77887
x1.4	200	2.00	5.00	3.5100	.73662
x1.5	200	2.00	5.00	3.5000	.73669
x1.6	200	2.00	5.00	3.5250	.78898
x1.7	200	2.00	5.00	3.5450	.76215
x1.8	200	2.00	5.00	3.4700	.77596
x1.9	200	2.00	5.00	3.5900	.79692
x1.10	200	2.00	5.00	3.5150	.76334
x1.11	200	2.00	5.00	3.5250	.81406
x1.12	200	2.00	5.00	3.5700	.77983
x1.13	200	2.00	5.00	3.4900	.76998
x1.14	200	2.00	5.00	3.5150	.76990
x1.15	200	2.00	5.00	3.5200	.80176
Y1.1	200	1.00	5.00	3.4850	.92415
Y1.2	200	1.00	5.00	3.5150	.91869
Y1.3	200	1.00	5.00	3.5750	.95337
Y2.1	200	2.00	5.00	3.5950	.80262
Y2.2	200	2.00	5.00	3.7450	.78936
Y2.3	200	2.00	5.00	3.7900	.80570
Y2.4	200	2.00	5.00	3.7650	.78284
Y3.1	200	2.00	5.00	3.5650	.83019
Y3.2	200	2.00	5.00	3.5950	.83334
Y3.3	200	2.00	5.00	3.5650	.85993
Y3.4	200	2.00	5.00	3.5450	.84946
Valid N (listwise)	200				

## Lampiran 5 : Uji Validitas

Indikator	Standardized Loading	Cut Off	Keterangan
<b>Service Quality</b>			
SQ 1	0,81	> 0,7	Valid
SQ 2	0,98	> 0,7	Valid
SQ 3	0,71	> 0,7	Valid
SQ 4	0,72	> 0,7	Valid
SQ 5	0,76	> 0,7	Valid
SQ 6	0,79	> 0,7	Valid
SQ 7	0,77	> 0,7	Valid
SQ 8	0,72	> 0,7	Valid
SQ 9	0,73	> 0,7	Valid
SQ 10	0,76	> 0,7	Valid
SQ 11	1,00	> 0,7	Valid
SQ 12	0,82	> 0,7	Valid
SQ 13	0,83	> 0,7	Valid
SQ 14	0,80	> 0,7	Valid
SQ 15	0,79	> 0,7	Valid
<b>Customer Satisfaction</b>			
CS 1	0,97	> 0,7	Valid
CS 2	0,88	> 0,7	Valid
CS 3	0,86	> 0,7	Valid
<b>Customer Loyalty</b>			
CL 1	0,71	> 0,7	Valid
CL 2	0,66	> 0,7	Valid
CL 3	0,90	> 0,7	Valid
CL 4	0,89	> 0,7	Valid
<b>Brand Image</b>			
BI 1	0,74	> 0,7	Valid
BI 2	0,73	> 0,7	Valid
BI 3	0,82	> 0,7	Valid
BI 4	0,81	> 0,7	Valid

Lampiran 6 : Uji Reliabilitas

Indikator	$\lambda$	$\lambda^2$	$e_i$	$\Sigma\lambda$	$(\Sigma\lambda)^2$	$\Sigma(\lambda^2)$	$\Sigma e_i$	CR
<b>Brand Trust</b>				10.67	113.85	7.69	7.31	0.94
SQ11	0.82	0.67	0.33					
SQ12	0.70	0.49	0.51					
SQ13	0.61	0.37	0.63					
SQ21	0.84	0.71	0.29					
SQ22	0.65	0.42	0.58					
SQ23	0.66	0.44	0.56					
SQ31	0.81	0.66	0.34					
SQ32	0.6	0.36	0.64					
SQ33	0.61	0.37	0.63					
SQ41	0.81	0.66	0.34					
SQ42	0.68	0.46	0.54					
SQ43	0.66	0.44	0.56					
SQ51	0.8	0.64	0.36					
SQ52	0.71	0.50	0.50					
SQ53	0.71	0.50	0.50					
<b>Customer Satisfaction</b>				2.69	7.24	2.42	0.58	0.93
CS1	0.98	0.96	0.04					
CS2	0.88	0.77	0.23					
CS3	0.83	0.69	0.31	3.16	9.99	2.51	1.49	0.87
<b>Costumer Loyalty</b>								
CL1	0.80	0.64	0.36					
CL2	0.69	0.48	0.52					
CL3	0.83	0.69	0.31	2.24	5.02	1.69	1.31	0.79
CL4	0.84	0.71	0.29					
<b>Brand Image</b>								
BI1	0.84	0.71	0.29					
BI2	0.65	0.42	0.58					
BI3	0.75	0.56	0.44					

Lampiran 7 : Normalitas

DATE: 01/27/2015

TIME: 19:48

P R E L I S 2.70

BY

Karl G. Jöreskog & Dag Sörbom

This program is published exclusively by  
Scientific Software International, Inc.

7383 N. Lincoln Avenue, Suite 100

Lincolnwood, IL 60712, U.S.A.

Phone: (800)247-6113, (847)675-0720, Fax: (847)675-2140

Copyright by Scientific Software International, Inc., 1981-2004

Use of this program is subject to the terms specified in the  
Universal Copyright Convention.

Website: [www.ssicentral.com](http://www.ssicentral.com)

The following lines were read from file F:\data\DATA.PR2:

!PRELIS SYNTAX: Can be edited

SY='F:\data\DATA.PSF'

OU MA=CM SM=F:\data\DATA.COV AC=F:\data\DATA.ACM XT XM

Total Sample Size = 200

Univariate Summary Statistics for Continuous Variables

Variable	Mean	St. Dev.	T-Value	Skewness	Kurtosis	Minimum	Freq.	Maximum
----------	------	----------	---------	----------	----------	---------	-------	---------

X1.1	3.605	0.756	67.419	-0.256	-0.209	2.000	15	5.000
------	-------	-------	--------	--------	--------	-------	----	-------

33	X1.2	3.720	0.815	64.517	-0.173	-0.470	2.000	13	5.000
21	X1.3	3.580	0.779	65.003	-0.076	-0.370	2.000	15	5.000
11	X1.4	3.510	0.737	67.387	-0.301	-0.260	2.000	18	5.000
6	X1.5	3.500	0.737	67.189	-0.647	-0.276	2.000	23	5.000
16	X1.6	3.525	0.789	63.184	-0.238	-0.382	2.000	21	5.000
15	X1.7	3.545	0.762	65.779	-0.257	-0.281	2.000	18	5.000
11	X1.8	3.470	0.776	63.242	-0.323	-0.427	2.000	24	5.000
18	X1.9	3.590	0.797	63.708	-0.389	-0.281	2.000	21	5.000
14	X1.10	3.515	0.763	65.121	-0.222	-0.323	2.000	19	5.000
27	X1.11	3.665	0.822	63.033	-0.294	-0.365	2.000	18	5.000
19	X1.12	3.570	0.780	64.741	-0.171	-0.337	2.000	17	5.000
13	X1.13	3.490	0.770	64.101	-0.233	-0.370	2.000	21	5.000
11	X1.14	3.515	0.770	64.567	-0.451	-0.322	2.000	23	5.000
13	X1.15	3.520	0.802	62.089	-0.450	-0.403	2.000	26	5.000
20	Y1.1	3.485	0.924	53.331	-0.457	-0.348	1.000	3	5.000
21	Y1.2	3.515	0.919	54.109	-0.457	-0.432	1.000	2	5.000
32	Y1.3	3.575	0.953	53.031	-0.358	-0.371	1.000	3	5.000
23	Y2.1	3.595	0.803	63.344	-0.137	-0.414	2.000	17	5.000
33	Y2.2	3.745	0.789	67.095	-0.132	-0.449	2.000	10	5.000
38	Y2.3	3.790	0.806	66.525	-0.182	-0.493	2.000	10	5.000

34	Y2.4	3.765	0.783	68.015	-0.131	-0.449	2.000	9	5.000
21	Y3.1	3.565	0.830	60.729	-0.262	-0.465	2.000	23	5.000
26	Y3.2	3.595	0.833	61.009	-0.121	-0.519	2.000	19	5.000
25	Y3.3	3.565	0.860	58.629	-0.180	-0.587	2.000	24	5.000
25	Y3.4	3.545	0.849	59.018	-0.068	-0.587	2.000	22	5.000

### Test of Univariate Normality for Continuous Variables

Skewness      Kurtosis      Skewness and Kurtosis

Variable Z-Score P-Value    Z-Score P-Value    Chi-Square P-Value

X1.1	-1.498	0.134	-0.549	0.583	2.544	0.280
X1.2	-1.018	0.309	-1.672	0.095	3.830	0.147
X1.3	-0.450	0.653	-1.200	0.230	1.642	0.440
X1.4	-1.753	0.080	-0.742	0.458	3.624	0.163
X1.5	-3.550	0.000	-0.807	0.420	13.255	0.001
X1.6	-1.395	0.163	-1.250	0.211	3.509	0.173
X1.7	-1.499	0.134	-0.826	0.409	2.930	0.231
X1.8	-1.872	0.061	-1.462	0.144	5.642	0.060
X1.9	-2.234	0.025	-0.826	0.409	5.674	0.059
X1.10	-1.303	0.193	-0.996	0.319	2.691	0.260
X1.11	-1.714	0.087	-1.177	0.239	4.322	0.115
X1.12	-1.008	0.314	-1.058	0.290	2.134	0.344
X1.13	-1.366	0.172	-1.200	0.230	3.304	0.192
X1.14	-2.567	0.010	-0.993	0.321	7.574	0.023
X1.15	-2.560	0.010	-1.348	0.178	8.372	0.015
Y1.1	-2.599	0.009	-1.102	0.271	7.967	0.019
Y1.2	-2.597	0.009	-1.485	0.138	8.952	0.011
Y1.3	-2.064	0.039	-1.203	0.229	5.705	0.058
Y2.1	-0.809	0.419	-1.401	0.161	2.617	0.270
Y2.2	-0.782	0.434	-1.564	0.118	3.057	0.217
Y2.3	-1.072	0.284	-1.789	0.074	4.348	0.114
Y2.4	-0.776	0.438	-1.567	0.117	3.057	0.217
Y3.1	-1.531	0.126	-1.645	0.100	5.050	0.080
Y3.2	-0.716	0.474	-1.925	0.054	4.217	0.121

