

BAB V

PENUTUP

Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai kesimpulan pada penelitian ini berdasarkan hasil uji hipotesis pada bab sebelumnya. Bab ini juga akan menjelaskan tentang implikasi manajerial yang dapat digunakan oleh pihak yang berkaitan, baik pihak Starbucks. Di akhir bagian ini akan ditunjukkan kelemahan serta keterbatasan penelitian ini agar dapat digunakan sebagai pertimbangan di penelitian selanjutnya.

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis profile responden, menunjukkan bahwa konsumen Starbucks didominasi oleh perempuan milenial dengan umur 19-23 tahun yang berpenghasilan rata-rata sebesar Rp. 1.500.000. Namun, tingkat kunjungan konsumen terbilang rendah yaitu 1-2 kali kunjungan dalam satu bulan. Banyak konsumen yang sudah lama memiliki *Member Card* Starbucks selama lebih dari 6 bulan.

Berdasarkan hasil analisis dan uji hipotesis pada bab sebelumnya, maka didapat kesimpulan sebagai berikut:

1. *Member Card* Starbucks memberikan pengaruh yang positif serta signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Ini berarti, dengan adanya *Member Card* Starbucks yang dimiliki oleh pelanggan akan menambahkan kesan yang baik terhadap Starbucks. Pelanggan merasa mendapatkan keuntungan yang tidak bisa didapatkan oleh pelanggan yang tidak memiliki *Member Card* Starbucks ini. Semakin banyak

fasilitas dan keuntungan yang ditawarkan dari *Member Card* Starbucks ini, tingkat kepuasan pelanggan terhadap Starbucks akan meningkat.

2. Promosi Penjualan Starbucks memberikan pengaruh yang positif serta signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Ini berarti, pelanggan masih memerhatikan promo-promo yang ditawarkan Starbucks serta menjadikannya salah satu factor pertimbangan dalam menilai kualitas pelayanan Starbucks. Semakin sering dan beragam Promosi Penjualan yang ditawarkan, maka semakin puas pelanggan dengan pelayanan Starbucks. Promosi Penjualan Starbucks yang sebagian besar berkaitan dengan harga, maka pelanggan akan merasa puas ketika mereka mendapatkan produk yang mempunyai kualitas sama atau bahkan tinggi namun dengan harga yang relative lebih murah.
3. Kepuasan Pelanggan memberikan pengaruh yang positif serta signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Ini berarti, pelanggan yang puas dengan adanya program loyalitas serta promo yang ditawarkan membuat mereka setia terhadap Starbucks. Pelanggan akan memberikan *feedback* positif terhadap Starbucks, yang salah satu contohnya mungkin mereka akan berniat mengunjungi Starbucks kembali di lain waktu.
4. Meskipun *Member Card* dan Promosi Penjualan Starbucks dapat memberikan pengaruh secara langsung terhadap Loyalitas Pelanggan, kedua variable tersebut dapat ditingkatkan pengaruhnya melalui

Kepuasan Pelanggan. Pengaruh mediasi dari Kepuasan Pelanggan ini signifikan dan bersifat positif (*Complementary Mediation*).

5.2. Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis memberikan saran sebagai kontribusi manajerial terhadap Starbucks, yaitu:

1. Starbucks bisa menambahkan fasilitas yang ada di dalam *Member Card* Starbucks dan meningkatkan intensitas promo serta menambahkan jenis Promosi Penjualan yang baru. Jika Starbucks tidak mampu mempertahankan atau meningkatkan strategi ini, maka Kepuasan Pelanggan akan turun. Hal ini telah dibuktikan dari hasil analisa sebelumnya yang menyatakan hubungan antara *Member Card* Starbucks bersifat positif. Kepuasan Pelanggan ini nantinya akan mempengaruhi Loyalitas Pelanggan yang mana hal tersebut merupakan kekuatan jangka panjang dari Starbucks dalam bersaing di industry kopi yang ada di Indonesia.

5.3. Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan hasil penelitaian, peneliti menemukan beberapa kekurangan yang dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya. Adapun kekurangan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Pada penelitian ini, variable yang diteliti terbatas. Sehingga hasil *R-square* memiliki nilai yang kecil. Artinya, variable independen

masih kurang dalam menjelaskan atau mempengaruhi variable dependen dan variable mediasi.

5.4. Saran Penelitian

Berdasarkan kekurangan penelitian di atas, maka peneliti memberikan saran untuk penelitian selanjutnya. Berikut adalah saran dari keterbatasan penelitian ini:

1. Menambahkan variable atau faktor independen lain agar hasil *R-square* memiliki nilai yang cukup besar. Hal ini dimaksudkan agar variable independent mampu menjelaskan atau mempengaruhi dengan baik variable dependen dan variable mediasinya.

Daftar Pustaka

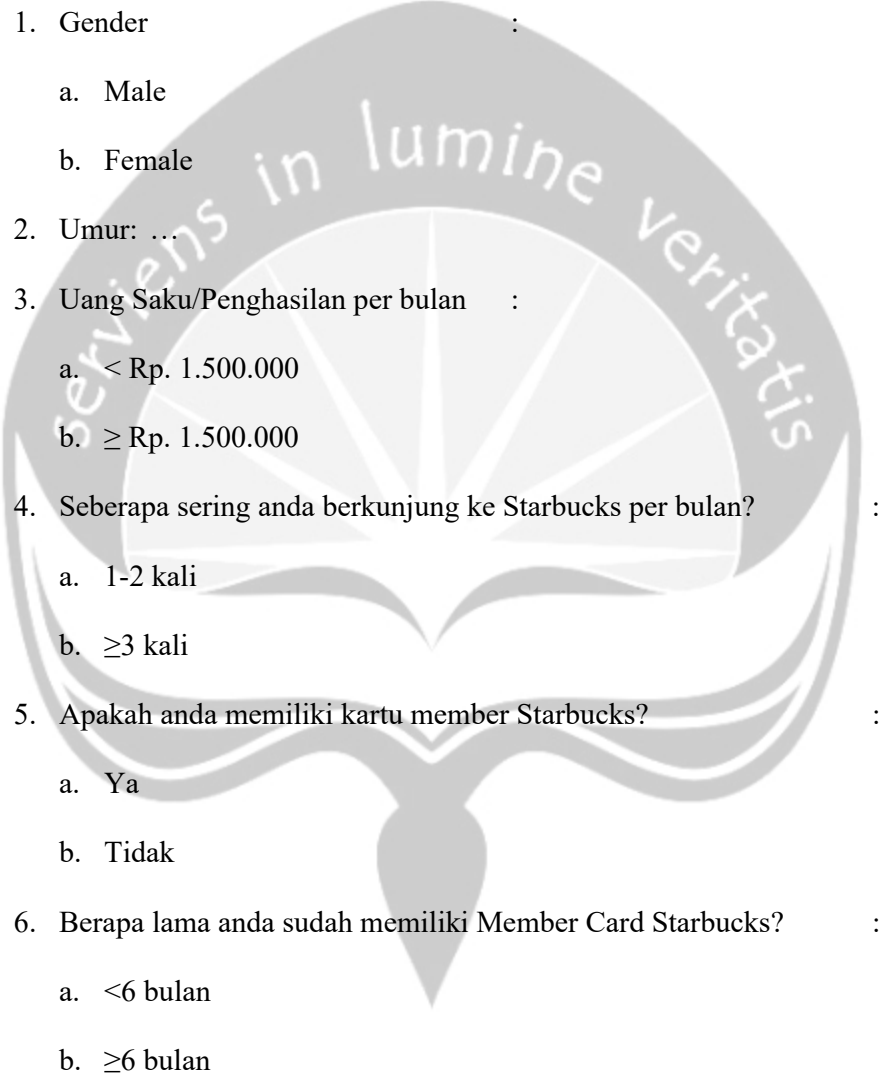
- Alma, B. (2016). Pemasaran jasa. Cetakan Kedua belas. Bandung: Alfabeta.
- Azwar, S. (2014). Metode Penelitian. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dewi, I. K., & Kusumawati, A. (2018). Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Pelanggan Bisnis Online (Survei Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2013/2014 Konsumen Traveloka). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 56(1), 155-163.
- Fornell, C., Johnson, M. D., Anderson, E. W., Cha, J., & Bryant, B. E. (1996). The American customer satisfaction index: nature, purpose, and findings. *Journal of marketing*, 60(4), 7-18.
- Furi, E. K. Rasmansyah, 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah Pada PT Adira Dinamika Multifinance Tbk. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 5(1), 18-19.
- Gaffar, Vanessa. 2007. Customer Relationship Management and Marketing Public Relation. Bandung: Penerbit Alfabeta
- Go'mez, B. G., Arranz, A. G., & Cillán, J. G. (2006). The role of loyalty programs in behavioral and affective loyalty. *Journal of consumer marketing*.
- Griffin, J., & Herres, R. T. (2002). Customer loyalty: How to earn it, how to keep it (p. 18). San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- Hasan, A. 2008. Marketing. Media Utama. Yogyakarta.
- Khairawati, S. (2020). Effect of customer loyalty program on customer satisfaction and its impact on customer loyalty. *International Journal of Research in Business and Social Science* (2147-4478), 9(1), 15-23.
- Kokemuller, N. (2018, April 13). Examples of Price Promotion Methods. Retrieved from <https://yourbusiness.azcentral.com/examples-price-promotion-methods-21128.html>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Principles of marketing 17th edition. Pearson education.
- Lewis, M. (2004). The influence of loyalty programs and short-term promotions on customer retention. *Journal of marketing research*, 41(3), 281-292.

- Lupiyoadi, R. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktik*. Jakarta: Salemba Empat, 101.
- Magatef, S. G., & Tomalieh, E. F. (2015). The impact of customer loyalty programs on customer retention. *International Journal of Business and Social Science*, 6(8), 78-93.
- Monecke, A. & Leisch, F. (2012) SEM PLS: Structural Equation Modelling Using Partial Least Square. *Journal of Statistic Software*
- Omar, N. A., & Nazri, M. A. (2011). UNDERSTANDING THE RELATIONSHIPS OF PROGRAM SATISFACTION, PROGRAM LOYALTY AND STORE LOYALTY AMONG CARDHOLDERS OF LOYALTY PROGRAMS. *Asian Academy of Management Journal*, 16(1).
- Park, J. W., Choi, Y. J., & Moon, W. C. (2013). Investigating the effects of Sales Promotions on customer behavioral intentions at duty-free shops: An Incheon International Airport case study. *Journal of Airline and Airport Management*, 3(1), 18-30.
- Quintao, Z., & Prasonnguskarn, K. (2017). A relationship study of price promotion, customer quality evaluation, customer satisfaction and repurchase intention: A case study of Starbucks in Thailand. *International Journal of Management and Applied Science*, 3(9), 29-32.
- Rasmansyah (2017). The effect of service quality and promotion to customer satisfaction and implication of customer loyalty in vehicle financing company in Jakarta Indonesia. *International Journal of Advanced Scientific Research*, 2, 22-30.
- Riadi, Edi. (2016). *Statistika Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset
- Russell-Bennett, R., McColl-Kennedy, J. R., & Coote, L. V. (2007). Involvement, satisfaction, and brand loyalty in a small business services setting. *Journal of Business Research*, 60(12), 1253-1260.
- Sarwono, J. (2012). *Mengenal PLS-SEM*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Sekaran, Uma. 2011. *Research Methods For Business (Metode Penelitian Untuk Bisnis)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Singh, R., & Khan, I. A. (2012). An approach to increase customer retention and loyalty in B2C world. *International journal of scientific and research publications*, 2(6), 1-5.

- Smith, A. D., & Potter, J. A. (2010). Loyalty card programs, customer relationships, and information technology: an exploratory approach. *International Journal of Business Innovation and Research*, 4(1-2), 65-92.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Waari, D., Bonuke, R., & Kosgei, D. (2018). Loyalty programs benefits and customer loyalty: The mediating role of customer satisfaction. *International Journal of Commerce and Management*, 6(4), 726-737.
- Zhao, X., Lynch Jr, J. G., & Chen, Q. (2010). Reconsidering Baron and Kenny: Myths and truths about mediation analysis. *Journal of consumer research*, 37(2), 197-206.



LAMPIRAN**KUESIONER PENELITIAN****BAGIAN I: PERTANYAAN UMUM DAN IDENTITAS RESPONDEN**

- 
1. Gender :
 - a. Male
 - b. Female
 2. Umur: ...
 3. Uang Saku/Penghasilan per bulan :
 - a. < Rp. 1.500.000
 - b. $\geq$ Rp. 1.500.000
 4. Seberapa sering anda berkunjung ke Starbucks per bulan? :
 - a. 1-2 kali
 - b. ≥ 3 kali
 5. Apakah anda memiliki kartu member Starbucks? :
 - a. Ya
 - b. Tidak
 6. Berapa lama anda sudah memiliki Member Card Starbucks? :
 - a. <6 bulan
 - b. ≥ 6 bulan

BAGIAN II: VARIABLE PENELITIAN

Petunjuk Pengisian: Berilah pendapat mengenai setiap pernyataan yang telah disediakan dengan cara memberikan tanda (x) pada kolom yang telah disediakan dengan keterangan sebagai berikut:

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Netral

4 = Setuju

5 = Sangat Setuju

1. MEMBERSHIP CARD

No.	Pernyataan	1	2	3	4	5
1.	Saya akan merekomendasikan member card Starbucks kepada teman dan keluarga					
2.	Saya akan rutin mengisi saldo member card Starbucks					
3.	Saya konsisten menggunakan member card Starbucks setiap kali saya membeli makanan maupun minuman di gerai Starbucks					
4.	Saya mendapatkan reward yang menarik dari member card Starbucks					
5.	Dengan memiliki member card Starbucks, saya mendapatkan informasi lebih awal untuk produk-produk keluaran terbaru					

2. DISCOUNT PROMO

No.	Pernyataan	1	2	3	4	5
1.	Saya tertarik dengan Program Buy 1 Get 1 yang ditawarkan Starbucks					
2.	Saya suka dengan program potongan harga pada saat event minuman keluaran baru dari Starbucks					
3.	Produk (makanan, minuman, dan merchandise) gratis yang diberikan Starbucks dari bonus poin membuat saya tertarik					
4.	Program potongan harga pada saat event Greener Day (tumbler) menarik untuk saya					

3. CUSTOMER SATISFACTION

No.	Pernyataan	1	2	3	4	5
1.	Saya merasa percaya dan nyaman dengan makanan, minuman, serta layanan yang diberikan oleh Starbucks					
2.	Saya puas dengan kinerja karyawan Starbucks dalam memberikan layanan					
3.	Makanan, minuman, dan layanan yang ditawarkan Starbucks sudah memenuhi kebutuhan saya					
4.	Saya puas dengan kualitas makanan dan minuman di Starbucks					
5.	Secara keseluruhan, saya puas dengan pilihan saya terhadap Starbucks					
6.	Saya lebih memilih Starbucks daripada cafe lain (Excelso, J.co, Maxx Coffee)					

4. CUSTOMER LOYALTY

No.	Pernyataan	1	2	3	4	5
1.	Saya berniat untuk tetap membeli makanan dan minuman di Starbucks					
2.	Saya bersedia memberikan review positif tentang Starbucks kepada teman dan keluarga					
3.	Saya merekomendasikan kepada teman dan keluarga untuk membeli makanan dan minuman di Starbucks					
4.	Starbucks memiliki reputasi yang baik					
5.	Starbucks merupakan market leader di industrinya					

Data Responden

Timestamp	Gender	Umur	Uang saku per bulan	Seberapa sering anda mengunjungi Starbucks dalam sebulan?	Apakah anda memiliki kartu member Starbucks?	Sudah berapa lama anda memiliki kartu member Starbucks?
2020/03/13 5:00:53 PM GMT+7	Laki-laki	16	< Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	<6 bulan
2020/03/13 5:01:00 PM GMT+7	Laki-laki	16	< Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	<6 bulan
2020/04/27 6:13:40 AM GMT+7	Laki-laki	16	< Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	<6 bulan
2020/03/13 4:52:36 PM GMT+7	Perempuan	16	< Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	<6 bulan
2020/03/13 5:03:20 PM GMT+7	Laki-laki	17	< Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	<6 bulan
2020/03/13 6:46:40 PM GMT+7	Laki-laki	17	< Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	<6 bulan
2020/05/02 4:11:55 AM GMT+7	Perempuan	17	< Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	<6 bulan
2020/05/02 6:00:52 AM GMT+7	Perempuan	18	< Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	<6 bulan
2020/05/12 12:45:25 PM GMT+7	Perempuan	18	< Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	<6 bulan
2020/05/02 3:57:42 AM GMT+7	Perempuan	19	< Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	<6 bulan
2020/05/02 9:14:38 AM GMT+7	Perempuan	19	< Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	<6 bulan

Timestamp	Gender	Umur	Uang saku per bulan	Seberapa sering anda mengunjungi Starbucks dalam sebulan?	Apakah anda memiliki kartu member Starbucks?	Sudah berapa lama anda memiliki kartu member Starbucks?
2020/05/06 12:08:49 PM GMT+7	Perempuan	19	< Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	<6 bulan
2020/05/06 11:32:48 PM GMT+7	Perempuan	19	< Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	<6 bulan
2020/05/07 12:07:14 PM GMT+7	Laki-laki	20	< Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	<6 bulan
2020/03/21 1:08:54 PM GMT+7	Laki-laki	21	< Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	<6 bulan
2020/03/14 12:30:06 PM GMT+7	Laki-laki	22	< Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	<6 bulan
2020/03/14 9:43:17 PM GMT+7	Perempuan	22	< Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	<6 bulan
2020/03/21 1:09:06 PM GMT+7	Perempuan	22	< Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	<6 bulan
2020/03/21 2:45:49 PM GMT+7	Perempuan	22	< Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	<6 bulan
2020/05/11 10:59:30 AM GMT+7	Perempuan	22	< Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	<6 bulan
2020/05/11 9:59:29 PM GMT+7	Perempuan	22	< Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	<6 bulan
2020/03/31 2:27:35 PM GMT+7	Laki-laki	23	< Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	<6 bulan
2020/03/13 4:49:56 PM GMT+7	Laki-laki	24	< Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	<6 bulan

Timestamp	Gender	Umur	Uang saku per bulan	Seberapa sering anda mengunjungi Starbucks dalam sebulan?	Apakah anda memiliki kartu member Starbucks?	Sudah berapa lama anda memiliki kartu member Starbucks?
2020/04/28 7:06:34 PM GMT+7	Laki-laki	24	< Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	<6 bulan
2020/03/13 8:40:27 PM GMT+7	Perempuan	24	< Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	<6 bulan
2020/03/21 1:13:57 PM GMT+7	Laki-laki	25	< Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	<6 bulan
2020/03/13 11:35:13 AM GMT+7	Perempuan	28	< Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	<6 bulan
2020/05/06 10:12:07 PM GMT+7	Perempuan	17	≥ Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	<6 bulan
2020/03/21 3:03:30 PM GMT+7	Laki-laki	21	≥ Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	<6 bulan
2020/03/14 9:17:34 PM GMT+7	Perempuan	21	≥ Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	<6 bulan
2020/03/14 9:23:44 PM GMT+7	Perempuan	21	≥ Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	<6 bulan
2020/03/21 12:46:59 PM GMT+7	Perempuan	21	≥ Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	<6 bulan
2020/03/21 3:21:13 PM GMT+7	Perempuan	21	≥ Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	<6 bulan
2020/03/16 9:01:53 PM GMT+7	Laki-laki	22	≥ Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	<6 bulan
2020/03/13 4:45:10 PM GMT+7	Perempuan	22	≥ Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	<6 bulan

