

**LAMPIRAN 1 : kuesioner**

**KUESIONER PENELITIAN PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* ,  
*EMOTIONAL BRANDING* DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN DI IKIO COFFEE MADIUN**

Dengan hormat,

Selamat pagi/siang/sore/malam,

Saya **Ivana Nur Nabilah**, pada saat ini saya adalah mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang sedang melakukan penelitian mengenai “*Pengaruh Experiential Marketing, Emotional Branding Dan Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Di IKIO Coffee Madiun*”

Penelitian ini merupakan bagian dari proses pembuatan karya akhir studi atau skripsi yang sedang saya tempuh sekarang. Hasil penelitian ini digunakan untuk tujuan akademis dan setiap jawaban yang bapak/ibu/saudara/i berikan akan dijamin kerahasiaannya.

Saya mohon kepada bapak/ibu/saudara/i untuk kesediaannya mengisi kuesioner ini dengan sejujur-jujurnya dan selengkap-lengkapnya sesuai dengan pengalaman dan pengamatan yang dialami selama ini.

Atas bantuan yang bapak/Ibu/saudara/i berikan untuk mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya.

Hormat saya,

Ivana Nur Nabilah

## PETUNJUK PENGISIAN

- Berilah tanda ( X ) pada jawaban yang sesuai dengan pilihan anda
- Pada jawaban yang bersifat terbuka, tuliskan jawaban anda pada tempat yang sudah disediakan

### I. Screening Question

1. Pernahkah anda berkunjung ke IKIO Coffee Madiun dalam tiga bulan terakhir?
  - a. Pernah
  - b. Tidak Pernah
2. Sudah berapa kali anda mengunjungi IKIO Coffee Madiun?
  - a. Dua Kali
  - b. Lebih Dari Tiga Kali

### II. Profil Responden

Jenis kelamin : L / P (coret yang tidak perlu)

Status : ( ) Sudah menikah ( ) Belum menikah

### III. Daftar Pertanyaan

1. Berapa usia anda saat ini ?
  - a. < 15 tahun
  - b. 16 – 25 tahun
  - c. 26 – 35 tahun
  - d. 36 – 45 tahun
  - e. > 46 tahun
2. Apakah pendidikan terakhir anda ?
  - a. SD/Sederajat
  - b. SLTP/Sederajat
  - c. SLTA/Sederajat
  - d. Sarjana (S1)
  - e. Sarjana (S2/S3)
3. Apakah pekerjaan anda saat ini ?
  - a. Pelajar/Mahasiswa
  - b. Wiraswasta
  - c. Karyawan Swasta
  - d. Pegawai Negeri
  - e. Lainnya (Sebutkan) .....
4. Berapakah penghasilan anda dalam satu bulan ?
  - a. Kurang dari Rp. 1.000.000
  - b. Rp. 1.000.000 – Rp 2.000.000
  - c. Rp. 2.100.000 – Rp. 3.000.000
  - d. Rp. 3.100.000 – Rp. 4 jt
  - e. Lebih dari Rp. 4.000.000

#### IV. Pengisian Kuesioner

##### PETUNJUK PENGISIAN

- Berilah tanda ( ) pada alternatif jawaban yang disediakan sesuai dengan kondisi atau keadaan yang menurut anda paling sesuai dengan anda
- Pada setiap pertanyaan terdapat lima poin skala pengukuran dengan kriteria sebagai berikut :

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

R : Ragu – Ragu

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

Experiential Marketing (X1)							
Indikator	No	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
Sensory experience	1	Saat masuk ke IKIO Coffee tercium aroma khas fresh coffee yang mengundang selera					
Affective experience (Feel)	2	Suasana di IKIO Coffee membuat saya merasa nyaman berada disana					
Think experience	3	IKIO Coffee memiliki kesesuaian antara harga yang ditawarkan dengan kualitas produk yang diberikan					
Act experience	4	Saat berada di IKIO Coffee saya merasakan suasana yang santai					
Relate experience	5	Menurut saya IKIO Coffee menggambarkan lifestyle atau gaya hidup kaum muda					

<b>Emotional Branding (X2)</b>							
<b>Indikator</b>	<b>No</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>RR</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
Hubungan	1	IKIO Coffee membangun hubungan dengan pelanggan melalui platform media sosial (instagram) yang menyenangkan					
Pengalaman Panca indera	2	Produk di IKIO Coffee memiliki citarasa yang sesuai dengan selera saya					
Imajinasi	3	Desain logo IKIO Coffee menarik dan mudah diingat					
	4	Desain kemasan produk IKIO Coffee baik (menarik)					
Visi Merek	5	Menurut saya IKIO Coffee semakin dikenal oleh masyarakat					