Y3.3 -1.057 0.290 -2.303 0.021 6.423 0.040  
 Y3.4 -0.400 0.689 -2.302 0.021 5.461 0.065

Relative Multivariate Kurtosis = 1.015

Test of Multivariate Normality for Continuous Variables

Skewness Kurtosis Skewness and Kurtosis

Value Z-Score P-Value Value Z-Score P-Value Chi-Square P-Value

Value	Z-Score	P-Value	Value	Z-Score	P-Value	Chi-Square	P-Value
119.013	8.008	0.000	738.717	2.978	0.003	72.991	0.000

Histograms for Continuous Variables

X1.1

Frequency Percentage Lower Class Limit

15	7.5	2.000	•••••
0	0.0	2.300	
0	0.0	2.600	
67	33.5	2.900	
•••••			
0	0.0	3.200	
0	0.0	3.500	
100	50.0	3.800	
•••••			
0	0.0	4.100	
0	0.0	4.400	
18	9.0	4.700	•••••

X1.2

Frequency Percentage Lower Class Limit

13	6.5	2.000	•••••
0	0.0	2.300	
0	0.0	2.600	
63	31.5	2.900	
•••••			



0	0.0	3.200
0	0.0	3.500
91	45.5	3.800

.....

0	0.0	4.100	
0	0.0	4.400	
33	16.5	4.700	.....

X1.3

Frequency Percentage Lower Class Limit

15	7.5	2.000	.....
0	0.0	2.300	
0	0.0	2.600	
75	37.5	2.900	

.....

0	0.0	3.200
0	0.0	3.500
89	44.5	3.800

.....

0	0.0	4.100	
0	0.0	4.400	
21	10.5	4.700	.....

X1.4

Frequency Percentage Lower Class Limit

18	9.0	2.000	.....
0	0.0	2.300	
0	0.0	2.600	
73	36.5	2.900	

.....

0	0.0	3.200
0	0.0	3.500
98	49.0	3.800

.....

0	0.0	4.100	
0	0.0	4.400	
11	5.5	4.700	.....

X1.5

Frequency Percentage Lower Class Limit

23	11.5	2.000	.....
----	------	-------	-------

0	0.0	2.300	
0	0.0	2.600	
60	30.0	2.900	.....
0	0.0	3.200	
0	0.0	3.500	
111	55.5	3.800	
.....			
0	0.0	4.100	
0	0.0	4.400	
6	3.0	4.700	..

X1.6

Frequency Percentage Lower Class Limit

21	10.5	2.000	.....
0	0.0	2.300	
0	0.0	2.600	
69	34.5	2.900	
.....			
0	0.0	3.200	
0	0.0	3.500	
94	47.0	3.800	
.....			
0	0.0	4.100	
0	0.0	4.400	
16	8.0	4.700	.....

X1.7

Frequency Percentage Lower Class Limit

18	9.0	2.000	.....
0	0.0	2.300	
0	0.0	2.600	
70	35.0	2.900	
.....			
0	0.0	3.200	
0	0.0	3.500	
97	48.5	3.800	
.....			
0	0.0	4.100	
0	0.0	4.400	
15	7.5	4.700	.....





93	46.5	3.800	
.....			
0	0.0	4.100	
0	0.0	4.400	
13	6.5	4.700	.....

X1.14

Frequency	Percentage	Lower Class Limit	
23	11.5	2.000	.....
0	0.0	2.300	
0	0.0	2.600	
62	31.0	2.900	.....
0	0.0	3.200	
0	0.0	3.500	
104	52.0	3.800	
.....			
0	0.0	4.100	
0	0.0	4.400	
11	5.5	4.700	.....

X1.15

Frequency	Percentage	Lower Class Limit	
26	13.0	2.000	.....
0	0.0	2.300	
0	0.0	2.600	
57	28.5	2.900	.....
0	0.0	3.200	
0	0.0	3.500	
104	52.0	3.800	
.....			
0	0.0	4.100	
0	0.0	4.400	
13	6.5	4.700	.....

Y1.1

Frequency	Percentage	Lower Class Limit	
3	1.5	1.000	•
0	0.0	1.400	
31	15.5	1.800	.....
0	0.0	2.200	
52	26.0	2.600	.....

0	0.0	3.000	
0	0.0	3.400	
94	47.0	3.800	
.....			
0	0.0	4.200	
20	10.0	4.600	.....

Y1.2

Frequency	Percentage	Lower Class Limit	
2	1.0	1.000	
0	0.0	1.400	
32	16.0	1.800	.....
0	0.0	2.200	
0	0.0	2.600	
48	24.0	3.000	.....
0	0.0	3.400	
97	48.5	3.800	
.....			
0	0.0	4.200	
21	10.5	4.600	.....

Y1.3

Frequency	Percentage	Lower Class Limit	
3	1.5	1.000	•
0	0.0	1.400	
25	12.5	1.800	.....
0	0.0	2.200	
0	0.0	2.600	
58	29.0	3.000	
.....			
0	0.0	3.400	
82	41.0	3.800	
.....			
0	0.0	4.200	
32	16.0	4.600	.....

Y2.1

Frequency	Percentage	Lower Class Limit	
17	8.5	2.000	.....
0	0.0	2.300	
0	0.0	2.600	

70	35.0	2.900	
.....			
0	0.0	3.200	
0	0.0	3.500	
90	45.0	3.800	
.....			
0	0.0	4.100	
0	0.0	4.400	
23	11.5	4.700	.....

Y2.2

Frequency Percentage Lower Class Limit

10	5.0	2.000	.....
0	0.0	2.300	
0	0.0	2.600	
64	32.0	2.900	
.....			
0	0.0	3.200	
0	0.0	3.500	
93	46.5	3.800	
.....			
0	0.0	4.100	
0	0.0	4.400	
33	16.5	4.700	.....

Y2.3

Frequency Percentage Lower Class Limit

10	5.0	2.000	.....
0	0.0	2.300	
0	0.0	2.600	
60	30.0	2.900	
.....			
0	0.0	3.200	
0	0.0	3.500	
92	46.0	3.800	
.....			
0	0.0	4.100	
0	0.0	4.400	
38	19.0	4.700	.....

Y2.4





0	0.0	4.400	
26	13.0	4.700	.....

Y3.3

Frequency Percentage Lower Class Limit

24	12.0	2.000	.....
0	0.0	2.300	
0	0.0	2.600	
64	32.0	2.900	
.....			
0	0.0	3.200	
0	0.0	3.500	
87	43.5	3.800	
.....			
0	0.0	4.100	
0	0.0	4.400	
25	12.5	4.700	.....

Y3.4

Frequency Percentage Lower Class Limit

22	11.0	2.000	.....
0	0.0	2.300	
0	0.0	2.600	
72	36.0	2.900	
.....			
0	0.0	3.200	
0	0.0	3.500	
81	40.5	3.800	
.....			
0	0.0	4.100	
0	0.0	4.400	
25	12.5	4.700	.....

Covariance Matrix

	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6
X1.1	0.572					
X1.2	0.497	0.665				

X1.3	0.270	0.470	0.607			
X1.4	0.273	0.299	0.195	0.543		
X1.5	0.314	0.327	0.236	0.332	0.543	
X1.6	0.324	0.374	0.287	0.319	0.329	0.622
X1.7	0.312	0.369	0.310	0.258	0.254	0.285
X1.8	0.297	0.348	0.324	0.231	0.261	0.300
X1.9	0.305	0.332	0.274	0.230	0.266	0.342
X1.10	0.320	0.306	0.263	0.269	0.309	0.346
X1.11	0.415	0.458	0.361	0.302	0.349	0.413
X1.12	0.322	0.387	0.296	0.251	0.286	0.332
X1.13	0.325	0.374	0.332	0.266	0.276	0.349
X1.14	0.340	0.391	0.308	0.304	0.304	0.316
X1.15	0.342	0.372	0.310	0.246	0.307	0.349
Y1.1	0.298	0.322	0.235	0.269	0.244	0.257
Y1.2	0.245	0.281	0.217	0.203	0.178	0.186
Y1.3	0.263	0.282	0.182	0.258	0.214	0.199
Y2.1	0.121	0.188	0.131	0.112	0.108	0.163
Y2.2	0.225	0.240	0.164	0.121	0.148	0.215
Y2.3	0.218	0.257	0.208	0.178	0.236	0.282
Y2.4	0.188	0.205	0.147	0.176	0.214	0.240
Y3.1	0.164	0.224	0.153	0.208	0.158	0.174
Y3.2	0.226	0.253	0.161	0.152	0.219	0.179
Y3.3	0.224	0.275	0.213	0.198	0.198	0.219
Y3.4	0.151	0.224	0.145	0.183	0.173	0.155