Timestamp	Gender	Umur	Uang saku per bulan	Seberapa sering anda mengunjungi Starbucks dalam sebulan?	Apakah anda memiliki kartu member Starbucks?	Sudah berapa lama anda memiliki kartu member Starbucks?
2020/03/15 12:36:22 AM GMT+7	Perempuan	22	$\geq$ Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	<6 bulan
2020/03/26 6:56:58 AM GMT+7	Perempuan	22	$\geq$ Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	<6 bulan
2020/03/31 3:42:34 PM GMT+7	Laki-laki	24	$\geq$ Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	<6 bulan
2020/05/01 5:07:27 PM GMT+7	Perempuan	24	$\geq$ Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	<6 bulan
2020/03/13 8:35:59 PM GMT+7	Laki-laki	26	$\geq$ Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	<6 bulan
2020/03/14 10:16:25 AM GMT+7	Perempuan	16	< Rp. 1.500.000	≥ 3 kali	Ya	<6 bulan
2020/05/09 7:13:47 AM GMT+7	Perempuan	16	< Rp. 1.500.000	≥ 3 kali	Ya	<6 bulan
2020/05/12 3:56:22 PM GMT+7	Perempuan	19	< Rp. 1.500.000	≥ 3 kali	Ya	<6 bulan
2020/05/10 3:27:11 PM GMT+7	Perempuan	20	< Rp. 1.500.000	≥ 3 kali	Ya	<6 bulan
2020/03/13 9:07:00 PM GMT+7	Laki-laki	22	< Rp. 1.500.000	≥ 3 kali	Ya	<6 bulan
2020/03/13 11:51:23 PM GMT+7	Laki-laki	22	< Rp. 1.500.000	≥ 3 kali	Ya	<6 bulan
2020/05/06 11:01:16 PM GMT+7	Perempuan	22	< Rp. 1.500.000	≥ 3 kali	Ya	<6 bulan

Timestamp	Gender	Umur	Uang saku per bulan	Seberapa sering anda mengunjungi Starbucks dalam sebulan?	Apakah anda memiliki kartu member Starbucks?	Sudah berapa lama anda memiliki kartu member Starbucks?
2020/05/06 9:51:20 AM GMT+7	Laki-laki	23	< Rp. 1.500.000	≥ 3 kali	Ya	<6 bulan
2020/04/26 11:30:39 PM GMT+7	Perempuan	18	$\geq$ Rp. 1.500.000	≥ 3 kali	Ya	<6 bulan
2020/05/04 12:27:08 PM GMT+7	Perempuan	18	$\geq$ Rp. 1.500.000	≥ 3 kali	Ya	<6 bulan
2020/05/01 7:44:24 PM GMT+7	Perempuan	19	$\geq$ Rp. 1.500.000	≥ 3 kali	Ya	<6 bulan
2020/05/04 12:25:31 PM GMT+7	Perempuan	19	$\geq$ Rp. 1.500.000	≥ 3 kali	Ya	<6 bulan
2020/03/14 11:00:24 PM GMT+7	Laki-laki	21	$\geq$ Rp. 1.500.000	≥ 3 kali	Ya	<6 bulan
2020/04/28 10:43:25 PM GMT+7	Perempuan	21	$\geq$ Rp. 1.500.000	≥ 3 kali	Ya	<6 bulan
2020/05/02 6:43:20 PM GMT+7	Perempuan	21	$\geq$ Rp. 1.500.000	≥ 3 kali	Ya	<6 bulan
2020/05/01 10:45:24 PM GMT+7	Perempuan	22	$\geq$ Rp. 1.500.000	≥ 3 kali	Ya	<6 bulan
2020/04/29 9:48:46 PM GMT+7	Laki-laki	23	$\geq$ Rp. 1.500.000	≥ 3 kali	Ya	<6 bulan
2020/03/14 9:17:08 PM GMT+7	Perempuan	24	$\geq$ Rp. 1.500.000	≥ 3 kali	Ya	<6 bulan
2020/03/15 11:53:23 AM GMT+7	Perempuan	24	$\geq$ Rp. 1.500.000	≥ 3 kali	Ya	<6 bulan

Timestamp	Gender	Umur	Uang saku per bulan	Seberapa sering anda mengunjungi Starbucks dalam sebulan?	Apakah anda memiliki kartu member Starbucks?	Sudah berapa lama anda memiliki kartu member Starbucks?
2020/05/12 12:54:21 PM GMT+7	Laki-laki	17	< Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	≥6 bulan
2020/05/01 4:20:06 PM GMT+7	Perempuan	17	< Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	≥6 bulan
2020/05/06 9:45:44 AM GMT+7	Perempuan	17	< Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	≥6 bulan
2020/05/08 11:40:17 PM GMT+7	Perempuan	17	< Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	≥6 bulan
2020/05/12 12:37:09 PM GMT+7	Perempuan	17	< Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	≥6 bulan
2020/03/13 6:13:33 PM GMT+7	Perempuan	18	< Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	≥6 bulan
2020/05/03 3:29:32 PM GMT+7	Perempuan	18	< Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	≥6 bulan
2020/05/09 6:46:03 PM GMT+7	Perempuan	18	< Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	≥6 bulan
2020/03/21 1:04:40 PM GMT+7	Laki-laki	19	< Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	≥6 bulan
2020/03/14 10:59:54 PM GMT+7	Perempuan	19	< Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	≥6 bulan
2020/03/15 3:01:51 AM GMT+7	Perempuan	19	< Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	≥6 bulan
2020/03/16 7:13:51 PM GMT+7	Perempuan	19	< Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	≥6 bulan

Timestamp	Gender	Umur	Uang saku per bulan	Seberapa sering anda mengunjungi Starbucks dalam sebulan?	Apakah anda memiliki kartu member Starbucks?	Sudah berapa lama anda memiliki kartu member Starbucks?
2020/03/31 7:12:26 PM GMT+7	Perempuan	19	< Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	≥6 bulan
2020/04/30 4:36:58 PM GMT+7	Perempuan	19	< Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	≥6 bulan
2020/04/30 8:11:31 PM GMT+7	Perempuan	19	< Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	≥6 bulan
2020/05/01 9:52:47 PM GMT+7	Perempuan	19	< Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	≥6 bulan
2020/05/10 8:32:58 PM GMT+7	Perempuan	19	< Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	≥6 bulan
2020/03/21 12:33:18 PM GMT+7	Laki-laki	20	< Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	≥6 bulan
2020/05/07 10:35:53 PM GMT+7	Perempuan	20	< Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	≥6 bulan
2020/03/13 8:20:41 PM GMT+7	Perempuan	21	< Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	≥6 bulan
2020/03/13 9:48:21 PM GMT+7	Perempuan	21	< Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	≥6 bulan
2020/03/14 5:09:47 AM GMT+7	Perempuan	21	< Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	≥6 bulan
2020/03/31 1:50:53 PM GMT+7	Perempuan	21	< Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	≥6 bulan
2020/05/12 5:53:36 PM GMT+7	Perempuan	21	< Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	≥6 bulan

Timestamp	Gender	Umur	Uang saku per bulan	Seberapa sering anda mengunjungi Starbucks dalam sebulan?	Apakah anda memiliki kartu member Starbucks?	Sudah berapa lama anda memiliki kartu member Starbucks?
2020/03/14 1:51:17 AM GMT+7	Laki-laki	22	< Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	≥6 bulan
2020/03/21 12:43:09 PM GMT+7	Laki-laki	22	< Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	≥6 bulan
2020/04/27 12:42:51 PM GMT+7	Laki-laki	22	< Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	≥6 bulan
2020/03/13 11:43:37 AM GMT+7	Perempuan	22	< Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	≥6 bulan
2020/03/13 3:59:34 PM GMT+7	Perempuan	22	< Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	≥6 bulan
2020/03/13 4:23:23 PM GMT+7	Perempuan	22	< Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	≥6 bulan
2020/03/13 11:30:48 PM GMT+7	Perempuan	22	< Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	≥6 bulan
2020/03/16 8:24:36 PM GMT+7	Perempuan	22	< Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	≥6 bulan
2020/03/20 7:34:45 AM GMT+7	Perempuan	22	< Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	≥6 bulan
2020/04/26 9:00:09 PM GMT+7	Perempuan	22	< Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	≥6 bulan
2020/05/01 9:09:23 PM GMT+7	Perempuan	22	< Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	≥6 bulan
2020/03/31 8:20:13 PM GMT+7	Perempuan	23	< Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	≥6 bulan

Timestamp	Gender	Umur	Uang saku per bulan	Seberapa sering anda mengunjungi Starbucks dalam sebulan?	Apakah anda memiliki kartu member Starbucks?	Sudah berapa lama anda memiliki kartu member Starbucks?
2020/04/03 2:43:36 PM GMT+7	Perempuan	23	< Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	≥6 bulan
2020/05/06 11:30:33 PM GMT+7	Perempuan	23	< Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	≥6 bulan
2020/03/13 1:05:27 PM GMT+7	Perempuan	24	< Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	≥6 bulan
2020/03/31 3:15:45 PM GMT+7	Perempuan	35	< Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	≥6 bulan
2020/04/26 11:14:42 PM GMT+7	Perempuan	19	≥ Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	≥6 bulan
2020/05/10 6:13:59 PM GMT+7	Perempuan	19	≥ Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	≥6 bulan
2020/05/13 10:12:25 AM GMT+7	Perempuan	19	≥ Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	≥6 bulan
2020/03/14 10:58:03 PM GMT+7	Laki-laki	20	≥ Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	≥6 bulan
2020/03/13 12:16:26 PM GMT+7	Perempuan	20	≥ Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	≥6 bulan
2020/03/13 12:38:31 PM GMT+7	Perempuan	20	≥ Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	≥6 bulan
2020/03/13 5:11:13 PM GMT+7	Perempuan	20	≥ Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	≥6 bulan
2020/03/13 8:44:26 PM GMT+7	Perempuan	20	≥ Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	≥6 bulan

Timestamp	Gender	Umur	Uang saku per bulan	Seberapa sering anda mengunjungi Starbucks dalam sebulan?	Apakah anda memiliki kartu member Starbucks?	Sudah berapa lama anda memiliki kartu member Starbucks?
2020/03/13 10:03:38 PM GMT+7	Perempuan	20	$\geq$ Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	$\geq$ 6 bulan
2020/03/15 8:16:08 AM GMT+7	Perempuan	20	$\geq$ Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	$\geq$ 6 bulan
2020/05/07 12:03:36 PM GMT+7	Perempuan	20	$\geq$ Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	$\geq$ 6 bulan
2020/03/13 12:03:53 PM GMT+7	Laki-laki	21	$\geq$ Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	$\geq$ 6 bulan
2020/03/13 10:44:13 PM GMT+7	Laki-laki	21	$\geq$ Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	$\geq$ 6 bulan
2020/03/21 12:32:53 PM GMT+7	Laki-laki	21	$\geq$ Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	$\geq$ 6 bulan
2020/03/21 1:10:10 PM GMT+7	Laki-laki	21	$\geq$ Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	$\geq$ 6 bulan
2020/03/21 2:21:21 PM GMT+7	Laki-laki	21	$\geq$ Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	$\geq$ 6 bulan
2020/05/12 12:39:09 PM GMT+7	Laki-laki	21	$\geq$ Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	$\geq$ 6 bulan
2020/03/13 12:13:03 PM GMT+7	Perempuan	21	$\geq$ Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	$\geq$ 6 bulan
2020/03/14 2:06:00 PM GMT+7	Perempuan	21	$\geq$ Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	$\geq$ 6 bulan
2020/03/16 7:49:01 PM GMT+7	Perempuan	21	$\geq$ Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	$\geq$ 6 bulan

Timestamp	Gender	Umur	Uang saku per bulan	Seberapa sering anda mengunjungi Starbucks dalam sebulan?	Apakah anda memiliki kartu member Starbucks?	Sudah berapa lama anda memiliki kartu member Starbucks?
2020/03/19 10:36:14 PM GMT+7	Perempuan	21	≥ Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	≥6 bulan
2020/03/29 6:30:04 PM GMT+7	Perempuan	21	≥ Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	≥6 bulan
2020/04/29 7:06:31 AM GMT+7	Perempuan	21	≥ Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	≥6 bulan
2020/05/01 7:40:16 PM GMT+7	Perempuan	21	≥ Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	≥6 bulan
2020/05/07 4:33:11 PM GMT+7	Perempuan	21	≥ Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	≥6 bulan
2020/03/21 1:50:37 PM GMT+7	Laki-laki	22	≥ Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	≥6 bulan
2020/04/26 8:59:26 PM GMT+7	Laki-laki	22	≥ Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	≥6 bulan
2020/05/09 12:27:59 AM GMT+7	Laki-laki	22	≥ Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	≥6 bulan
2020/03/16 7:41:23 PM GMT+7	Perempuan	22	≥ Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	≥6 bulan
2020/03/21 2:56:35 PM GMT+7	Perempuan	22	≥ Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	≥6 bulan
2020/03/21 7:25:14 PM GMT+7	Perempuan	22	≥ Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	≥6 bulan
2020/05/07 1:01:29 AM GMT+7	Perempuan	22	≥ Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	≥6 bulan

Timestamp	Gender	Umur	Uang saku per bulan	Seberapa sering anda mengunjungi Starbucks dalam sebulan?	Apakah anda memiliki kartu member Starbucks?	Sudah berapa lama anda memiliki kartu member Starbucks?
2020/03/17 4:15:37 PM GMT+7	Laki-laki	23	$\geq$ Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	$\geq$ 6 bulan
2020/03/13 11:44:16 AM GMT+7	Perempuan	23	$\geq$ Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	$\geq$ 6 bulan
2020/03/14 10:22:42 PM GMT+7	Perempuan	23	$\geq$ Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	$\geq$ 6 bulan
2020/03/15 7:58:37 PM GMT+7	Perempuan	23	$\geq$ Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	$\geq$ 6 bulan
2020/03/31 8:55:38 PM GMT+7	Perempuan	23	$\geq$ Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	$\geq$ 6 bulan
2020/05/08 3:10:54 PM GMT+7	Laki-laki	24	$\geq$ Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	$\geq$ 6 bulan
2020/03/21 3:35:08 PM GMT+7	Laki-laki	25	$\geq$ Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	$\geq$ 6 bulan
2020/05/02 3:38:27 AM GMT+7	Perempuan	25	$\geq$ Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	$\geq$ 6 bulan
2020/05/01 10:10:58 PM GMT+7	Perempuan	28	$\geq$ Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	$\geq$ 6 bulan
2020/03/31 3:53:24 PM GMT+7	Perempuan	34	$\geq$ Rp. 1.500.000	1-2 kali	Ya	$\geq$ 6 bulan
2020/03/13 10:40:33 AM GMT+7	Laki-laki	18	$<$ Rp. 1.500.000	$\geq$ 3 kali	Ya	$\geq$ 6 bulan
2020/05/03 10:42:08 AM GMT+7	Perempuan	18	$<$ Rp. 1.500.000	$\geq$ 3 kali	Ya	$\geq$ 6 bulan

Timestamp	Gender	Umur	Uang saku per bulan	Seberapa sering anda mengunjungi Starbucks dalam sebulan?	Apakah anda memiliki kartu member Starbucks?	Sudah berapa lama anda memiliki kartu member Starbucks?
2020/05/06 11:40:57 PM GMT+7	Perempuan	18	< Rp. 1.500.000	≥ 3 kali	Ya	≥ 6 bulan
2020/03/13 5:37:00 PM GMT+7	Perempuan	19	< Rp. 1.500.000	≥ 3 kali	Ya	≥ 6 bulan
2020/05/07 12:37:24 AM GMT+7	Perempuan	19	< Rp. 1.500.000	≥ 3 kali	Ya	≥ 6 bulan
2020/05/08 8:53:01 PM GMT+7	Perempuan	20	< Rp. 1.500.000	≥ 3 kali	Ya	≥ 6 bulan
2020/05/09 1:07:09 AM GMT+7	Laki-laki	21	< Rp. 1.500.000	≥ 3 kali	Ya	≥ 6 bulan
2020/03/13 11:28:07 AM GMT+7	Perempuan	21	< Rp. 1.500.000	≥ 3 kali	Ya	≥ 6 bulan
2020/03/17 10:35:24 AM GMT+7	Perempuan	21	< Rp. 1.500.000	≥ 3 kali	Ya	≥ 6 bulan
2020/05/06 11:03:57 PM GMT+7	Perempuan	22	< Rp. 1.500.000	≥ 3 kali	Ya	≥ 6 bulan
2020/05/08 1:08:14 PM GMT+7	Perempuan	22	< Rp. 1.500.000	≥ 3 kali	Ya	≥ 6 bulan
2020/05/08 9:11:31 PM GMT+7	Perempuan	18	$\geq$ Rp. 1.500.000	≥ 3 kali	Ya	≥ 6 bulan
2020/03/13 8:58:51 PM GMT+7	Perempuan	19	$\geq$ Rp. 1.500.000	≥ 3 kali	Ya	≥ 6 bulan
2020/03/31 3:05:23 PM GMT+7	Perempuan	19	$\geq$ Rp. 1.500.000	≥ 3 kali	Ya	≥ 6 bulan

Timestamp	Gender	Umur	Uang saku per bulan	Seberapa sering anda mengunjungi Starbucks dalam sebulan?	Apakah anda memiliki kartu member Starbucks?	Sudah berapa lama anda memiliki kartu member Starbucks?
2020/05/01 4:27:41 PM GMT+7	Perempuan	19	$\geq$ Rp. 1.500.000	≥ 3 kali	Ya	≥ 6 bulan
2020/05/10 8:34:47 PM GMT+7	Perempuan	19	$\geq$ Rp. 1.500.000	≥ 3 kali	Ya	≥ 6 bulan
2020/03/13 12:44:12 PM GMT+7	Perempuan	20	$\geq$ Rp. 1.500.000	≥ 3 kali	Ya	≥ 6 bulan
2020/03/14 8:24:15 AM GMT+7	Perempuan	20	$\geq$ Rp. 1.500.000	≥ 3 kali	Ya	≥ 6 bulan
2020/03/17 3:30:45 PM GMT+7	Laki-laki	21	$\geq$ Rp. 1.500.000	≥ 3 kali	Ya	≥ 6 bulan
2020/03/13 12:41:26 PM GMT+7	Perempuan	21	$\geq$ Rp. 1.500.000	≥ 3 kali	Ya	≥ 6 bulan
2020/03/13 10:56:03 PM GMT+7	Perempuan	21	$\geq$ Rp. 1.500.000	≥ 3 kali	Ya	≥ 6 bulan
2020/03/14 4:14:03 PM GMT+7	Perempuan	21	$\geq$ Rp. 1.500.000	≥ 3 kali	Ya	≥ 6 bulan
2020/03/16 7:21:52 PM GMT+7	Perempuan	21	$\geq$ Rp. 1.500.000	≥ 3 kali	Ya	≥ 6 bulan
2020/03/21 3:26:54 PM GMT+7	Perempuan	21	$\geq$ Rp. 1.500.000	≥ 3 kali	Ya	≥ 6 bulan
2020/03/15 3:45:34 AM GMT+7	Perempuan	22	$\geq$ Rp. 1.500.000	≥ 3 kali	Ya	≥ 6 bulan
2020/03/21 12:48:58 PM GMT+7	Laki-laki	23	$\geq$ Rp. 1.500.000	≥ 3 kali	Ya	≥ 6 bulan

Timestamp	Gender	Umur	Uang saku per bulan	Seberapa sering anda mengunjungi Starbucks dalam sebulan?	Apakah anda memiliki kartu member Starbucks?	Sudah berapa lama anda memiliki kartu member Starbucks?
2020/03/14 6:44:24 PM GMT+7	Perempuan	23	$\geq$ Rp. 1.500.000	≥ 3 kali	Ya	≥ 6 bulan
2020/05/01 4:55:03 PM GMT+7	Perempuan	23	$\geq$ Rp. 1.500.000	≥ 3 kali	Ya	≥ 6 bulan
2020/05/01 8:39:39 PM GMT+7	Perempuan	24	$\geq$ Rp. 1.500.000	≥ 3 kali	Ya	≥ 6 bulan
2020/05/12 5:14:32 PM GMT+7	Perempuan	27	$\geq$ Rp. 1.500.000	≥ 3 kali	Ya	≥ 6 bulan
2020/04/28 10:34:36 PM GMT+7	Perempuan	32	$\geq$ Rp. 1.500.000	≥ 3 kali	Ya	≥ 6 bulan
2020/03/09 12:27:26 PM GMT+7	Perempuan	40	$\geq$ Rp. 1.500.000	≥ 3 kali	Ya	≥ 6 bulan

Jawaban Responden

Respon de n No.	MC 1	MC 2	MC 3	MC 4	MC 5	SP 1	SP 2	SP 3	SP 4	KP 1	KP 2	KP 3	KP 4	KP 5	KP 6	LP 1	LP 2	LP 3	LP 4	LP 5
1	5	2	2	4	5	5	2	3	3	4	2	3	3	4	2	3	3	4	4	4
2	5	2	2	4	5	5	2	3	3	4	2	3	3	4	2	3	3	4	4	4
3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	2	5	5	5	5	5	2	5	4	4	5	4	5	3	5	4	5	5
5	3	2	5	4	3	5	5	5	3	5	5	4	4	5	3	4	4	3	5	3
6	4	3	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
7	4	3	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	3	4	4	4	5	5
8	3	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	4	4	2	2	3	3	5	5
9	4	4	3	4	4	5	4	4	2	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4
10	4	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	3	5	5	5	4	4
11	4	2	4	2	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	5	5
12	4	3	4	4	4	3	4	5	5	4	4	4	4	3	3	3	4	4	5	4
13	3	2	3	3	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	3	3	4	4	5	5
14	3	2	3	4	3	4	3	3	5	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	5
15	4	4	3	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4
16	4	4	4	3	3	4	3	3	5	4	4	4	5	4	3	4	3	3	4	3
17	3	2	4	4	3	4	5	3	3	4	4	5	4	4	3	3	4	4	3	3
18	3	2	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4
19	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
20	4	3	4	4	5	5	5	5	5	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4

Responde n No.	MC 1	MC 2	MC 3	MC 4	MC 5	SP 1	SP 2	SP 3	SP 4	KP 1	KP 2	KP 3	KP 4	KP 5	KP 6	LP 1	LP 2	LP 3	LP 4	LP 5
21	3	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3
22	4	2	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5
23	4	3	5	3	4	4	4	3	4	5	4	3	4	4	2	2	3	3	4	3
24	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	2	3	3	3	3	4	3	4	3
25	3	3	4	3	3	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
26	4	3	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	1	5	3
27	3	2	5	3	4	4	4	4	5	4	4	3	5	4	4	4	4	3	4	4
28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
29	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4
30	3	5	4	3	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	2	5	4	4	4	5
31	3	4	4	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4
32	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
33	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
34	4	3	4	5	1	5	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4
35	4	3	2	4	5	5	5	5	4	3	5	4	5	5	5	3	5	4	5	5
36	3	2	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4
37	3	2	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	2	3	4	4
38	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	5	5	5	5
40	4	3	5	5	5	5	3	4	2	5	4	5	5	5	4	4	3	3	4	5
41	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5

Respon de n No.	MC 1	MC 2	MC 3	MC 4	MC 5	SP 1	SP 2	SP 3	SP 4	KP 1	KP 2	KP 3	KP 4	KP 5	KP 6	LP 1	LP 2	LP 3	LP 4	LP 5
42	3	3	4	3	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	3	3	4	4	5	4
43	3	1	5	5	3	5	5	5	5	4	5	3	4	5	4	4	5	4	5	5
44	5	5	5	3	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	5	5
45	3	4	5	4	4	2	3	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4
46	3	4	5	4	4	2	3	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4
47	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	3	4	4
48	2	3	3	2	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3
49	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4
50	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5
51	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	3	5	5
52	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5
53	3	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4
54	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5
55	4	4	3	4	3	4	3	2	4	3	3	4	3	3	4	3	2	4	3	3
56	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	2
57	4	4	5	4	5	5	2	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
58	2	5	5	2	2	4	2	3	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	4	4
59	2	5	5	2	2	4	2	3	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	4	4
60	4	3	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	3	3	5	3	4	3
61	3	2	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	3	4	3	5	5
62	5	3	5	4	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5

Responde n No.	MC 1	MC 2	MC 3	MC 4	MC 5	SP 1	SP 2	SP 3	SP 4	KP 1	KP 2	KP 3	KP 4	KP 5	KP 6	LP 1	LP 2	LP 3	LP 4	LP 5
63	4	2	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4
64	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
65	3	3	5	5	3	5	5	4	3	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5
66	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	3	4	5	5	4	5
67	3	3	2	2	4	5	4	3	2	4	4	3	5	4	3	3	4	3	4	2
68	3	3	4	4	3	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	3	3	3	3
69	4	1	3	2	2	3	2	2	2	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5
70	4	2	2	4	3	4	3	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5
71	4	3	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	5	4
72	5	3	5	2	4	5	4	5	5	5	3	4	4	4	5	4	4	4	5	5
73	5	3	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	3	5	4	5	5
74	3	1	2	4	3	5	5	5	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4
75	5	2	5	4	5	5	5	5	5	5	3	3	4	5	3	5	5	5	4	5
76	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
77	4	3	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4
78	3	2	4	4	2	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	3	4	5
79	4	2	1	4	3	5	4	2	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5
80	4	2	1	4	3	5	4	2	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5
81	1	1	1	3	1	4	4	2	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5
82	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
83	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5

Respon de n No.	MC 1	MC 2	MC 3	MC 4	MC 5	SP 1	SP 2	SP 3	SP 4	KP 1	KP 2	KP 3	KP 4	KP 5	KP 6	LP 1	LP 2	LP 3	LP 4	LP 5
84	5	1	5	5	5	5	5	5	5	3	3	1	3	3	3	1	3	3	5	3
85	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
86	5	3	5	5	3	5	3	4	4	4	4	4	5	5	2	3	3	2	5	3
87	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	3	4	4	5	4	4	4	5	5
88	3	2	2	3	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5
89	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
90	2	1	2	3	3	5	5	3	2	4	4	3	4	3	3	3	3	3	5	5
91	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4
92	4	2	4	4	4	2	3	3	3	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	3
93	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
94	4	3	4	3	2	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5
95	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
96	3	1	2	3	3	5	5	3	5	5	5	5	5	5	3	3	4	5	5	4
97	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	4	5	5	5	5
98	3	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	3	4	3
99	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	4	4
100	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5
101	4	3	4	3	4	5	5	5	5	4	5	3	4	4	3	4	4	4	5	5
102	3	3	4	3	5	5	5	5	3	5	5	4	4	4	3	4	4	4	5	5
103	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
104	3	2	2	2	3	5	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3

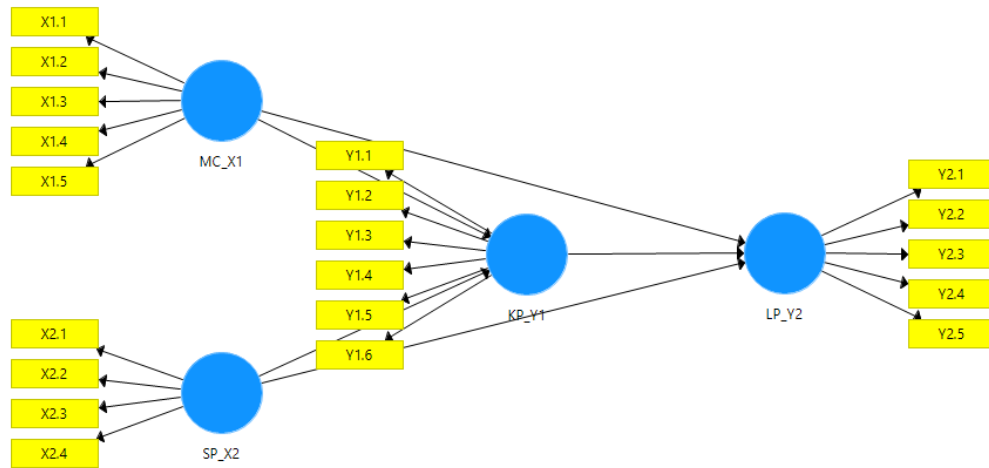
Response No.	MC 1	MC 2	MC 3	MC 4	MC 5	SP 1	SP 2	SP 3	SP 4	KP 1	KP 2	KP 3	KP 4	KP 5	KP 6	LP 1	LP 2	LP 3	LP 4	LP 5
105	3	2	3	3	3	5	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	5	4
106	4	4	5	5	5	3	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	3
107	5	3	2	5	1	5	1	5	5	5	5	4	5	4	3	4	4	4	5	5
108	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5
109	3	3	3	3	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5
110	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
111	4	4	4	4	4	5	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	2
112	2	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	1	1	3	2	5	5
113	4	3	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5
114	3	3	3	4	5	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3
115	5	4	4	5	5	3	3	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	3	5	5
116	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5
117	3	1	1	2	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5
118	4	3	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5
119	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5
120	5	3	3	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	3	4	5	5	5	4
121	2	3	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	2	3	4	2	5	4
122	4	3	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	3	5	5
123	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
124	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4
125	3	2	4	4	4	3	4	4	4	5	5	4	5	5	4	3	4	3	4	4

Response No.	MC 1	MC 2	MC 3	MC 4	MC 5	SP 1	SP 2	SP 3	SP 4	KP 1	KP 2	KP 3	KP 4	KP 5	KP 6	LP 1	LP 2	LP 3	LP 4	LP 5
126	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	3	5	5	4	5	4	5	5	3
127	3	3	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4
128	3	3	2	3	3	5	4	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
129	2	2	2	1	1	3	4	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3
130	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4
131	4	3	5	5	4	5	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
132	5	3	3	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	5	3	5	4	5	5
133	3	3	5	4	4	4	5	4	5	5	4	2	4	4	3	4	4	3	4	4
134	4	5	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
135	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	4	4	4	5	5	5	5
136	5	4	5	5	5	5	5	2	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
137	3	4	4	3	4	5	4	3	4	5	3	4	4	4	5	5	4	3	5	5
138	4	3	5	4	3	5	4	3	4	4	4	4	4	3	5	5	5	5	4	3
139	5	3	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
140	4	2	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
141	3	2	4	3	3	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	3	3	4	4
142	4	4	3	5	5	3	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
143	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
144	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5
145	4	3	4	3	5	5	5	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	5
146	2	1	2	3	3	5	5	4	2	4	3	3	4	3	4	4	4	3	5	5

Respon de n No.	MC 1	MC 2	MC 3	MC 4	MC 5	SP 1	SP 2	SP 3	SP 4	KP 1	KP 2	KP 3	KP 4	KP 5	KP 6	LP 1	LP 2	LP 3	LP 4	LP 5
147	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5
148	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4
149	3	2	4	4	2	4	5	4	4	5	4	3	4	5	3	3	3	3	3	3
150	3	4	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4	5	5	5
151	3	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	3	4	4	3	4	5
152	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
153	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
154	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
155	5	4	5	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
156	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	3	5	5
157	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
158	4	3	3	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
159	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
160	5	3	5	5	3	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5
161	3	3	2	3	2	5	3	3	3	5	4	4	4	4	2	4	4	3	4	4
162	5	4	5	5	3	3	4	5	5	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	5
163	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
164	4	3	3	4	3	5	3	3	5	5	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4
165	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
166	3	3	4	3	3	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4
167	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4

Respondent No.	MC 1	MC 2	MC 3	MC 4	MC 5	SP 1	SP 2	SP 3	SP 4	KP 1	KP 2	KP 3	KP 4	KP 5	KP 6	LP 1	LP 2	LP 3	LP 4	LP 5
168	5	4	2	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
169	4	3	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	3	5	5
170	4	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	3	5	4	3	5	5
171	4	3	4	3	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5
172	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4
173	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

Model Penelitian



Outer Loading

	X1_MC	X2_SP	Y1_KP	Y2_LP
X1.1	0.790			
X1.2	0.705			
X1.3	0.621			
X1.4	0.759			
X1.5	0.753			
X2.2		0.696		
X2.3		0.855		
X2.4		0.789		
Y1.1			0.786	
Y1.2			0.819	
Y1.3			0.815	
Y1.4			0.853	
Y1.5			0.863	
Y1.6			0.640	
Y2.1				0.763
Y2.2				0.884
Y2.3				0.800
Y2.4				0.711
Y2.5				0.704

Construct Reliability & Validity

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
X1_MC	0.779	0.792	0.849	0.530
X2_SP	0.684	0.700	0.825	0.613
Y1_KP	0.885	0.889	0.913	0.639
Y2_LP	0.833	0.848	0.882	0.601

Cross Loading

	X1_MC	X2_SP	Y1_KP	Y2_LP
X1.1	0.790	0.344	0.336	0.513
X1.2	0.705	0.316	0.348	0.369
X1.3	0.621	0.464	0.256	0.257
X1.4	0.759	0.456	0.334	0.421
X1.5	0.753	0.435	0.325	0.433
X2.2	0.299	0.696	0.257	0.381
X2.3	0.540	0.855	0.345	0.448
X2.4	0.415	0.789	0.472	0.442
Y1.1	0.338	0.303	0.786	0.642
Y1.2	0.311	0.475	0.819	0.604
Y1.3	0.355	0.304	0.815	0.600
Y1.4	0.361	0.405	0.853	0.624
Y1.5	0.433	0.451	0.863	0.651
Y1.6	0.309	0.297	0.640	0.580
Y2.1	0.428	0.404	0.654	0.763
Y2.2	0.507	0.503	0.712	0.884
Y2.3	0.541	0.411	0.581	0.800
Y2.4	0.383	0.406	0.541	0.711
Y2.5	0.273	0.372	0.471	0.704

Fornell-Larcker Criterion

	X1_MC	X2_SP	Y1_KP	Y2_LP
X1_MC	0.728			
X2_SP	0.542	0.783		
Y1_KP	0.441	0.471	0.799	
Y2_LP	0.561	0.544	0.773	0.775

R-Square

	R Square	R Square Adjusted
Y1_KP	0.271	0.262
Y2_LP	0.670	0.664

Path Coefficient

Mean, STDEV, T-Values, P-Values

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
X1_MC -> Y1_KP	0.264	0.272	0.074	3.568	0.000
X1_MC -> Y2_LP	0.215	0.221	0.056	3.869	0.000
X2_SP -> Y1_KP	0.328	0.327	0.079	4.137	0.000
X2_SP -> Y2_LP	0.139	0.134	0.069	2.014	0.045
Y1_KP -> Y2_LP	0.613	0.614	0.048	12.788	0.000

Specific Indirect Effect

Mean, STDEV, T-Values, P-Values

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
X1_MC -> Y1_KP -> Y2_LP	0.162	0.167	0.047	3.424	0.001
X2_SP -> Y1_KP -> Y2_LP	0.201	0.201	0.051	3.970	0.000