<b>Service Quality (X3)</b>							
<b>Indikator</b>	<b>No</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>RR</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
Reliabilitas	1	IKIO Coffee memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan					
Daya tanggap / Responsiveness	2	Karyawan IKIO Coffee selalu merespon permintaan pelanggan					
Jaminan / Assurance	3	Karyawan IKIO Coffee secara konsisten bersikap sopan kepada pelanggan					
Empati / emphaty	4	Jam / waktu operasional IKIO Coffee menurut saya cukup nyaman					



Bukti fisik / Tangible	5	IKIO Coffee menggunakan peralatan <i>coffee shop</i> yang modern					
---------------------------	---	--	--	--	--	--	--

Loyalitas Pelanggan (Y)						
No	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1	Saya bersedia melakukan pembelian ulang di IKIO Coffee Madiun					
2	Saya bersedia membeli produk-produk di IKIO Coffee lebih dari yang ditawarkan					
3	Saya bersedia merekomendasikan IKIO Coffee kepada teman/keluarga/kerabat/kolega					
4	Saya tidak mudah terpengaruh oleh produk dari <i>coffee shop</i> lainnya					

**LAMPIRAN 2 : Tabulasi Data**

Experiential Marketing (X1)						Emotional Branding (X2)					
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1_Tot al	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2_Tot al
4	5	4	3	3	19	4	3	4	3	3	17
4	5	5	4	5	23	4	4	4	5	4	21
4	4	5	4	4	21	4	4	4	4	4	20
3	4	4	4	5	20	5	4	5	5	4	23
3	4	4	5	4	20	3	4	5	5	3	20
4	5	4	2	5	20	4	4	4	4	3	19
4	5	5	5	5	24	5	5	5	5	4	24
4	4	3	3	3	17	4	4	2	4	3	17
4	4	3	3	4	18	3	4	4	4	4	19
4	4	5	4	5	22	4	5	4	4	5	22
4	5	4	3	5	21	4	5	5	5	4	23
4	4	3	3	4	18	2	2	3	2	3	12
3	4	4	4	3	18	4	4	4	4	4	20
5	4	5	5	5	24	5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
4	5	4	3	4	20	4	4	5	4	4	21
4	5	4	4	5	22	4	4	4	4	3	19
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
4	4	3	4	5	20	4	4	5	3	4	20
4	5	5	5	5	24	5	5	5	5	5	25
3	4	4	4	4	19	4	4	4	4	3	19
4	4	4	3	4	19	4	4	4	3	3	18
4	4	5	4	4	21	4	3	3	4	3	17
5	4	4	4	5	22	4	4	4	5	5	22
4	5	5	4	4	22	5	4	4	4	5	22
4	4	4	4	5	21	4	4	5	4	4	21
4	2	3	3	4	16	4	4	4	4	4	20
4	4	4	3	5	20	4	5	5	5	4	23
4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	5	21	4	4	5	4	4	21
4	5	5	4	4	22	4	4	3	5	3	19
4	4	4	3	5	20	3	4	4	4	4	19
5	5	5	4	4	23	4	5	5	5	5	24
4	5	4	3	4	20	5	5	4	4	3	21
4	4	3	4	5	20	4	4	5	3	4	20

4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	5	25
4	3	4	3	4	18	4	3	4	2	3	16
4	3	4	3	2	16	3	3	2	3	3	14
4	3	4	3	3	17	4	3	2	3	3	15
4	5	5	5	5	24	4	5	5	5	4	23
4	3	4	3	5	19	3	2	3	3	2	13
4	3	4	4	3	18	4	3	3	4	2	16
4	3	4	3	3	17	4	4	3	3	3	17
3	3	4	4	3	17	4	4	3	3	3	17
3	4	5	4	4	20	3	4	3	4	4	18
3	4	4	4	5	20	4	4	4	5	4	21
4	4	4	4	5	21	5	4	4	4	5	22
4	5	4	4	5	22	4	4	4	4	5	21
4	3	4	3	3	17	4	3	4	3	3	17
4	4	5	3	3	19	4	3	3	3	3	16
4	3	4	3	2	16	4	4	3	4	3	18
3	4	3	3	3	16	4	4	3	3	3	17
4	3	3	3	3	16	4	3	3	4	3	17
3	3	4	3	3	16	4	4	3	3	2	16
3	4	4	4	3	18	4	3	4	3	3	17
4	3	4	4	3	18	4	3	3	3	2	15
3	4	4	4	3	18	4	3	3	2	3	15
4	4	4	4	3	19	4	4	3	3	3	17
4	3	4	4	3	18	4	3	3	3	3	16
3	3	4	4	3	17	4	3	4	4	2	17
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	3	19
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	3	19	4	4	4	3	3	18
4	3	4	4	4	19	4	4	4	4	3	19
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	3	19
4	4	5	4	4	21	4	4	3	4	4	19
5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20	4	4	3	4	3	18
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	3	19
4	5	4	4	4	21	4	4	4	4	3	19
4	3	4	4	4	19	4	4	4	4	3	19
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15