Covariance Matrix

	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
X1.7	0.581					
X1.8	0.325	0.602				
X1.9	0.345	0.324	0.635			
X1.10	0.276	0.269	0.298	0.583		
X1.11	0.384	0.344	0.369	0.480	0.676	
X1.12	0.301	0.289	0.275	0.323	0.529	0.608
X1.13	0.299	0.296	0.323	0.344	0.401	0.342
X1.14	0.261	0.274	0.313	0.291	0.384	0.303
X1.15	0.348	0.292	0.325	0.344	0.416	0.350
Y1.1	0.302	0.283	0.250	0.246	0.339	0.270
Y1.2	0.241	0.249	0.182	0.201	0.284	0.233
Y1.3	0.253	0.256	0.202	0.250	0.299	0.208

Y2.1	0.141	0.126	0.135	0.099	0.165	0.137
Y2.2	0.150	0.151	0.131	0.157	0.211	0.141
Y2.3	0.195	0.255	0.210	0.189	0.271	0.206
Y2.4	0.164	0.206	0.164	0.147	0.217	0.170
Y3.1	0.188	0.170	0.122	0.155	0.220	0.209
Y3.2	0.207	0.171	0.170	0.190	0.256	0.187
Y3.3	0.238	0.195	0.147	0.170	0.276	0.239
Y3.4	0.169	0.170	0.129	0.165	0.234	0.200

Covariance Matrix

	X1.13	X1.14	X1.15	Y1.1	Y1.2	Y1.3
X1.13	0.593					
X1.14	0.400	0.593				
X1.15	0.412	0.369	0.643			
Y1.1	0.304	0.337	0.299	0.854		
Y1.2	0.244	0.261	0.193	0.719	0.844	
Y1.3	0.260	0.275	0.202	0.725	0.662	0.909
Y2.1	0.134	0.149	0.091	0.298	0.220	0.254
Y2.2	0.181	0.167	0.148	0.350	0.298	0.273
Y2.3	0.204	0.204	0.215	0.303	0.234	0.277
Y2.4	0.166	0.177	0.138	0.295	0.247	0.246
Y3.1	0.194	0.165	0.182	0.358	0.346	0.367
Y3.2	0.265	0.230	0.207	0.338	0.300	0.284
Y3.3	0.214	0.250	0.222	0.388	0.351	0.327
Y3.4	0.184	0.236	0.172	0.307	0.306	0.273

Covariance Matrix

	Y2.1	Y2.2	Y2.3	Y2.4	Y3.1	Y3.2
Y2.1	0.644					
Y2.2	0.369	0.623				
Y2.3	0.397	0.348	0.649			
Y2.4	0.382	0.352	0.518	0.613		
Y3.1	0.336	0.311	0.300	0.264	0.689	
Y3.2	0.252	0.288	0.266	0.251	0.371	0.694
Y3.3	0.315	0.291	0.320	0.294	0.433	0.391
Y3.4	0.237	0.220	0.241	0.254	0.409	0.458

Covariance Matrix

	Y3.3	Y3.4
Y3.3	0.739	
Y3.4	0.510	0.722

Means

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6
3.605	3.720	3.580	3.510	3.500	3.525

Means

X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12
3.545	3.470	3.590	3.515	3.665	3.570

Means

X1.13	X1.14	X1.15	Y1.1	Y1.2	Y1.3
3.490	3.515	3.520	3.485	3.515	3.575

Means

Y2.1	Y2.2	Y2.3	Y2.4	Y3.1	Y3.2
3.595	3.745	3.790	3.765	3.565	3.595

Means

Y3.3	Y3.4
3.565	3.545

Standard Deviations

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6
------	------	------	------	------	------

0.756 0.815 0.779 0.737 0.737 0.789

Standard Deviations

X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12
-----	-----	-----	-----	-----	-----
0.762	0.776	0.797	0.763	0.822	0.780

Standard Deviations

X1.13	X1.14	X1.15	Y1.1	Y1.2	Y1.3
-----	-----	-----	-----	-----	-----
0.770	0.770	0.802	0.924	0.919	0.953

Standard Deviations

Y2.1	Y2.2	Y2.3	Y2.4	Y3.1	Y3.2
-----	-----	-----	-----	-----	-----
0.803	0.789	0.806	0.783	0.830	0.833

Standard Deviations

Y3.3	Y3.4
-----	-----
0.860	0.849

The Problem used 556256 Bytes (= 0.1% of available workspace)

Lampiran 8 : Output SEM

DATE: 1/27/2015

TIME: 20:36

L I S R E L 8.70

BY

Karl G. Joreskog & Dag Sörbom

This program is published exclusively by

Scientific Software International, Inc.

7383 N. Lincoln Avenue, Suite 100

Lincolnwood, IL 60712, U.S.A.

Phone: (800)247-6113, (847)675-0720, Fax: (847)675-2140

Copyright by Scientific Software International, Inc., 1981-2004

Use of this program is subject to the terms specified in the

Universal Copyright Convention.

Website: [www.ssicentral.com](http://www.ssicentral.com)

The following lines were read from file F:\data\HASIL.spl:

model penelitian

OBSERVED VARIABLES X1.1 X1.2 X1.3 X1.4 X1.5 X1.6 X1.7 X1.8

X1.9 X1.10 X1.11 X1.12 X1.13 X1.14 X1.15 Y1.1 Y1.2 Y1.3 Y2.1 Y2.2

Y2.3 Y2.4 Y3.1 Y3.2 Y3.3 Y3.4

COVARIANCE MATRIX FROM FILE F:\data\DATA.COV

asymptotic covariance matrix from file F:\data\DATA.ACM.

LATENT VARIABLES RELIABI RESPON ASURAN EMPHATY

TANG SERVICE SATISF LOYAL BRAND

SAMPLE SIZE 200

RELATIONSHIPS

Y1.1=1\*SATISF

Y1.2-Y1.3=SATISF

Y2.1=1\*LOYAL

Y2.2-Y2.4=LOYAL

Y3.1=1\*BRAND  
 Y3.2-Y3.4=BRAND  
 X1.1=1\*RELIABI  
 X1.2-X1.3=RELIABI  
 X1.4=1\*RESPON  
 X1.5-X1.6=RESPON  
 X1.7=1\*ASURAN  
 X1.8-X1.9=ASURAN  
 X1.10=1\*EMPHATY  
 X1.11-X1.12=EMPHATY  
 X1.13=1\*TANG  
 X1.14-X1.15=TANG  
 RELIABI=SERVICE  
 RESPON=SERVICE  
 ASURAN=SERVICE  
 EMPHATY=SERVICE  
 TANG=SERVICE  
 SATISF=SERVICE  
 LOYAL=SERVICE SATISF  
 BRAND=SERVICE SATISF LOYAL

OPTIONS: SC EF  
 PATH DIAGRAM  
 END OF PROBLEM

Sample Size = 200

model penelitian

Covariance Matrix

	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6
X1.1	0.57					
X1.2	0.50	0.66				
X1.3	0.27	0.47	0.61			
X1.4	0.27	0.30	0.20	0.54		
X1.5	0.31	0.33	0.24	0.33	0.54	
X1.6	0.32	0.37	0.29	0.32	0.33	0.62
X1.7	0.31	0.37	0.31	0.26	0.25	0.29
X1.8	0.30	0.35	0.32	0.23	0.26	0.30

X1.9	0.30	0.33	0.27	0.23	0.27	0.34
X1.10	0.32	0.31	0.26	0.27	0.31	0.35
X1.11	0.41	0.46	0.36	0.30	0.35	0.41
X1.12	0.32	0.39	0.30	0.25	0.29	0.33
X1.13	0.33	0.37	0.33	0.27	0.28	0.35
X1.14	0.34	0.39	0.31	0.30	0.30	0.32
X1.15	0.34	0.37	0.31	0.25	0.31	0.35
Y1.1	0.30	0.32	0.23	0.27	0.24	0.26
Y1.2	0.24	0.28	0.22	0.20	0.18	0.19
Y1.3	0.26	0.28	0.18	0.26	0.21	0.20
Y2.1	0.12	0.19	0.13	0.11	0.11	0.16
Y2.2	0.23	0.24	0.16	0.12	0.15	0.21
Y2.3	0.22	0.26	0.21	0.18	0.24	0.28
Y2.4	0.19	0.21	0.15	0.18	0.21	0.24
Y3.1	0.16	0.22	0.15	0.21	0.16	0.17
Y3.2	0.23	0.25	0.16	0.15	0.22	0.18
Y3.3	0.22	0.27	0.21	0.20	0.20	0.22
Y3.4	0.15	0.22	0.14	0.18	0.17	0.15

Covariance Matrix

	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
X1.7	0.58					
X1.8	0.33	0.60				
X1.9	0.35	0.32	0.64			
X1.10	0.28	0.27	0.30	0.58		
X1.11	0.38	0.34	0.37	0.48	0.68	
X1.12	0.30	0.29	0.28	0.32	0.53	0.61
X1.13	0.30	0.30	0.32	0.34	0.40	0.34
X1.14	0.26	0.27	0.31	0.29	0.38	0.30
X1.15	0.35	0.29	0.32	0.34	0.42	0.35
Y1.1	0.30	0.28	0.25	0.25	0.34	0.27
Y1.2	0.24	0.25	0.18	0.20	0.28	0.23
Y1.3	0.25	0.26	0.20	0.25	0.30	0.21
Y2.1	0.14	0.13	0.13	0.10	0.17	0.14
Y2.2	0.15	0.15	0.13	0.16	0.21	0.14
Y2.3	0.20	0.25	0.21	0.19	0.27	0.21
Y2.4	0.16	0.21	0.16	0.15	0.22	0.17
Y3.1	0.19	0.17	0.12	0.15	0.22	0.21
Y3.2	0.21	0.17	0.17	0.19	0.26	0.19



Y3.3	0.24	0.20	0.15	0.17	0.28	0.24
Y3.4	0.17	0.17	0.13	0.17	0.23	0.20

Covariance Matrix

	X1.13	X1.14	X1.15	Y1.1	Y1.2	Y1.3
X1.13	0.59					
X1.14	0.40	0.59				
X1.15	0.41	0.37	0.64			
Y1.1	0.30	0.34	0.30	0.85		
Y1.2	0.24	0.26	0.19	0.72	0.84	
Y1.3	0.26	0.28	0.20	0.72	0.66	0.91
Y2.1	0.13	0.15	0.09	0.30	0.22	0.25
Y2.2	0.18	0.17	0.15	0.35	0.30	0.27
Y2.3	0.20	0.20	0.22	0.30	0.23	0.28
Y2.4	0.17	0.18	0.14	0.30	0.25	0.25
Y3.1	0.19	0.16	0.18	0.36	0.35	0.37
Y3.2	0.26	0.23	0.21	0.34	0.30	0.28
Y3.3	0.21	0.25	0.22	0.39	0.35	0.33
Y3.4	0.18	0.24	0.17	0.31	0.31	0.27

Covariance Matrix

	Y2.1	Y2.2	Y2.3	Y2.4	Y3.1	Y3.2
Y2.1	0.64					
Y2.2	0.37	0.62				
Y2.3	0.40	0.35	0.65			
Y2.4	0.38	0.35	0.52	0.61		
Y3.1	0.34	0.31	0.30	0.26	0.69	
Y3.2	0.25	0.29	0.27	0.25	0.37	0.69
Y3.3	0.32	0.29	0.32	0.29	0.43	0.39
Y3.4	0.24	0.22	0.24	0.25	0.41	0.46

Covariance Matrix

	Y3.3	Y3.4
Y3.3	0.74	
Y3.4	0.51	0.72

model penelitian

Number of Iterations = 37

LISREL Estimates (Robust Maximum Likelihood)

Measurement Equations

$$\begin{aligned} X1.1 &= 1.00*RELIABI, \text{Errorvar.} = 0.19, R^2 = 0.67 \\ &\quad (0.023) \\ &\quad 8.10 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} X1.2 &= 1.29*RELIABI, \text{Errorvar.} = 0.028, R^2 = 0.96 \\ &\quad (0.080) \quad (0.017) \\ &\quad 16.09 \quad 1.72 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} X1.3 &= 0.93*RELIABI, \text{Errorvar.} = 0.27, R^2 = 0.55 \\ &\quad (0.092) \quad (0.029) \\ &\quad 10.15 \quad 9.29 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} X1.4 &= 1.00*RESPON, \text{Errorvar.} = 0.26, R^2 = 0.52 \\ &\quad (0.031) \\ &\quad 8.37 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} X1.5 &= 1.06*RESPON, \text{Errorvar.} = 0.23, R^2 = 0.58 \\ &\quad (0.098) \quad (0.026) \\ &\quad 10.87 \quad 8.69 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} X1.6 &= 1.17*RESPON, \text{Errorvar.} = 0.24, R^2 = 0.62 \\ &\quad (0.12) \quad (0.035) \\ &\quad 9.42 \quad 6.74 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} X1.7 &= 1.00*ASURAN, \text{Errorvar.} = 0.23, R^2 = 0.60 \\ &\quad (0.027) \\ &\quad 8.72 \end{aligned}$$

$$X1.8 = 0.95 * ASURAN, \text{Errorvar.} = 0.29, R^2 = 0.52$$

(0.090)	(0.037)
10.47	7.84

$$X1.9 = 0.99 * ASURAN, \text{Errorvar.} = 0.30, R^2 = 0.53$$

(0.11)	(0.041)
8.66	7.18

$$X1.10 = 1.00 * EMPHATY, \text{Errorvar.} = 0.24, R^2 = 0.58$$

(0.028)
8.79

$$X1.11 = 1.41 * EMPHATY, \text{Errorvar.} = -0.00065, R^2 = 1.00$$

(0.10)	(0.014)
13.61	-0.045

W\_A\_R\_N\_I\_N\_G : Error variance is negative.

$$X1.12 = 1.10 * EMPHATY, \text{Errorvar.} = 0.20, R^2 = 0.68$$

(0.10)	(0.030)
10.59	6.50

$$X1.13 = 1.00 * TANG, \text{Errorvar.} = 0.18, R^2 = 0.69$$

(0.028)
6.66

$$X1.14 = 0.96 * TANG, \text{Errorvar.} = 0.22, R^2 = 0.64$$

(0.074)	(0.029)
12.96	7.36

$$X1.15 = 0.99 * TANG, \text{Errorvar.} = 0.24, R^2 = 0.62$$

(0.074)	(0.038)
13.33	6.41

$$Y1.1 = 1.00 * SATISF, \text{Errorvar.} = 0.053, R^2 = 0.94$$

(0.019)
2.86

$$Y1.2 = 0.90 * SATISF, \text{Errorvar.} = 0.20, R^2 = 0.77$$

(0.044)	(0.032)
---------	---------

20.51                  6.21

$$Y1.3 = 0.91 * \text{SATISF}, \text{Errorvar.} = 0.25, R^2 = 0.72$$

(0.053)                  (0.033)  
17.16                  7.63

$$Y2.1 = 1.00 * \text{LOYAL}, \text{Errorvar.} = 0.32, R^2 = 0.50$$

(0.032)  
10.25

$$Y2.2 = 0.92 * \text{LOYAL}, \text{Errorvar.} = 0.35, R^2 = 0.44$$

(0.085)                  (0.031)  
10.79                  11.39

$$Y2.3 = 1.28 * \text{LOYAL}, \text{Errorvar.} = 0.13, R^2 = 0.81$$

(0.10)                  (0.024)  
12.71                  5.33

$$Y2.4 = 1.23 * \text{LOYAL}, \text{Errorvar.} = 0.12, R^2 = 0.80$$

(0.099)                  (0.023)  
12.45                  5.39

$$Y3.1 = 1.00 * \text{BRAND}, \text{Errorvar.} = 0.31, R^2 = 0.55$$

(0.035)  
8.89

$$Y3.2 = 0.99 * \text{BRAND}, \text{Errorvar.} = 0.32, R^2 = 0.54$$

(0.098)                  (0.032)  
10.13                  10.02

$$Y3.3 = 1.15 * \text{BRAND}, \text{Errorvar.} = 0.24, R^2 = 0.68$$

(0.11)                  (0.035)  
10.55                  6.86

$$Y3.4 = 1.13 * \text{BRAND}, \text{Errorvar.} = 0.24, R^2 = 0.66$$

(0.11)                  (0.031)  
10.42                  7.82

## Structural Equations

$$\text{RELIABI} = 0.52 * \text{SERVICE}, \text{Errorvar.} = 0.11, R^2 = 0.70$$

(0.043)	(0.017)
12.22	6.76

$$\text{RESPON} = 0.48 * \text{SERVICE}, \text{Errorvar.} = 0.051, R^2 = 0.82$$

(0.043)	(0.020)
11.11	2.50

$$\text{ASURAN} = 0.54 * \text{SERVICE}, \text{Errorvar.} = 0.056, R^2 = 0.84$$

(0.046)	(0.023)
11.63	2.46

$$\text{EMPHATY} = 0.49 * \text{SERVICE}, \text{Errorvar.} = 0.099, R^2 = 0.71$$

(0.045)	(0.016)
10.84	6.29

$$\text{TANG} = 0.59 * \text{SERVICE}, \text{Errorvar.} = 0.064, R^2 = 0.84$$

(0.043)	(0.018)
13.79	3.46

$$\text{SATISF} = 0.50 * \text{SERVICE}, \text{Errorvar.} = 0.55, R^2 = 0.31$$

(0.067)	(0.062)
7.37	8.93

$$\text{LOYAL} = 0.19 * \text{SATISF} + 0.19 * \text{SERVICE}, \text{Errorvar.} = 0.22, R^2 = 0.32$$

(0.051)	(0.047)	(0.035)
3.82	4.07	6.28

$$\text{BRAND} = 0.21 * \text{SATISF} + 0.41 * \text{LOYAL} + 0.11 * \text{SERVICE}, \text{Errorvar.} = 0.19, R^2 = 0.50$$

(0.054)	(0.089)	(0.049)	(0.032)
3.91	4.60	2.20	5.89

## Reduced Form Equations

$$\text{RELIABI} = 0.52 * \text{SERVICE}, \text{Errorvar.} = 0.11, R^2 = 0.70$$

(0.043)  
12.22

RESPON = 0.48\*SERVICE, Errorvar.= 0.051, R<sup>2</sup> = 0.82  
(0.043)  
11.11

ASURAN = 0.54\*SERVICE, Errorvar.= 0.056, R<sup>2</sup> = 0.84  
(0.046)  
11.63

EMPHATY = 0.49\*SERVICE, Errorvar.= 0.099, R<sup>2</sup> = 0.71  
(0.045)  
10.84

TANG = 0.59\*SERVICE, Errorvar.= 0.064, R<sup>2</sup> = 0.84  
(0.043)  
13.79

SATISF = 0.50\*SERVICE, Errorvar.= 0.55, R<sup>2</sup> = 0.31  
(0.067)  
7.37

LOYAL = 0.29\*SERVICE, Errorvar.= 0.24, R<sup>2</sup> = 0.26  
(0.048)  
6.05

BRAND = 0.33\*SERVICE, Errorvar.= 0.27, R<sup>2</sup> = 0.29  
(0.053)  
6.22

#### Correlation Matrix of Independent Variables

SERVICE  
-----  
1.00

#### Covariance Matrix of Latent Variables

RELIABI RESPON ASURAN EMPHATY TANG  
SATISF

	RELIABI	RESPON	ASURAN	EMPHATY	TANG	
RELIABI	0.38					
RESPON	0.25	0.28				
ASURAN	0.28	0.26	0.35			
EMPHATY	0.26	0.23	0.27	0.34		
TANG	0.31	0.28	0.32	0.29	0.41	
SATISF	0.26	0.24	0.27	0.24	0.29	0.80
LOYAL	0.15	0.14	0.16	0.14	0.17	0.25
BRAND	0.17	0.16	0.18	0.16	0.19	0.32
SERVICE	0.52	0.48	0.54	0.49	0.59	0.50

Covariance Matrix of Latent Variables

	LOYAL	BRAND	SERVICE
LOYAL	0.32		
BRAND	0.21	0.38	
SERVICE	0.29	0.33	1.00

Goodness of Fit Statistics

Degrees of Freedom = 288

Minimum Fit Function Chi-Square = 488.11 (P = 0.00)

Normal Theory Weighted Least Squares Chi-Square = 441.11 (P = 0.00)

Satorra-Bentler Scaled Chi-Square = 437.33 (P = 0.00)

Estimated Non-centrality Parameter (NCP) = 149.33

90 Percent Confidence Interval for NCP = (96.94 ; 209.69)

Minimum Fit Function Value = 2.45

Population Discrepancy Function Value (F0) = 0.75

90 Percent Confidence Interval for F0 = (0.49 ; 1.05)

Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) = 0.051

90 Percent Confidence Interval for RMSEA = (0.041 ; 0.060)

P-Value for Test of Close Fit (RMSEA < 0.05) = 0.42

Expected Cross-Validation Index (ECVI) = 2.83  
 90 Percent Confidence Interval for ECVI = (2.57 ; 3.13)  
 ECVI for Saturated Model = 3.53  
 ECVI for Independence Model = 60.56

Chi-Square for Independence Model with 325 Degrees of Freedom = 11998.92

Independence AIC = 12050.92  
 Model AIC = 563.33  
 Saturated AIC = 702.00  
 Independence CAIC = 12162.67  
 Model CAIC = 834.13  
 Saturated CAIC = 2210.71

Normed Fit Index (NFI) = 0.96  
 Non-Normed Fit Index (NNFI) = 0.99  
 Parsimony Normed Fit Index (PNFI) = 0.85  
 Comparative Fit Index (CFI) = 0.99  
 Incremental Fit Index (IFI) = 0.99  
 Relative Fit Index (RFI) = 0.96

Critical N (CN) = 158.79

Root Mean Square Residual (RMR) = 0.032  
 Standardized RMR = 0.049  
 Goodness of Fit Index (GFI) = 0.85  
 Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI) = 0.82  
 Parsimony Goodness of Fit Index (PGFI) = 0.70

The Modification Indices Suggest to Add the

Path	to from	Decrease in Chi-Square	New Estimate
X1.1	RESPON	37.0	1.19
X1.1	ASURAN	30.3	1.07
X1.1	EMPHATY	16.2	0.41
X1.1	TANG	30.8	0.92
X1.2	RESPON	22.2	-0.75
X1.2	ASURAN	30.5	-0.88
X1.2	EMPHATY	10.9	-0.29
X1.2	TANG	27.7	-0.68



X1.10	RESPON	78.1	3.01
X1.10	ASURAN	50.9	3.26
X1.10	TANG	64.6	2.51
X1.11	RESPON	13.6	-0.52
X1.11	TANG	23.1	-0.76
Y2.2	SATISF	12.5	0.21
Y2.2	BRAND	8.2	0.30
Y3.4	LOYAL	8.3	-0.31
TANG	RESPON	98.4	38.50

The Modification Indices Suggest to Add an Error Covariance  
Between and Decrease in Chi-Square New Estimate

X1.2	X1.1	20.9	0.29
X1.3	X1.1	47.5	-0.14
X1.3	X1.2	11.6	0.06
X1.10	X1.2	13.2	-0.05
X1.12	X1.10	15.5	-0.07
Y1.1	X1.15	8.4	0.04
Y2.2	Y2.1	11.8	0.09
Y2.3	Y2.2	8.4	-0.07
Y3.1	Y2.1	8.3	0.07
Y3.3	Y3.2	9.3	-0.09

model penelitian

Standardized Solution

LAMBDA-Y

	RELIABI	RESPON	ASURAN	EMPHATY	TANG
SATISF					
X1.1	0.62	--	--	--	--
X1.2	0.80	--	--	--	--
X1.3	0.58	--	--	--	--
X1.4	--	0.53	--	--	--
X1.5	--	0.56	--	--	--
X1.6	--	0.62	--	--	--
X1.7	--	--	0.59	--	--
X1.8	--	--	0.56	--	--
X1.9	--	--	0.58	--	--

X1.10	--	--	--	0.58	--	--
X1.11	--	--	--	0.82	--	--
X1.12	--	--	--	0.64	--	--
X1.13	--	--	--	--	0.64	--
X1.14	--	--	--	--	0.61	--
X1.15	--	--	--	--	0.63	--
Y1.1	--	--	--	--	--	0.90
Y1.2	--	--	--	--	--	0.80
Y1.3	--	--	--	--	--	0.81
Y2.1	--	--	--	--	--	--
Y2.2	--	--	--	--	--	--
Y2.3	--	--	--	--	--	--
Y2.4	--	--	--	--	--	--
Y3.1	--	--	--	--	--	--
Y3.2	--	--	--	--	--	--
Y3.3	--	--	--	--	--	--
Y3.4	--	--	--	--	--	--

LAMBDA-Y

	LOYAL	BRAND
	-----	-----
X1.1	--	--
X1.2	--	--
X1.3	--	--
X1.4	--	--
X1.5	--	--
X1.6	--	--
X1.7	--	--
X1.8	--	--
X1.9	--	--
X1.10	--	--
X1.11	--	--
X1.12	--	--
X1.13	--	--
X1.14	--	--
X1.15	--	--
Y1.1	--	--
Y1.2	--	--
Y1.3	--	--
Y2.1	0.57	--

Y2.2	0.52	--
Y2.3	0.72	--
Y2.4	0.70	--
Y3.1	--	0.61
Y3.2	--	0.61
Y3.3	--	0.71
Y3.4	--	0.69

BETA

RELIABI    RESPON    ASURAN    EMPHATY    TANG  
SATISF

RELIABI	--	--	--	--	--	--
RESPON	--	--	--	--	--	--
ASURAN	--	--	--	--	--	--
EMPHATY	--	--	--	--	--	--
TANG	--	--	--	--	--	--
SATISF	--	--	--	--	--	--
LOYAL	--	--	--	--	--	0.30
BRAND	--	--	--	--	--	0.31

BETA

LOYAL    BRAND

RELIABI	--	--
RESPON	--	--
ASURAN	--	--
EMPHATY	--	--
TANG	--	--
SATISF	--	--
LOYAL	--	--
BRAND	0.38	--

GAMMA

SERVICE

RELIABI	0.84
RESPON	0.90

ASURAN	0.92
EMPHATY	0.84
TANG	0.92
SATISF	0.55
LOYAL	0.34
BRAND	0.18

Correlation Matrix of ETA and KSI

	RELIABI	RESPON	ASURAN	EMPHATY	TANG	SATISF
RELIABI	1.00					
RESPON	0.76	1.00				
ASURAN	0.77	0.83	1.00			
EMPHATY	0.71	0.76	0.77	1.00		
TANG	0.77	0.83	0.84	0.77	1.00	
SATISF	0.46	0.50	0.51	0.47	0.51	1.00
LOYAL	0.43	0.46	0.47	0.43	0.47	0.49
BRAND	0.45	0.48	0.49	0.45	0.49	0.59
SERVICE	0.84	0.90	0.92	0.84	0.92	0.55

Correlation Matrix of ETA and KSI

	LOYAL	BRAND	SERVICE
LOYAL	1.00		
BRAND	0.62	1.00	
SERVICE	0.51	0.54	1.00

PSI

Note: This matrix is diagonal.

	RELIABI	RESPON	ASURAN	EMPHATY	TANG
SATISF	0.30	0.18	0.16	0.29	0.16
					0.69

PSI

Note: This matrix is diagonal.

LOYAL	BRAND
-----	-----
0.68	0.50

model penelitian

Completely Standardized Solution

LAMBDA-Y

SATISF	RELIABI	RESPON	ASURAN	EMPHATY	TANG
-----	-----	-----	-----	-----	-----
X1.1	0.82	--	--	--	--
X1.2	0.98	--	--	--	--
X1.3	0.74	--	--	--	--
X1.4	--	0.72	--	--	--
X1.5	--	0.76	--	--	--
X1.6	--	0.79	--	--	--
X1.7	--	--	0.77	--	--
X1.8	--	--	0.72	--	--
X1.9	--	--	0.73	--	--
X1.10	--	--	--	0.76	--
X1.11	--	--	--	1.00	--
X1.12	--	--	--	0.82	--
X1.13	--	--	--	--	0.83
X1.14	--	--	--	--	0.80
X1.15	--	--	--	--	0.79
Y1.1	--	--	--	--	0.97
Y1.2	--	--	--	--	0.88
Y1.3	--	--	--	--	0.85
Y2.1	--	--	--	--	--
Y2.2	--	--	--	--	--
Y2.3	--	--	--	--	--
Y2.4	--	--	--	--	--
Y3.1	--	--	--	--	--
Y3.2	--	--	--	--	--
Y3.3	--	--	--	--	--
Y3.4	--	--	--	--	--

LAMBDA-Y

LOYAL BRAND

	-----	-----
X1.1	--	--
X1.2	--	--
X1.3	--	--
X1.4	--	--
X1.5	--	--
X1.6	--	--
X1.7	--	--
X1.8	--	--
X1.9	--	--
X1.10	--	--
X1.11	--	--
X1.12	--	--
X1.13	--	--
X1.14	--	--
X1.15	--	--
Y1.1	--	--
Y1.2	--	--
Y1.3	--	--
Y2.1	0.71	--
Y2.2	0.66	--
Y2.3	0.90	--
Y2.4	0.89	--
Y3.1	--	0.74
Y3.2	--	0.73
Y3.3	--	0.82
Y3.4	--	0.81

BETA

RELIABI RESPON ASURAN EMPHATY TANG  
SATISF

	-----	-----	-----	-----	-----	-----
RELIABI	--	--	--	--	--	--
RESPON	--	--	--	--	--	--
ASURAN	--	--	--	--	--	--
EMPHATY	--	--	--	--	--	--
TANG	--	--	--	--	--	--
SATISF	--	--	--	--	--	--

LOYAL	--	--	--	--	--	0.30
BRAND	--	--	--	--	--	0.31

BETA

	LOYAL	BRAND
RELIABI	--	--
RESPON	--	--
ASURAN	--	--
EMPHATY	--	--
TANG	--	--
SATISF	--	--
LOYAL	--	--
BRAND	0.38	--

GAMMA

SERVICE	
RELIABI	0.84
RESPON	0.90
ASURAN	0.92
EMPHATY	0.84
TANG	0.92
SATISF	0.55
LOYAL	0.34
BRAND	0.18

Correlation Matrix of ETA and KSI

	RELIABI	RESPON	ASURAN	EMPHATY	TANG	SATISF
RELIABI	1.00					
RESPON	0.76	1.00				
ASURAN	0.77	0.83	1.00			
EMPHATY	0.71	0.76	0.77	1.00		
TANG	0.77	0.83	0.84	0.77	1.00	
SATISF	0.46	0.50	0.51	0.47	0.51	1.00
LOYAL	0.43	0.46	0.47	0.43	0.47	0.49

BRAND	0.45	0.48	0.49	0.45	0.49	0.59
SERVICE	0.84	0.90	0.92	0.84	0.92	0.55

Correlation Matrix of ETA and KSI

	LOYAL	BRAND	SERVICE
LOYAL	1.00		
BRAND	0.62	1.00	
SERVICE	0.51	0.54	1.00

PSI

Note: This matrix is diagonal.

SATISF	RELIABI	RESPON	ASURAN	EMPHATY	TANG
	0.30	0.18	0.16	0.29	0.16
				0.16	0.69

PSI

Note: This matrix is diagonal.

LOYAL	BRAND
0.68	0.50

THETA-EPS

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6
0.33	0.04	0.45	0.48	0.42	0.38

THETA-EPS

X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12
0.40	0.48	0.47	0.42	0.00	0.32

THETA-EPS

X1.13	X1.14	X1.15	Y1.1	Y1.2	Y1.3
-------	-------	-------	------	------	------



-----	-----	-----	-----	-----	-----
0.31	0.36	0.38	0.06	0.23	0.28

THETA-EPS

Y2.1	Y2.2	Y2.3	Y2.4	Y3.1	Y3.2
-----	-----	-----	-----	-----	-----
0.50	0.56	0.19	0.20	0.45	0.46

THETA-EPS

Y3.3	Y3.4
-----	-----
0.32	0.34

model penelitian

Total and Indirect Effects

Total Effects of X on ETA

SERVICE

RELIABI	0.52
(0.04)	
12.22	

RESPON	0.48
(0.04)	
11.11	

ASURAN	0.54
(0.05)	
11.63	

EMPHATY	0.49
(0.05)	
10.84	

TANG	0.59
(0.04)	

13.79

SATISF 0.50  
(0.07)  
7.37

LOYAL 0.29  
(0.05)  
6.05

BRAND 0.33  
(0.05)  
6.22

Indirect Effects of X on ETA

SERVICE

-----

RELIABI --

RESPON --

ASURAN --

EMPHATY --

TANG --

SATISF --

LOYAL 0.10  
(0.03)  
3.21

BRAND 0.22  
(0.04)  
5.07

Total Effects of ETA on ETA

	RELIABI	RESPON	ASURAN	EMPHATY	TANG	SATISF
RELIABI	--	--	--	--	--	--
RESPON	--	--	--	--	--	--
ASURAN	--	--	--	--	--	--
EMPHATY	--	--	--	--	--	--
TANG	--	--	--	--	--	--
SATISF	--	--	--	--	--	--
LOYAL	--	--	--	--	--	0.19
					(0.05)	
					3.82	
BRAND	--	--	--	--	--	0.29
					(0.05)	
					5.36	

Total Effects of ETA on ETA

	LOYAL	BRAND
RELIABI	--	--
RESPON	--	--
ASURAN	--	--
EMPHATY	--	--

TANG	--	--
SATISF	--	--
LOYAL	--	--
BRAND	0.41	--
	(0.09)	
	4.60	

Largest Eigenvalue of B\*B' (Stability Index) is 0.219

Indirect Effects of ETA on ETA

	RELIABI	RESPON	ASURAN	EMPHATY	TANG
SATISF					
RELIABI	--	--	--	--	--
RESPON	--	--	--	--	--
ASURAN	--	--	--	--	--
EMPHATY	--	--	--	--	--
TANG	--	--	--	--	--
SATISF	--	--	--	--	--
LOYAL	--	--	--	--	--
BRAND	--	--	--	--	0.08
				(0.03)	
				3.09	

Indirect Effects of ETA on ETA

	LOYAL	BRAND
	-----	-----
RELIABI	--	--
RESPON	--	--
ASURAN	--	--
EMPHATY	--	--
TANG	--	--
SATISF	--	--
LOYAL	--	--
BRAND	--	--

Total Effects of ETA on Y

	RELIABI	RESPON	ASURAN	EMPHATY	TANG
SATISF	-----	-----	-----	-----	-----
X1.1	1.00	--	--	--	--
X1.2	1.29 (0.08) 16.09	--	--	--	--
X1.3	0.93 (0.09) 10.15	--	--	--	--
X1.4	--	1.00	--	--	--
X1.5	--	1.06 (0.10) 10.87	--	--	--

X1.6	--	1.17 (0.12) 9.42	--	--	--	--
X1.7	--	--	1.00	--	--	--
X1.8	--	--	0.95 (0.09) 10.47	--	--	--
X1.9	--	--	0.99 (0.11) 8.66	--	--	--
X1.10	--	--	--	1.00	--	--
X1.11	--	--	--	1.41 (0.10) 13.61	--	--
X1.12	--	--	--	1.10 (0.10) 10.59	--	--
X1.13	--	--	--	--	1.00	--
X1.14	--	--	--	--	0.96 (0.07) 12.96	--
X1.15	--	--	--	--	0.99 (0.07) 13.33	--
Y1.1	--	--	--	--	--	1.00
Y1.2	--	--	--	--	--	0.90 (0.04)

20.51

Y1.3	--	--	--	--	--	0.91 (0.05) 17.16
Y2.1	--	--	--	--	--	0.19 (0.05) 3.82
Y2.2	--	--	--	--	--	0.18 (0.05) 3.76
Y2.3	--	--	--	--	--	0.25 (0.06) 4.10
Y2.4	--	--	--	--	--	0.24 (0.06) 4.09
Y3.1	--	--	--	--	--	0.29 (0.05) 5.36
Y3.2	--	--	--	--	--	0.29 (0.05) 5.29
Y3.3	--	--	--	--	--	0.33 (0.06) 5.50
Y3.4	--	--	--	--	--	0.32 (0.06) 5.39

Total Effects of ETA on Y

	LOYAL	BRAND
	-----	-----
X1.1	--	--
X1.2	--	--
X1.3	--	--
X1.4	--	--
X1.5	--	--
X1.6	--	--
X1.7	--	--
X1.8	--	--
X1.9	--	--
X1.10	--	--
X1.11	--	--
X1.12	--	--
X1.13	--	--
X1.14	--	--
X1.15	--	--
Y1.1	--	--
Y1.2	--	--



Y1.3	--	--
Y2.1	1.00	--
Y2.2	0.92 (0.09) 10.79	--
Y2.3	1.28 (0.10) 12.71	--
Y2.4	1.23 (0.10) 12.45	--
Y3.1	0.41 (0.09) 4.60	1.00
Y3.2	0.40 (0.09) 4.63	0.99 (0.10) 10.13
Y3.3	0.47 (0.10) 4.69	1.15 (0.11) 10.55
Y3.4	0.46 (0.10) 4.67	1.13 (0.11) 10.42

Indirect Effects of ETA on Y

	RELIABI	RESPON	ASURAN	EMPHATY	TANG
SATISF	-----	-----	-----	-----	-----
X1.1	--	--	--	--	--

X1.2	--	--	--	--	--	--
X1.3	--	--	--	--	--	--
X1.4	--	--	--	--	--	--
X1.5	--	--	--	--	--	--
X1.6	--	--	--	--	--	--
X1.7	--	--	--	--	--	--
X1.8	--	--	--	--	--	--
X1.9	--	--	--	--	--	--
X1.10	--	--	--	--	--	--
X1.11	--	--	--	--	--	--
X1.12	--	--	--	--	--	--
X1.13	--	--	--	--	--	--
X1.14	--	--	--	--	--	--
X1.15	--	--	--	--	--	--
Y1.1	--	--	--	--	--	--
Y1.2	--	--	--	--	--	--
Y1.3	--	--	--	--	--	--
Y2.1	--	--	--	--	--	0.19
					(0.05)	
					3.82	

Y2.2	--	--	--	--	--	0.18 (0.05) 3.76
Y2.3	--	--	--	--	--	0.25 (0.06) 4.10
Y2.4	--	--	--	--	--	0.24 (0.06) 4.09
Y3.1	--	--	--	--	--	0.29 (0.05) 5.36
Y3.2	--	--	--	--	--	0.29 (0.05) 5.29
Y3.3	--	--	--	--	--	0.33 (0.06) 5.50
Y3.4	--	--	--	--	--	0.32 (0.06) 5.39

Indirect Effects of ETA on Y

	LOYAL	BRAND
	-----	-----
X1.1	--	--
X1.2	--	--
X1.3	--	--

X1.4	--	--
X1.5	--	--
X1.6	--	--
X1.7	--	--
X1.8	--	--
X1.9	--	--
X1.10	--	--
X1.11	--	--
X1.12	--	--
X1.13	--	--
X1.14	--	--
X1.15	--	--
Y1.1	--	--
Y1.2	--	--
Y1.3	--	--
Y2.1	--	--
Y2.2	--	--
Y2.3	--	--
Y2.4	--	--

Y3.1    0.41    --  
      (0.09)  
      4.60

Y3.2    0.40    --  
      (0.09)  
      4.63

Y3.3    0.47    --  
      (0.10)  
      4.69

Y3.4    0.46    --  
      (0.10)  
      4.67

Total Effects of X on Y

SERVICE

-----  
X1.1    0.52  
      (0.04)  
      12.22

X1.2    0.67  
      (0.04)  
      16.25

X1.3    0.49  
      (0.04)  
      11.46

X1.4    0.48  
      (0.04)  
      11.11

X1.5    0.51  
      (0.05)

10.73

X1.6 0.56  
(0.04)  
13.06

X1.7 0.54  
(0.05)  
11.63

X1.8 0.51  
(0.05)  
9.93

X1.9 0.53  
(0.05)  
10.14

X1.10 0.49  
(0.05)  
10.84

X1.11 0.69  
(0.04)  
16.81

X1.12 0.54  
(0.04)  
12.57

X1.13 0.59  
(0.04)  
13.79

X1.14 0.56  
(0.05)  
12.24

X1.15 0.58

(0.05)  
12.40

Y1.1 0.50  
(0.07)  
7.37

Y1.2 0.45  
(0.06)  
7.41

Y1.3 0.45  
(0.06)  
7.33

Y2.1 0.29  
(0.05)  
6.05

Y2.2 0.26  
(0.04)  
5.99

Y2.3 0.37  
(0.05)  
6.83

Y2.4 0.36  
(0.05)  
6.77

Y3.1 0.33  
(0.05)  
6.22

Y3.2 0.33  
(0.05)  
6.46

Y3.3 0.38  
(0.05)  
7.02

Y3.4 0.37  
(0.05)  
7.28

model penelitian

Standardized Total and Indirect Effects

Standardized Total Effects of X on ETA

SERVICE

-----

RELIABI	0.84
RESPON	0.90
ASURAN	0.92
EMPHATY	0.84
TANG	0.92
SATISF	0.55
LOYAL	0.51
BRAND	0.54

Standardized Indirect Effects of X on ETA

SERVICE

-----

RELIABI	--
RESPON	--
ASURAN	--
EMPHATY	--
TANG	--
SATISF	--
LOYAL	0.17
BRAND	0.36

Standardized Total Effects of ETA on ETA



	RELIABI	RESPON	ASURAN	EMPHATY	TANG	
SATISF						
RELIABI	--	--	--	--	--	--
RESPON	--	--	--	--	--	--
ASURAN	--	--	--	--	--	--
EMPHATY	--	--	--	--	--	--
TANG	--	--	--	--	--	--
SATISF	--	--	--	--	--	--
LOYAL	--	--	--	--	--	0.30
BRAND	--	--	--	--	--	0.42

Standardized Total Effects of ETA on ETA

	LOYAL	BRAND
RELIABI	--	--
RESPON	--	--
ASURAN	--	--
EMPHATY	--	--
TANG	--	--
SATISF	--	--
LOYAL	--	--
BRAND	0.38	--

Standardized Indirect Effects of ETA on ETA

	RELIABI	RESPON	ASURAN	EMPHATY	TANG	
SATISF						
RELIABI	--	--	--	--	--	--
RESPON	--	--	--	--	--	--
ASURAN	--	--	--	--	--	--
EMPHATY	--	--	--	--	--	--
TANG	--	--	--	--	--	--
SATISF	--	--	--	--	--	--
LOYAL	--	--	--	--	--	--
BRAND	--	--	--	--	--	0.11

Standardized Indirect Effects of ETA on ETA

	LOYAL	BRAND
	-----	-----
RELIABI	--	--
RESPON	--	--
ASURAN	--	--
EMPHATY	--	--
TANG	--	--
SATISF	--	--
LOYAL	--	--
BRAND	--	--

Standardized Total Effects of ETA on Y

	RELIABI	RESPON	ASURAN	EMPHATY	TANG
SATISF	-----	-----	-----	-----	-----
X1.1	0.62	--	--	--	--
X1.2	0.80	--	--	--	--
X1.3	0.58	--	--	--	--
X1.4	--	0.53	--	--	--
X1.5	--	0.56	--	--	--
X1.6	--	0.62	--	--	--
X1.7	--	--	0.59	--	--
X1.8	--	--	0.56	--	--
X1.9	--	--	0.58	--	--
X1.10	--	--	--	0.58	--
X1.11	--	--	--	0.82	--
X1.12	--	--	--	0.64	--
X1.13	--	--	--	--	0.64
X1.14	--	--	--	--	0.61
X1.15	--	--	--	--	0.63
Y1.1	--	--	--	--	0.90
Y1.2	--	--	--	--	0.80
Y1.3	--	--	--	--	0.81
Y2.1	--	--	--	--	0.17
Y2.2	--	--	--	--	0.16
Y2.3	--	--	--	--	0.22
Y2.4	--	--	--	--	0.21
Y3.1	--	--	--	--	0.26
Y3.2	--	--	--	--	0.26
Y3.3	--	--	--	--	0.30

Y3.4    --    --    --    --    --    0.29

Standardized Total Effects of ETA on Y

	LOYAL	BRAND
	-----	-----
X1.1	--	--
X1.2	--	--
X1.3	--	--
X1.4	--	--
X1.5	--	--
X1.6	--	--
X1.7	--	--
X1.8	--	--
X1.9	--	--
X1.10	--	--
X1.11	--	--
X1.12	--	--
X1.13	--	--
X1.14	--	--
X1.15	--	--
Y1.1	--	--
Y1.2	--	--
Y1.3	--	--
Y2.1	0.57	--
Y2.2	0.52	--
Y2.3	0.72	--
Y2.4	0.70	--
Y3.1	0.23	0.61
Y3.2	0.23	0.61
Y3.3	0.27	0.71
Y3.4	0.26	0.69

Completely Standardized Total Effects of ETA on Y

SATISF	RELIABI	RESPON	ASURAN	EMPHATY	TANG
	-----	-----	-----	-----	-----
X1.1	0.82	--	--	--	--
X1.2	0.98	--	--	--	--
X1.3	0.74	--	--	--	--

X1.4	--	0.72	--	--	--	--
X1.5	--	0.76	--	--	--	--
X1.6	--	0.79	--	--	--	--
X1.7	--	--	0.77	--	--	--
X1.8	--	--	0.72	--	--	--
X1.9	--	--	0.73	--	--	--
X1.10	--	--	--	0.76	--	--
X1.11	--	--	--	1.00	--	--
X1.12	--	--	--	0.82	--	--
X1.13	--	--	--	--	0.83	--
X1.14	--	--	--	--	0.80	--
X1.15	--	--	--	--	0.79	--
Y1.1	--	--	--	--	--	0.97
Y1.2	--	--	--	--	--	0.88
Y1.3	--	--	--	--	--	0.85
Y2.1	--	--	--	--	--	0.21
Y2.2	--	--	--	--	--	0.20
Y2.3	--	--	--	--	--	0.27
Y2.4	--	--	--	--	--	0.27
Y3.1	--	--	--	--	--	0.31
Y3.2	--	--	--	--	--	0.31
Y3.3	--	--	--	--	--	0.35
Y3.4	--	--	--	--	--	0.34

Completely Standardized Total Effects of ETA on Y

	LOYAL	BRAND
	-----	-----
X1.1	--	--
X1.2	--	--
X1.3	--	--
X1.4	--	--
X1.5	--	--
X1.6	--	--
X1.7	--	--
X1.8	--	--
X1.9	--	--
X1.10	--	--
X1.11	--	--
X1.12	--	--
X1.13	--	--

X1.14	--	--
X1.15	--	--
Y1.1	--	--
Y1.2	--	--
Y1.3	--	--
Y2.1	0.71	--
Y2.2	0.66	--
Y2.3	0.90	--
Y2.4	0.89	--
Y3.1	0.28	0.74
Y3.2	0.28	0.73
Y3.3	0.31	0.82
Y3.4	0.31	0.81

Standardized Indirect Effects of ETA on Y

SATISF	RELIABI	RESPON	ASURAN	EMPHATY	TANG
	-----	-----	-----	-----	-----
X1.1	--	--	--	--	--
X1.2	--	--	--	--	--
X1.3	--	--	--	--	--
X1.4	--	--	--	--	--
X1.5	--	--	--	--	--
X1.6	--	--	--	--	--
X1.7	--	--	--	--	--
X1.8	--	--	--	--	--
X1.9	--	--	--	--	--
X1.10	--	--	--	--	--
X1.11	--	--	--	--	--
X1.12	--	--	--	--	--
X1.13	--	--	--	--	--
X1.14	--	--	--	--	--
X1.15	--	--	--	--	--
Y1.1	--	--	--	--	--
Y1.2	--	--	--	--	--
Y1.3	--	--	--	--	--
Y2.1	--	--	--	--	0.17
Y2.2	--	--	--	--	0.16
Y2.3	--	--	--	--	0.22
Y2.4	--	--	--	--	0.21

Y3.1	--	--	--	--	--	0.26
Y3.2	--	--	--	--	--	0.26
Y3.3	--	--	--	--	--	0.30
Y3.4	--	--	--	--	--	0.29

Standardized Indirect Effects of ETA on Y

	LOYAL	BRAND
	-----	-----
X1.1	--	--
X1.2	--	--
X1.3	--	--
X1.4	--	--
X1.5	--	--
X1.6	--	--
X1.7	--	--
X1.8	--	--
X1.9	--	--
X1.10	--	--
X1.11	--	--
X1.12	--	--
X1.13	--	--
X1.14	--	--
X1.15	--	--
Y1.1	--	--
Y1.2	--	--
Y1.3	--	--
Y2.1	--	--
Y2.2	--	--
Y2.3	--	--
Y2.4	--	--
Y3.1	0.23	--
Y3.2	0.23	--
Y3.3	0.27	--
Y3.4	0.26	--

Completely Standardized Indirect Effects of ETA on Y

SATISF	RELIABI	RESPON	ASURAN	EMPHATY	TANG
	-----	-----	-----	-----	-----

X1.1	--	--	--	--	--	--
X1.2	--	--	--	--	--	--
X1.3	--	--	--	--	--	--
X1.4	--	--	--	--	--	--
X1.5	--	--	--	--	--	--
X1.6	--	--	--	--	--	--
X1.7	--	--	--	--	--	--
X1.8	--	--	--	--	--	--
X1.9	--	--	--	--	--	--
X1.10	--	--	--	--	--	--
X1.11	--	--	--	--	--	--
X1.12	--	--	--	--	--	--
X1.13	--	--	--	--	--	--
X1.14	--	--	--	--	--	--
X1.15	--	--	--	--	--	--
Y1.1	--	--	--	--	--	--
Y1.2	--	--	--	--	--	--
Y1.3	--	--	--	--	--	--
Y2.1	--	--	--	--	--	0.21
Y2.2	--	--	--	--	--	0.20
Y2.3	--	--	--	--	--	0.27
Y2.4	--	--	--	--	--	0.27
Y3.1	--	--	--	--	--	0.31
Y3.2	--	--	--	--	--	0.31
Y3.3	--	--	--	--	--	0.35
Y3.4	--	--	--	--	--	0.34

Completely Standardized Indirect Effects of ETA on Y

	LOYAL	BRAND
	-----	-----
X1.1	--	--
X1.2	--	--
X1.3	--	--
X1.4	--	--
X1.5	--	--
X1.6	--	--
X1.7	--	--
X1.8	--	--
X1.9	--	--
X1.10	--	--

X1.11	--	--
X1.12	--	--
X1.13	--	--
X1.14	--	--
X1.15	--	--
Y1.1	--	--
Y1.2	--	--
Y1.3	--	--
Y2.1	--	--
Y2.2	--	--
Y2.3	--	--
Y2.4	--	--
Y3.1	0.28	--
Y3.2	0.28	--
Y3.3	0.31	--
Y3.4	0.31	--

Standardized Total Effects of X on Y

SERVICE

-----

X1.1	0.52
X1.2	0.67
X1.3	0.49
X1.4	0.48
X1.5	0.51
X1.6	0.56
X1.7	0.54
X1.8	0.51
X1.9	0.53
X1.10	0.49
X1.11	0.69
X1.12	0.54
X1.13	0.59
X1.14	0.56
X1.15	0.58
Y1.1	0.50
Y1.2	0.45
Y1.3	0.45
Y2.1	0.29
Y2.2	0.26



Y2.3	0.37
Y2.4	0.36
Y3.1	0.33
Y3.2	0.33
Y3.3	0.38
Y3.4	0.37

Completely Standardized Total Effects of X on Y

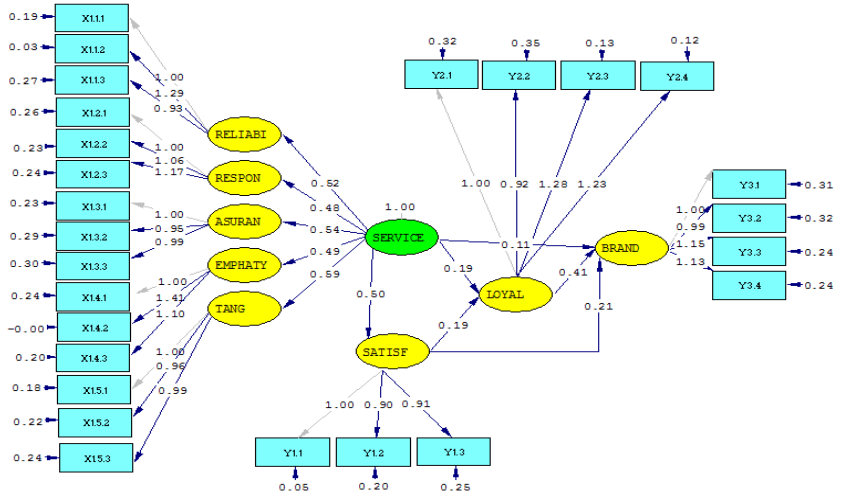
SERVICE

-----

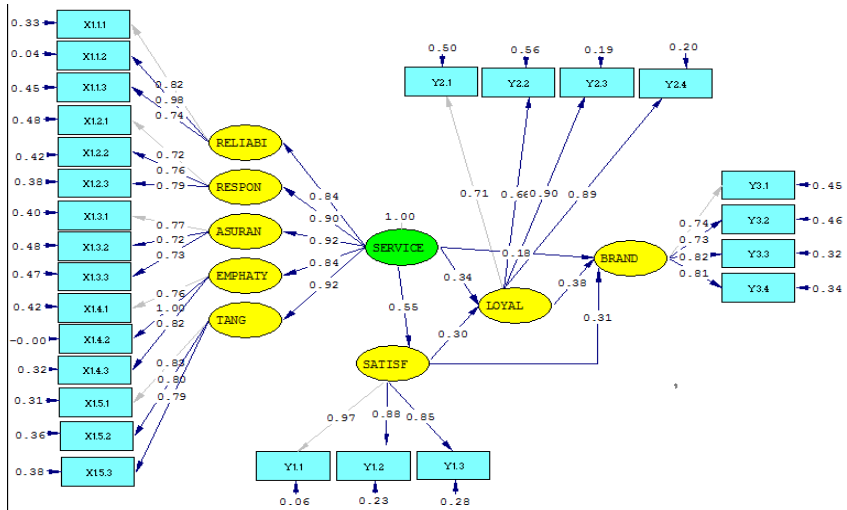
X1.1	0.69
X1.2	0.82
X1.3	0.62
X1.4	0.65
X1.5	0.69
X1.6	0.71
X1.7	0.71
X1.8	0.66
X1.9	0.67
X1.10	0.64
X1.11	0.84
X1.12	0.69
X1.13	0.76
X1.14	0.73
X1.15	0.72
Y1.1	0.54
Y1.2	0.49
Y1.3	0.47
Y2.1	0.36
Y2.2	0.34
Y2.3	0.46
Y2.4	0.45
Y3.1	0.40
Y3.2	0.39
Y3.3	0.44
Y3.4	0.44

Time used: 2.047 Seconds

### Lampiran 9 : Output Gambar SEM Estimate



# Lampiran 10 : Output Gambar SEM Standardized Solution



# Lampiran 11 : Output Gambar SEM T-Value