4	5	5	4	5	23	4	5	4	5	4	22
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
4	3	4	4	3	18	4	4	4	3	3	18
3	4	4	4	3	18	4	4	3	4	3	18
4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	20
3	4	4	4	3	18	4	4	3	4	3	18
3	4	4	4	3	18	4	4	3	4	3	18
4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	3	19
4	4	4	4	3	19	4	4	3	4	3	18
4	4	4	4	3	19	4	4	3	4	3	18
4	3	3	4	3	17	4	4	4	4	4	20
4	4	5	4	4	21	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20	4	4	3	4	4	19
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	3	19	4	4	3	4	4	19
4	4	4	4	3	19	4	4	3	4	3	18
4	4	4	4	3	19	4	4	3	4	4	19
4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	20
4	4	4	3	3	18	4	4	3	4	4	19
4	4	4	4	4	20	4	4	3	4	3	18
4	4	4	4	4	20	4	4	4	5	4	21
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20

Service Quality (X3)						Loyalitas Pelanggan (Y)				
X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3_Total	Y1	Y2	Y3	Y4	Y_Total
3	4	4	3	4	18	4	3	4	3	14
4	4	4	4	5	21	4	3	4	3	14
4	5	4	5	4	22	4	5	5	5	19
4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	15
4	4	3	5	5	21	4	3	3	4	14
3	4	4	4	4	19	3	2	3	3	11
4	5	4	4	4	21	4	5	5	4	18
3	4	4	5	4	20	4	3	4	3	14
4	3	4	4	4	19	4	4	4	4	16
4	4	4	4	4	20	3	4	4	3	14
5	4	5	5	4	23	5	5	4	4	18
2	3	3	2	2	12	4	4	3	3	14
3	4	4	4	3	18	4	3	4	3	14



4	5	5	5	5	24	5	5	5	5	20
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
5	5	5	5	5	25	5	5	4	4	18
4	4	4	4	4	20	4	4	5	3	16
4	4	4	5	4	21	5	4	5	4	18
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
4	4	4	3	5	20	4	3	5	3	15
5	5	5	5	5	25	5	5	5	2	17
4	4	4	4	4	20	4	3	4	3	14
4	3	4	5	3	19	4	3	3	4	14
4	4	4	4	4	20	4	3	3	4	14
4	4	4	4	4	20	3	3	4	3	13
4	4	5	4	4	21	4	4	4	4	16
5	5	4	4	4	22	5	4	5	4	18
4	5	4	4	4	21	3	3	3	4	13
5	5	4	4	5	23	4	3	4	3	14
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
5	5	4	4	4	22	5	4	5	4	18
4	5	5	4	4	22	5	5	4	3	17
3	4	4	3	4	18	4	3	4	3	14
4	4	4	5	5	22	5	5	5	5	20
5	5	5	5	4	24	5	4	5	4	18
4	4	4	3	5	20	4	3	5	3	15
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
4	4	5	4	3	20	4	3	3	2	12
3	4	4	4	3	18	4	3	3	2	12
4	5	3	4	3	19	4	3	4	2	13
4	5	5	5	4	23	5	3	4	4	16
2	4	4	3	4	17	2	3	4	3	12
4	4	3	4	3	18	4	3	4	2	13
4	4	4	4	3	19	4	3	3	2	12
4	4	4	3	3	18	4	3	4	2	13
3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	12
4	4	4	5	5	22	5	4	5	3	17
4	4	4	4	5	21	4	3	4	3	14
4	3	4	4	4	19	4	4	4	4	16
3	5	4	3	3	18	4	3	4	3	14
4	4	3	4	3	18	4	4	4	3	15
4	4	4	4	3	19	4	4	4	3	15
4	4	4	3	3	18	4	3	4	3	14
3	4	4	3	3	17	4	4	4	3	15

4	4	4	3	3	18	4	3	4	2	13
4	4	4	3	3	18	4	3	4	3	14
3	4	4	3	3	17	4	3	4	3	14
4	5	4	3	3	19	5	4	4	2	15
4	4	4	3	3	18	4	4	4	3	15
3	4	4	3	3	17	4	3	4	3	14
4	4	4	4	3	19	4	3	4	3	14
4	4	4	4	3	19	4	4	4	3	15
5	5	5	5	5	25	4	4	5	4	17
4	4	5	3	4	20	4	4	4	3	15
4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	15
4	4	4	4	3	19	5	4	4	3	16
4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	15
4	5	4	4	4	21	4	4	4	3	15
4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	15
4	5	4	4	4	21	4	4	4	3	15
4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	15
4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	15
4	4	5	4	4	21	4	4	4	3	15
5	5	5	5	5	25	5	4	4	3	16
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	15
3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	12
4	4	4	4	4	20	4	3	4	3	14
4	4	4	4	4	20	4	3	4	4	15
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
4	4	4	4	3	19	4	4	4	3	15
4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	15
4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	15
4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	15
4	4	4	3	3	18	4	4	4	3	15
4	4	4	4	3	19	4	4	4	3	15
4	4	4	4	4	20	4	3	4	3	14
4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	15
4	3	4	4	4	19	4	4	4	3	15
4	4	4	5	4	21	4	4	4	4	16
4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	15
4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	15
4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	15
4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	15
4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	16

4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	15
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	15
4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	15



**LAMPIRAN 3: hasil uji analisis dengan menggunakan SPSS**

**Uji validitas experiential markering**

**Correlations**

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1_Total
X1.1	Pearson Correlation	1	.305**	.325**	.233*	.374**	.590**
	Sig. (2-tailed)		.002	.001	.019	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.305**	1	.497**	.355**	.531**	.774**
	Sig. (2-tailed)	.002		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.325**	.497**	1	.516**	.338**	.724**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.233*	.355**	.516**	1	.331**	.670**
	Sig. (2-tailed)	.019	.000	.000		.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.374**	.531**	.338**	.331**	1	.778**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.001		.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1_Total	Pearson Correlation	.590**	.774**	.724**	.670**	.778**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

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



## Uji validitas emotional branding

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2_Total
X2.1	Pearson Correlation	1	.619**	.471**	.485**	.494**	.711**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.619**	1	.608**	.737**	.669**	.881**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.471**	.608**	1	.537**	.616**	.809**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.485**	.737**	.537**	1	.599**	.828**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.494**	.669**	.616**	.599**	1	.845**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2_Total	Pearson Correlation	.711**	.881**	.809**	.828**	.845**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

## Uji validitas emotional branding

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3_Total
X3.1	Pearson Correlation	1	.529**	.535**	.621**	.536**	.826**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.529**	1	.508**	.398**	.407**	.707**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.535**	.508**	1	.464**	.480**	.740**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.621**	.398**	.464**	1	.584**	.809**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson Correlation	.536**	.407**	.480**	.584**	1	.799**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3_Total	Pearson Correlation	.826**	.707**	.740**	.809**	.799**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

### Uji validitas loyalitas pelanggan

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y_Total
Y1	Pearson Correlation	1	.575**	.554**	.368**	.757**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	.575**	1	.568**	.517**	.848**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	.554**	.568**	1	.442**	.784**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	.368**	.517**	.442**	1	.772**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Y_Total	Pearson Correlation	.757**	.848**	.784**	.772**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

### Uji reliabilitas Experiential marketing

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.748	5

### Uji reliabilitas emotional branding

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.869	5

### Uji reliabilitas service quality

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.832	5

### Uji reliability loyalitas pelanggan

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.792	4



## Analisis regresi linier berganda

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.749 <sup>a</sup>	.560	.547	1.338

a. Predictors: (Constant), Service Quality, Experiential Marketing, Emotional Branding

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	218.923	3	72.974	40.771	.000 <sup>a</sup>
	Residual	171.827	96	1.790		
	Total	390.750	99			

a. Predictors: (Constant), Service Quality, Experiential Marketing, Emotional Branding

b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.548	1.368		1.863	.066
	Experiential Marketing	.066	.093	.075	.707	.481
	Emotional Branding	.174	.102	.251	1.708	.091
	Service Quality	.398	.111	.465	3.591	.001

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan