

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian analisis tingkat kepuasan dan loyalitas konsumen terhadap produk gula pasir merek Gulaku di Kota Bandar Lampung.

Maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Tingkat kepuasan konsumen terhadap kinerja yang diberikan oleh produk gula pasir Gulaku berada pada tingkatan “ sangat puas” yaitu sebesar 82,59 persen, jadi harapan atau tingkat kepentingan konsumen telah dipenuhi oleh Gulaku sebesar 82,59 persen. Loyalitas konsumen terhadap gula pasir merek Gulaku termasuk pada tahap pembeli yang loyal. Berdasarkan piramida loyalitas yang terbentuk, nilai switcher buyer hanya sebesar 16,67 persen yang artinya hanya 11 responden yang berkemungkinan untuk berpindah merek gula pasir. Semakin ke atas nilai piramida yang dihasilkan semakin meningkat, walaupun nilai pada level committed buyer menurun tetapi tidak menjadi masalah karena nilai yang dihasilkan masih berada di atas 80 persen.
2. Berdasarkan hasil SEM, menunjukkan bahwa variabel bauran pemasaran tidak secara nyata memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Meskipun nilai IPA yang diperoleh sudah cukup baik, akan tetapi nilai tersebut masih di bawah nilai rata-rata, sehingga pengaruh yang di berikan tidak cukup

signifikan. Kepuasan konsumen terhadap Gulaku berpengaruh nyata terhadap terbentuknya loyalitas konsumen.

B. Saran

Adapun saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil penelitian adalah :

1. Perusahaan dalam waktu dekat perlu meningkatkan kualitas atribut produk yang masuk dalam prioritas utama, yaitu harga dan kemudahan memperoleh Gulaku. Kinerja terhadap atribut ini masih dianggap rendah oleh para konsumen, oleh karena pihak SGC perlu melakukan perbaikan kebijakan harga dan pemerataan distribusi pemasaran.
2. Pihak SGC diharapkan dapat memperbanyak melakukan promo penjualan, khususnya di tempat-tempat yang sering dijumpai konsumen. Promo penjualan dapat berupa pemberian bonus, potongan harga untuk penjualan Gulaku dalam jumlah tertentu, atau menjadi sponsor pada suatu kegiatan yang berhubungan dengan penggunaan gula pasir.
3. Penelitian selanjutnya mengenai tingkat kepuasan diharapkan bisa menggunakan metode selain IPA, karena meski nilai IPA yang dihasilkan sudah baik, akan tetapi karena terbatas nilai rata-rata membuat nilai atribut yang dihasilkan menjadi kurang baik dan menempati posisi kuadan yang rendah.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Ketahanan Pangan. 2011. *Proyeksi Konsumsi Gula Pasir Kota Bandar Lampung*. Bandar Lampung.
- Badan Pusat Statistik Lampung. 2012. *Bandar Lampung dalam Angka Tahun 2011*. Bandar Lampung.
- Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan. 2011. *Data Penjualan Gula Pasir di Kota Bandar Lampung*. Bandar Lampung.
- Durianto D, Sugianto, dan Toni Sitinjak. 2004. *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Konsumen*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Engel, J.F., D.B. Roger, dan W.M. Paul. 1994^b. *Perilaku Konsumen*. Edisi keenam. Jilid 2. Binapura Aksara. Jakarta.
- Firdaus M, Farid MA. 2008. *Aplikasi Metode Kuantitatif Terpilih Untuk Manajemen dan Bisnis*. IPB Press. Bogor.
- Griffin, R.W dan Ebert. 2003. *Bisnis*. Jilid I edisi keenam. Terjemahan Tarmidzi. PT Indeks. Jakarta.
- Kotler, P. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. PT Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta.
- Kurniawati, 2006. Analisis Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Terhadap Kualitas Produk Roti Unyil Venus Di Jalan Siliwangi Bogor. Skripsi. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor.
- Malhotra, N. 2002. *Marketing Research An Applied Orientation*. 2nd Edition. Pearson Education. Australia.

- Rangkuti, F. 2002. *Measuring Customer Satisfactio*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Sanjaya, S. 2011. Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Usaha keripik di Kota Bandar Lampung. Skripsi. Fakultas Pertanian. Universitas Lampung.
- Santoso, S. 2007. *Structural Equation Modelling*. PT. Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Simamora, B. 2001. *Panduan Riset Perilaku konsumen*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Sitinjak, T.J.R. 2006. *Lisrel*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Sumarwan, U. 2004. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia. Ciawi-Bogor.
- Suryana. 2007. Analisis Tingkat Kepuasan dan Loyalitas Konsumen terhadap Produk Pocari Sweet. Skripsi. Jurusan Agribisnis. Sekolah Pasca Sarjana. Institut Pertanian Bogor.
- Susila, W.R. 2005. Pengembangan Industri Gula Indonesia: Analisis Kebijakan dan Keterpaduan Sistem Produksi. Disertasi. Institut Pertanian Bogor.
- Swastha, B. 1995. *Manajemen Pemasaran Modern*. Lembaga Manajemen AMP. Yogyakarta.
- Ulum. 2007. *Panduan Survei Kepuasan Konsumen*. PT Sucofindo. Jakarta
- Umar, H. 2010. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Zahria, I. 2009. Analisis Tingkat Kepuasan dan Loyalitas Konsumen susu Berkalsium Tinggi merek Anlene. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Manajemen. Institut Pertanian Bogor.

LAMPIRAN

Lampiran 1.

Tabel 38. Hasil uji validitas dan reliabilitas tingkat kepentingan atribut Gulaku

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.631
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	343.949
	df	78
	Sig.	.000

Communalities

	Initial	Extraction
Merek	1.000	.589
Desain	1.000	.564
Kebersihan	1.000	.762
Rasa	1.000	.734
Ukuran	1.000	.775
Layanan	1.000	.814
Halal	1.000	.695
Kadaluarsa	1.000	.815
BPOM	1.000	.865
Harga	1.000	.774
Kemudahan	1.000	.806
Promo	1.000	.800
Iklan	1.000	.873

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Lanjutan..

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	66	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	66	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.722	13

Lampiran 2

Tabel 39. Hasil uji validitas dan reliabilitas tingkat kinerja atribut Gulaku

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.713
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	570.078
	df	78
	Sig.	.000

Communalities

	Initial	Extraction
Merek	1.000	.677
Desain	1.000	.651
Kebersihan	1.000	.800
Rasa	1.000	.774
Ukuran	1.000	.686
Layanan	1.000	.473
Halal	1.000	.886
Kadaluarsa	1.000	.915
BPOM	1.000	.885
Harga	1.000	.489
Kemudahan	1.000	.786
Promo	1.000	.779
Iklan	1.000	.766

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Lanjutan..

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	66	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	66	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.791	13

Lampiran 3.

Tabel 40. Hasil uji validitas dan reliabilitas loyalitas konsumen Gulaku

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.718
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	412.709
	df	105
	Sig.	.000

Communalities		
	Initial	Extraction
X1	1.000	.818
X2	1.000	.805
X3	1.000	.590
X4	1.000	.385
X5	1.000	.526
X6	1.000	.638
X7	1.000	.715
X8	1.000	.620
X9	1.000	.733
X10	1.000	.664
X11	1.000	.601
X12	1.000	.647
X13	1.000	.720
X14	1.000	.632
X15	1.000	.634

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Lanjutan..

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	66	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	66	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.800	.816	15

Lampiran 4

Tabel 41. Hasil uji validitas dan reliabilitas data SEM

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.649
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	699,398
	df	171
	Sig.	.000

Communalities

	Initial	Extraction
X1	1.000	.647
X2	1.000	.631
X3	1.000	.792
X4	1.000	.800
X5	1.000	.698
X6	1.000	.568
X7	1.000	.873
X8	1.000	.913
X9	1.000	.886
X10	1.000	.630
X11	1.000	.736
X12	1.000	.782
X13	1.000	.783
Y1	1.000	.673
Y2	1.000	.666
Y3	1.000	.662
Y4	1.000	.589
Y5	1.000	.794
Y6	1.000	.460

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Lanjutan..

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	66	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	66	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.710	.730	19

Lampiran 5. Output estimasi awal model SEM

L I S R E L 8.30

BY

Karl G. Jöreskog & Dag Sörbom

This program is published exclusively by
Scientific Software International, Inc.
7383 N. Lincoln Avenue, Suite 100
Chicago, IL 60646-1704, U.S.A.
Phone: (800)247-6113, (847)675-0720, Fax: (847)675-2140
Copyright by Scientific Software International, Inc., 1981-99
Use of this program is subject to the terms specified in the
Universal Copyright Convention.
Website: www.ssicentral.com

The following lines were read from file D:\SKRIPSI\DRAFTV~1\DRAFT2~1\NEWSEM66.SPJ:

Observed Variables

X1 X2 X3 X4 X5 X6 X7 X8 X9 X10

X11 X12 X13 Y1 Y2 Y3 Y4 Y5 Y6

Covariance Matrix

0.74
0.47 0.77
0.29 0.33 0.69
0.08 0.10 0.43 0.73
0.08 0.19 0.10 0.10 0.63
0.06 0.16 0.08 0.04 0.34 0.72
0.20 0.24 0.24 0.12 0.36 0.30 0.66
0.22 0.25 0.23 0.10 0.37 0.32 0.64 0.65
0.25 0.29 0.19 0.06 0.37 0.32 0.60 0.61 0.65
-0.01 0.08 -0.04 -0.15 -0.07 0.07 -0.01 0.00 -0.04 0.71
-0.00 0.14 0.13 0.04 -0.07 -0.01 0.20 0.19 0.19 0.19
0.77
0.28 0.32 0.14 -0.06 -0.05 0.07 0.14 0.15 0.15 0.18
0.19 0.79
0.23 0.28 0.12 -0.01 -0.13 -0.05 0.05 0.03 0.03 0.19
0.12 0.62 0.76
0.02 -0.07 0.02 0.06 0.00 0.06 -0.08 -0.08 -0.08 0.02
-0.09 -0.04 0.01 0.57
-0.11 -0.01 -0.06 0.16 0.06 0.03 -0.10 -0.10 -0.10 -0.14
-0.08 -0.12 -0.06 0.32 0.81
0.04 0.00 0.04 0.24 -0.00 -0.02 -0.09 -0.13 -0.13 -0.14
-0.22 -0.08 -0.00 0.19 0.27 0.61
0.07 0.12 0.10 0.21 0.11 0.05 0.03 0.04 -0.00 0.07
0.03 -0.00 -0.05 0.19 0.19 0.23 0.69
0.21 0.12 0.03 0.13 0.04 -0.00 0.08 0.08 0.04 -0.02

Lanjutan..

-0.12 0.05 0.05 -0.01 -0.04 0.23 0.19 0.72
-0.03 -0.07 0.02 0.18 0.05 -0.02 0.01 -0.03 -0.03 -0.03
-0.01 -0.04 0.01 0.21 0.22 0.14 0.15 0.13 0.57

Means

-0.00 -0.00 -0.00 0.00 -0.00 -0.00 -0.00 0.00 0.00 -0.00
0.00 0.00 -0.00 0.00 -0.00 0.00 0.00 -0.00 0.00

Sample Size = 66

Latent Variables PRODUK HARGA TEMPAT PROMOSI KEPUASAN LOYALITAS

Relationships

X1 = PRODUK

X2 X3 X4 X5 X6 X7 X8 X9 = PRODUK

X10 = HARGA

X11 = TEMPAT

X12 X13 = PROMOSI

KEPUASAN = PRODUK HARGA TEMPAT PROMOSI

LOYALITAS = 1*KEPUASAN

Y1 = KEPUASAN

Y2 Y3 Y4 Y5 Y6 = LOYALITAS

OPTIONS SS SC

Set Error Variance of X8 To 0.05

Set Error Variance of X10 To 0.05

Set Error Variance of X11 To 0.05

Set Error Variance of X12 To 0.05

Set Error Variance of KEPUASAN To 0.05

Set Error Variance of LOYALITAS To 0.05

Path Diagram

Method of Estimation: Maximum Likelihood

End of Problem

Sample Size = 66

Covariance Matrix to be Analyzed

	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6
Y1	0.57					
Y2	0.32	0.81				
Y3	0.19	0.27	0.61			
Y4	0.19	0.19	0.23	0.69		
Y5	-0.01	-0.04	0.23	0.19	0.72	
Y6	0.21	0.22	0.14	0.15	0.13	0.57
X1	0.02	-0.11	0.04	0.07	0.21	-0.03
X2	-0.07	-0.01	--	0.12	0.12	-0.07
X3	0.02	-0.06	0.04	0.10	0.03	0.02
X4	0.06	0.16	0.24	0.21	0.13	0.18
X5	--	0.06	--	0.11	0.04	0.05

Lanjutan..

X6	0.06	0.03	-0.02	0.05	--	-0.02
X7	-0.08	-0.10	-0.09	0.03	0.08	0.01
X8	-0.08	-0.10	-0.13	0.04	0.08	-0.03
X9	-0.08	-0.10	-0.13	--	0.04	-0.03
X10	0.02	-0.14	-0.14	0.07	-0.02	-0.03
X11	-0.09	-0.08	-0.22	0.03	-0.12	-0.01
X12	-0.04	-0.12	-0.08	--	0.05	-0.04
X13	0.01	-0.06	--	-0.05	0.05	0.01

Covariance Matrix to be Analyzed

	X1	X2	X3	X4	X5	X6
X1	0.74					
X2	0.47	0.77				
X3	0.29	0.33	0.69			
X4	0.08	0.10	0.43	0.73		
X5	0.08	0.19	0.10	0.10	0.63	
X6	0.06	0.16	0.08	0.04	0.34	0.72
X7	0.20	0.24	0.24	0.12	0.36	0.30
X8	0.22	0.25	0.23	0.10	0.37	0.32
X9	0.25	0.29	0.19	0.06	0.37	0.32
X10	-0.01	0.08	-0.04	-0.15	-0.07	0.07
X11	--	0.14	0.13	0.04	-0.07	-0.01
X12	0.28	0.32	0.14	-0.06	-0.05	0.07
X13	0.23	0.28	0.12	-0.01	-0.13	-0.05

Covariance Matrix to be Analyzed

	X7	X8	X9	X10	X11	X12
X7	0.66					
X8	0.64	0.65				
X9	0.60	0.61	0.65			
X10	-0.01	--	-0.04	0.71		
X11	0.20	0.19	0.19	0.19	0.77	
X12	0.14	0.15	0.15	0.18	0.19	0.79
X13	0.05	0.03	0.03	0.19	0.12	0.62

Covariance Matrix to be Analyzed

X13

X13 0.76

Number of Iterations = 38

LISREL Estimates (Maximum Likelihood)

Y1 = 2.87*KEPUASAN, Errorvar.= 0.14 , R² = 0.76

(0.62) (0.14)

4.59 0.97

Y2 = 1.76*LOYALITA, Errorvar.= 0.49 , R² = 0.39

(0.38) (0.12)

4.63 4.22

Y3 = 1.46*LOYALITA, Errorvar.= 0.39 , R² = 0.36

(0.33) (0.088)

4.41 4.42

Y4 = 1.29*LOYALITA, Errorvar.= 0.52 , R² = 0.25

(0.36) (0.10)

3.59 4.96

Y5 = 0.60*LOYALITA, Errorvar.= 0.68 , R² = 0.051

(0.38) (0.12)

1.56 5.58

Y6 = 1.19*LOYALITA, Errorvar.= 0.42 , R² = 0.25

(0.33) (0.086)

3.65 4.93

X1 = 0.27*PRODUK, Errorvar.= 0.67 , R² = 0.097

(0.10) (0.12)

2.55 5.69

X2 = 0.32*PRODUK, Errorvar.= 0.67 , R² = 0.13

(0.11) (0.12)

3.01 5.69

X3 = 0.30*PRODUK, Errorvar.= 0.60 , R² = 0.13

(0.10) (0.11)

2.95 5.69

X4 = 0.14*PRODUK, Errorvar.= 0.71 , R² = 0.027

(0.11) (0.12)

1.33 5.70

X5 = 0.46*PRODUK, Errorvar.= 0.42 , R² = 0.33

(0.090) (0.074)

5.05 5.66

X6 = 0.39*PRODUK, Errorvar.= 0.57 , R² = 0.21

(0.10) (0.10)

3.86 5.68

X7 = 0.80*PRODUK, Errorvar.= 0.015 , R² = 0.98

(0.072) (0.0083)

11.12 1.79

X8 = 0.79*PRODUK, Errorvar.= 0.050, R² = 0.93

(0.075)

10.57

X9 = 0.75*PRODUK, Errorvar.= 0.082 , R² = 0.87

(0.075) (0.017)

10.02 4.91

X10 = 0.81*HARGA, Errorvar.= 0.050, R² = 0.93

(0.077)

10.60

X11 = 0.85*TEMPAT, Errorvar.= 0.050, R² = 0.94

(0.080)

10.66

$$X12 = 0.86 * \text{PROMOSI}, \text{Errorvar.} = 0.050, R^2 = 0.94$$

(0.081)

10.68

$$X13 = 0.72 * \text{PROMOSI}, \text{Errorvar.} = 0.24, R^2 = 0.68$$

(0.089)

(0.049)

8.06

4.99

$$\text{KEPUASAN} = -0.023 * \text{PRODUK} + 0.010 * \text{HARGA} - 0.037 * \text{TEMPAT} - 0.0071 * \text{PROMOSI}, \\ \text{Errorvar.} = 0.050, R^2 = 0.047$$

(0.034)

(0.035)

(0.037)

(0.035)

-0.67

0.29

-0.98

-0.20

$$\text{LOYALITA} = 1.00 * \text{KEPUASAN}$$

Correlation Matrix of Independent Variables

	PRODUK	HARGA	TEMPAT	PROMOSI
PRODUK	1.00			
HARGA	-0.02 (0.13)	1.00		
TEMPAT	-0.14	0.29 (0.12)	1.00	
PROMOSI	2.41	2.23	0.25 (0.12)	1.00
	1.57	2.15	2.03	

Covariance Matrix of Latent Variables

	KEPUASAN	LOYALITA	PRODUK	HARGA	TEMPAT	PROMOSI
KEPUASAN	0.05					
LOYALITA	0.05	0.10				
PRODUK	-0.03	-0.03	1.00			
HARGA	0.00	0.00	-0.02	1.00		
TEMPAT	-0.04	-0.04	0.29	0.28	1.00	
PROMOSI	-0.02	-0.02	0.19	0.27	0.25	1.00

Goodness of Fit Statistics

Degrees of Freedom = 146

Minimum Fit Function Chi-Square = 302.98 (P = 0.00)

Normal Theory Weighted Least Squares Chi-Square = 245.76 (P = 0.00)

Estimated Non-centrality Parameter (NCP) = 99.76

90 Percent Confidence Interval for NCP = (60.42 ; 146.99)

Minimum Fit Function Value = 4.66

Population Discrepancy Function Value (F0) = 1.53

90 Percent Confidence Interval for F0 = (0.93 ; 2.26)

Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) = 0.10

90 Percent Confidence Interval for RMSEA = (0.080 ; 0.12)

P-Value for Test of Close Fit (RMSEA < 0.05) = 0.00028

Expected Cross-Validation Index (ECVI) = 5.13

90 Percent Confidence Interval for ECVI = (4.53 ; 5.86)

ECVI for Saturated Model = 5.85

ECVI for Independence Model = 13.20

Chi-Square for Independence Model with 171 Degrees of Freedom = 820.10

Lanjutan..

Independence AIC = 858.10

Model AIC = 333.76

Saturated AIC = 380.00

Independence CAIC = 918.70

Model CAIC = 474.11

Saturated CAIC = 986.03

Root Mean Square Residual (RMR) = 0.089

Standardized RMR = 0.12

Goodness of Fit Index (GFI) = 0.70

Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI) = 0.61

Parsimony Goodness of Fit Index (PGFI) = 0.54

Normed Fit Index (NFI) = 0.63

Non-Normed Fit Index (NNFI) = 0.72

Parsimony Normed Fit Index (PNFI) = 0.54

Comparative Fit Index (CFI) = 0.76

Incremental Fit Index (IFI) = 0.77

Relative Fit Index (RFI) = 0.57

Critical N (CN) = 41.48

The Modification Indices Suggest to Add the

Path to	from	Decrease in Chi-Square	New Estimate
X2	PROMOSI	9.3	0.33

The Modification Indices Suggest to Add an Error Covariance

	Between	and	Decrease in Chi-Square	New Estimate
X2	X1		21.6	0.39
X3	X2		9.0	0.24
X4	X3		23.0	0.39
X8	X7		22.7	0.05
X8	X8		17.7	0.00
X9	X7		12.3	-0.04

Standardized Solution

LAMBDA-Y

KEPUASAN LOYALITA

	-----	-----
Y1	0.66	--
Y2	--	0.56
Y3	--	0.47
Y4	--	0.41
Y5	--	0.19
Y6	--	0.38

LAMBDA-X

	PRODUK	HARGA	TEMPAT	PROMOSI
	-----	-----	-----	-----
X1	0.27	--	--	--
X2	0.32	--	--	--
X3	0.30	--	--	--

X4	0.14	--	--	--
X5	0.46	--	--	--
X6	0.39	--	--	--
X7	0.80	-	--	--
X8	0.79	--	--	--
X9	0.75	--	--	--
X10	--	0.81	--	--
X11	--	--	0.85	--
X12	--	--	--	0.86
X13	--	--	--	0.72

BETA

KEPUASAN LOYALITAS

	-----	-----
KEPUASAN	--	--
LOYALITA	0.72	--

GAMMA

	PRODUK	HARGA	TEMPAT	PROMOSI
	-----	-----	-----	-----
KEPUASAN	-0.10	0.04	-0.16	-0.03
LOYALITA	--	--	--	--

Correlation Matrix of ETA and KSI

	KEPUASAN	LOYALITA	PRODUK	HARGA	TEMPAT	PROMOSI
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
KEPUASAN	1.00					
LOYALITA	0.72	1.00				
PRODUK	-0.15	-0.11	1.00			
HARGA	-0.01	0.00	-0.02	1.00		
TEMPAT	-0.18	-0.13	0.29	0.28	1.00	
PROMOSI	-0.08	-0.06	0.19	0.27	0.25	1.00

PSI

Note: This matrix is diagonal.

KEPUASAN LOYALITAS

-----	-----
0.95	0.49

Regression Matrix ETA on KSI (Standardized)

	PRODUK	HARGA	TEMPAT	PROMOSI
	-----	-----	-----	-----
KEPUASAN	-0.10	0.04	-0.16	-0.03
LOYALITA	-0.07	0.03	-0.11	-0.02

Completely Standardized Solution

LAMBDA-Y

KEPUASAN LOYALITA

	-----	-----
Y1	0.87	--
Y2	--	0.63
Y3	--	0.60
Y4	--	0.50
Y5	--	0.23
Y6	--	0.50

LAMBDA-X

PRODUK HARGA TEMPAT PROMOSI

	-----	-----	-----	-----
X1	0.31	--	--	--
X2	0.36	--	--	--
X3	0.36	--	--	--
X4	0.17	--	--	--
X5	0.58	--	--	--
X6	0.46	--	--	--
X7	0.99	--	--	--
X8	0.96	--	--	--
X9	0.94	--	--	--
X10	--	0.96	--	--
X11	--	--	0.97	--
X12	--	--	--	0.97
X13	--	--	--	0.83

BETA

	KEPUASAN	LOYALITAS
KEPUASAN	--	--
LOYALITAS	0.72	--

GAMMA

	PRODUK	HARGA	TEMPAT	PROMOSI
KEPUASAN	-0.10	0.04	-0.16	-0.03
LOYALITA	--	--	--	--

Correlation Matrix of ETA and KSI

	KEPUASAN	LOYALITAS	PRODUK	HARGA	TEMPAT	PROMOSI
KEPUASAN	1.00					
LOYALITA	0.72	1.00				
PRODUK	-0.15	-0.11	1.00			
HARGA	-0.01	0.00	-0.02	1.00		
TEMPAT	-0.18	-0.13	0.29	0.28	1.00	
PROMOSI	-0.08	-0.06	0.19	0.27	0.25	1.00

PSI

Note: This matrix is diagonal.

KEPUASAN LOYALITAS

0.95	0.49
------	------

THETA-EPS

Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6
0.24	0.61	0.64	0.75	0.95	0.75

THETA-DELTA

X1	X2	X3	X4	X5	X6
0.90	0.87	0.87	0.97	0.67	0.79

THETA-DELTA

X7	X8	X9	X10	X11	X12
0.02	0.07	0.13	0.07	0.06	0.06

THETA-DELTA

X13
0.32

Regression Matrix ETA on KSI (Standardized)

	PRODUK	HARGA	TEMPAT	PROMOSI
KEPUASAN	-0.10	0.04	-0.16	-0.03
LOYALITA	-0.07	0.03	-0.11	-0.02

The Problem used 56584 Bytes (= 0.1% of Available Workspace)

Time used: 0.137 Seconds

Lampiran 6. Output rekomendasi model SEM

L I S R E L 8.30

BY

Karl G. Jöreskog & Dag Sörbom

This program is published exclusively by

Scientific Software International, Inc.

7383 N. Lincoln Avenue, Suite 100

Chicago, IL 60646-1704, U.S.A.

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

Copyright by Scientific Software International, Inc., 1981-99

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

Universal Copyright Convention.

Website: www.ssicentral.com

The following lines were read from file D:\SKRIPSI\DRAFTV~1\DRAFT2~1\NEWSEM66.SPJ:

Observed Variables

X1 X2 X3 X4 X5 X6 X7 X8 X9 X10

X11 X12 X13 Y1 Y2 Y3 Y4 Y5 Y6

Covariance Matrix

0.74

0.47 0.77

0.29 0.33 0.69

0.08 0.10 0.43 0.73

0.08 0.19 0.10 0.10 0.63

0.06 0.16 0.08 0.04 0.34 0.72

0.20 0.24 0.24 0.12 0.36 0.30 0.66

0.22 0.25 0.23 0.10 0.37 0.32 0.64 0.65
0.25 0.29 0.19 0.06 0.37 0.32 0.60 0.61 0.65
-0.01 0.08 -0.04 -0.15 -0.07 0.07 -0.01 0.00 -0.04 0.71
-0.00 0.14 0.13 0.04 -0.07 -0.01 0.20 0.19 0.19 0.19
0.77
0.28 0.32 0.14 -0.06 -0.05 0.07 0.14 0.15 0.15 0.18
0.19 0.79
0.23 0.28 0.12 -0.01 -0.13 -0.05 0.05 0.03 0.03 0.19
0.12 0.62 0.76
0.02 -0.07 0.02 0.06 0.00 0.06 -0.08 -0.08 -0.08 0.02
-0.09 -0.04 0.01 0.57
-0.11 -0.01 -0.06 0.16 0.06 0.03 -0.10 -0.10 -0.10 -0.14
-0.08 -0.12 -0.06 0.32 0.81
0.04 0.00 0.04 0.24 -0.00 -0.02 -0.09 -0.13 -0.13 -0.14
-0.22 -0.08 -0.00 0.19 0.27 0.61
0.07 0.12 0.10 0.21 0.11 0.05 0.03 0.04 -0.00 0.07
0.03 -0.00 -0.05 0.19 0.19 0.23 0.69
0.21 0.12 0.03 0.13 0.04 -0.00 0.08 0.08 0.04 -0.02
-0.12 0.05 0.05 -0.01 -0.04 0.23 0.19 0.72
-0.03 -0.07 0.02 0.18 0.05 -0.02 0.01 -0.03 -0.03 -0.03
-0.01 -0.04 0.01 0.21 0.22 0.14 0.15 0.13 0.57

Means

-0.00 -0.00 -0.00 0.00 -0.00 -0.00 -0.00 0.00 0.00 -0.00
0.00 0.00 -0.00 0.00 -0.00 0.00 0.00 -0.00 0.00

Sample Size = 66

Latent Variables **PRODUK HARGA TEMPAT PROMOSI KEPUASAN LOYALITAS**

Relationships

X1 = **PRODUK**

Lanjutan..

X2 X3 X4 X5 X6 X7 X8 X9 = PRODUK

X10 = HARGA

X11 = TEMPAT

X12 X13 = PROMOSI

KEPUASAN = PRODUK HARGA TEMPAT PROMOSI

LOYALITAS = 1*KEPUASAN

Y1 = KEPUASAN

Y2 Y3 Y4 Y5 Y6 = LOYALITAS

OPTIONS SS SC

Set Error Variance of X8 To 0.05

Set Error Variance of X10 To 0.05

Set Error Variance of X11 To 0.05

Set Error Variance of X12 To 0.05

Set Error Variance of KEPUASAN To 0.05

Set Error Variance of LOYALITAS To 0.05

Set Error Covariance of X2 and X1 FREE

Set Error Covariance of X3 and X2 FREE

Set Error Covariance of X4 and X3 FREE

Set Error Covariance of X8 and X7 FREE

Set Error Covariance of X8 and X8 FREE

Set Error Covariance of X9 and X7 FREE

Set Error Covariance of X3 and X1 FREE

Path Diagram

Method of Estimation: Maximum Likelihood

End of Problem

Sample Size = 66

Covariance Matrix to be Analyzed

	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
Y1	0.57					
Y2	0.32	0.81				
Y3	0.19	0.27	0.61			
Y4	0.19	0.19	0.23	0.69		
Y5	-0.01	-0.04	0.23	0.19	0.72	
Y6	0.21	0.22	0.14	0.15	0.13	0.57
X1	0.02	-0.11	0.04	0.07	0.21	-0.03
X2	-0.07	-0.01	--	0.12	0.12	-0.07
X3	0.02	-0.06	0.04	0.10	0.03	0.02
X4	0.06	0.16	0.24	0.21	0.13	0.18
X5	--	0.06	--	0.11	0.04	0.05
X6	0.06	0.03	-0.02	0.05	--	-0.02
X7	-0.08	-0.10	-0.09	0.03	0.08	0.01
X8	-0.08	-0.10	-0.13	0.04	0.08	-0.03
X9	-0.08	-0.10	-0.13	--	0.04	-0.03
X10	0.02	-0.14	-0.14	0.07	-0.02	-0.03
X11	-0.09	-0.08	-0.22	0.03	-0.12	-0.01
X12	-0.04	-0.12	-0.08	--	0.05	-0.04
X13	0.01	-0.06	--	-0.05	0.05	0.01

Covariance Matrix to be Analyzed

	X1	X2	X3	X4	X5	X6
X1	0.74					
X2	0.47	0.77				
X3	0.29	0.33	0.69			
X4	0.08	0.10	0.43	0.73		
X5	0.08	0.19	0.10	0.10	0.63	
X6	0.06	0.16	0.08	0.04	0.34	0.72
X7	0.20	0.24	0.24	0.12	0.36	0.30
X8	0.22	0.25	0.23	0.10	0.37	0.32
X9	0.25	0.29	0.19	0.06	0.37	0.32
X10	-0.01	0.08	-0.04	-0.15	-0.07	0.07
X11	--	0.14	0.13	0.04	-0.07	-0.01
X12	0.28	0.32	0.14	-0.06	-0.05	0.07
X13	0.23	0.28	0.12	-0.01	-0.13	-0.05

Covariance Matrix to be Analyzed

	X7	X8	X9	X10	X11	X12
X7	0.66					
X8	0.64	0.65				
X9	0.60	0.61	0.65			
X10	-0.01	--	-0.04	0.71		
X11	0.20	0.19	0.19	0.19	0.77	
X12	0.14	0.15	0.15	0.18	0.19	0.79

X13 0.05 0.03 0.03 0.19 0.12 0.62

Covariance Matrix to be Analyzed

X13

X13 0.76

Number of Iterations = 16

LISREL Estimates (Maximum Likelihood)

Y1 = 1.00*KEPUASAN, Errorvar.= 0.46 , R² = 0.13

(0.087)

5.32

Y2 = 1.30*LOYALITA, Errorvar.= 0.61 , R² = 0.24

(0.36) (0.12)

3.56 4.23

Y3 = 1.82*LOYALITA, Errorvar.= 0.21 , R² = 0.65

(0.34) (0.10)

5.37 4.96

Y4 = 1.08*LOYALITA, Errorvar.= 0.55 , R² = 0.20

(0.34) (0.11)

3.19 5.16

Y5 = 0.87*LOYALITA, Errorvar.= 0.63 , R² = 0.12

(0.35) (0.12)

2.51 5.40

Y6 = 0.83*LOYALITA, Errorvar.= 0.49 , R² = 0.14

(0.31) (0.0091)

2.70 5.35

X1 = 0.31*PRODUK, Errorvar.= 0.64 , R² = 0.13

(0.10) (0.11)
2.99 5.68

X2 = 0.36*PRODUK, Errorvar.= 0.64 , R² = 0.16

(0.11) (0.11)
3.37 5.67

X3 = 0.25*PRODUK, Errorvar.= 0.60 , R² = 0.093

(0.100) (0.10)
2.49 5.95

X4 = 0.088*PRODUK, Errorvar.= 0.72 , R² = 0.088

(0.11) (0.13)
0.82 5.70

X5 = 0.47*PRODUK, Errorvar.= 0.41 , R² = 0.35

(0.090) (0.073)
5.20 5.63

X6 = 0.41*PRODUK, Errorvar.= 0.55 , R² = 0.24

(0.100) (0.097)
4.15 5.66

X7 = 0.74*PRODUK, Errorvar.= 0.11 , R² = 0.83

(0.081) (0.041)
9.19 2.68

X8 = 0.77*PRODUK, Errorvar.= 0.055 , R² = 0.92

(0.075) (0.026)
10.25 2.09

X9 = 0.79*PRODUK, Errorvar.= 0.025 , R² = 0.96

(0.074) (0.026)
10.71 0.96

X10 = 0.81*HARGA, Errorvar.= 0.050, R² = 0.93

(0.077)
10.60

$$X11 = 0.85*TEMPAT, \text{Errorvar.} = 0.050, R^2 = 0.94$$

(0.080)

10.66

$$X12 = 0.86*PROMOSI, \text{Errorvar.} = 0.050, R^2 = 0.94$$

(0.081)

10.68

$$X13 = 0.72*PROMOSI, \text{Errorvar.} = 0.24, R^2 = 0.68$$

(0.089)

(0.049)

8.05

4.99

$$\text{Error Covariance for X2 and X1} = 0.36$$

(0.092)

3.92

$$\text{Error Covariance for X3 and X1} = 0.18$$

(0.067)

2.74

$$\text{Error Covariance for X3 and X2} = 0.20$$

(0.068)

3.01

$$\text{Error Covariance for X4 and X3} = 0.39$$

(0.090)

4.27

$$\text{Error Covariance for X8 and X7} = 0.060$$

(0.030)

2.22

$$\text{Error Covariance for X9 and X7} = 0.013$$

(0.016)

0.84

$$\text{KEPUASAN} = -0.060 \cdot \text{PRODUK} + 0.040 \cdot \text{HARGA} - 0.085 \cdot \text{TEMPAT} - 0.0022 \cdot \text{PROMOSI},$$

Errorvar.= 0.050, R² = 0.025

(0.045)	(0.050)	(0.053)	(0.049)
-1.23	-0.79	-1.62	0.045

$$\text{LOYALITA} = 1.00 \cdot \text{KEPUASAN}$$

Correlation Matrix of Independent Variables

	PRODUK	HARGA	TEMPAT	PROMOSI
	-----	-----	-----	-----
PRODUK	1.00			
HARGA	-0.04 (0.13)	1.00		
	-0.27			
TEMPAT	0.27 (0.12)	0.28 (0.12)	1.00	
	2.24	2.23		
PROMOSI	0.20 (0.12)	0.27 (0.12)	0.25 (0.12)	1.00
	1.62	2.15	2.03	

Covariance Matrix of Latent Variables

	KEPUASAN	LOYALITA	PRODUK	HARGA	TEMPAT	PROMOSI
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
KEPUASAN	0.05					
LOYALITA	0.05	0.10				
PRODUK	-0.04	-0.04	1.00			
HARGA	0.00	0.00	-0.04	1.00		
TEMPAT	-0.04	-0.04	0.27	0.28	1.00	

PROMOSI -0.02 -0.02 0.20 0.27 0.25 1.00

Goodness of Fit Statistics

Degrees of Freedom = 140

Minimum Fit Function Chi-Square = 201.16 (P = 0.00023)

Normal Theory Weighted Least Squares Chi-Square = 175.02 (P = 0.017)

Estimated Non-centrality Parameter (NCP) = 37.70

90 Percent Confidence Interval for NCP = (7.58 ; 75.96)

Minimum Fit Function Value = 3.17

Population Discrepancy Function Value (F0) = 0.58

90 Percent Confidence Interval for F0 = (0.096 ; 1.14)

Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) = 0.064

90 Percent Confidence Interval for RMSEA = (0.026 ; 0.090)

P-Value for Test of Close Fit (RMSEA < 0.05) = 0.24

Expected Cross-Validation Index (ECVI) = 4.26

90 Percent Confidence Interval for ECVI = (3.80 ; 4.85)

ECVI for Saturated Model = 5.85

ECVI for Independence Model = 13.20

Chi-Square for Independence Model with 171 Degrees of Freedom = 820.10

Independence AIC = 858.10

Model AIC = 277.02

Saturated AIC = 380.00

Independence CAIC = 918.70

Model CAIC = 439.70

Saturated CAIC = 986.03

Root Mean Square Residual (RMR) = 0.076

Standardized RMR = 0.11

Goodness of Fit Index (GFI) = 0.78

Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI) = 0.70

Parsimony Goodness of Fit Index (PGFI) = 0.57

Normed Fit Index (NFI) = 0.75

Non-Normed Fit Index (NNFI) = 0.88

Parsimony Normed Fit Index (PNFI) = 0.61

Comparative Fit Index (CFI) = 0.90

Incremental Fit Index (IFI) = 0.90

Relative Fit Index (RFI) = 0.70

Critical N (CN) = 58.33

Standardized Solution

LAMBDA-Y

KEPUASAN LOYALITA

	-----	-----
Y1	0.26	--
Y2	--	0.44
Y3	--	0.62
Y4	--	0.37
Y5	--	0.30
Y6	--	0.28

LAMBDA-X

PRODUK HARGA TEMPAT PROMOSI

	-----	-----	-----	-----
X1	0.31	--	--	--
X2	0.36	--	--	--
X3	0.25	--	--	--
X4	0.09	--	--	--
X5	0.47	--	--	--

X6	0.41	--	--	--
X7	0.75	--	--	--
X8	0.77	--	--	--
X9	0.79	--	--	--
X10	--	0.81	--	--
X11	--	--	0.85	--
X12	--	--	--	0.86
X13	--	--	--	0.72

BETA

KEPUASAN LOYALITAS

	-----	-----
KEPUASAN	--	--
LOYALITAS	0.72	--

GAMMA

	PRODUK	HARGA	TEMPAT	PROMOSI
	-----	-----	-----	-----
KEPUASAN	-0.12	0.04	-0.16	-0.03
LOYALITA	--	--	--	--

Correlation Matrix of ETA and KSI

	KEPUASAN	LOYALITA	PRODUK	HARGA	TEMPAT	PROMOSI
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
KEPUASAN	1.00					
LOYALITA	0.72	1.00				
PRODUK	-0.17	-0.12	1.00			
HARGA	-0.01	-0.01	-0.04	1.00		
TEMPAT	-0.19	-0.14	0.27	0.28	1.00	

PROMOSI	-0.08	-0.06	0.20	0.27	0.25	1.00
---------	-------	-------	------	------	------	------

PSI

Note: This matrix is diagonal.

KEPUASAN LOYALITA

-----	-----
0.75	0.43

Regression Matrix ETA on KSI (Standardized)

	PRODUK	HARGA	TEMPAT	PROMOSI
	-----	-----	-----	-----
KEPUASAN	-0.23	-0.15	-0.33	0.01
LOYALITAS	-0.18	-0.12	-0.25	0.01

Completely Standardized Solution

LAMBDA-Y

KEPUASAN LOYALITA

	-----	-----
Y1	0.85	--
Y2	--	0.62
Y3	--	0.61
Y4	--	0.50
Y5	--	0.23
Y6	--	0.50

LAMBDA-X

	PRODUK	HARGA	TEMPAT	PROMOSI
	-----	-----	-----	-----
X1	0.36	--	--	--
X2	0.41	--	--	--
X3	0.31	--	--	--
X4	0.10	--	--	--
X5	0.59	--	--	--
X6	0.49	--	--	--
X7	0.92	--	--	--
X8	0.96	--	--	--
X9	0.98	--	--	--
X10	--	0.96	--	--
X11	--	--	0.97	--
X12	--	--	--	0.97
X13	--	--	--	0.83

BETA

	KEPUASAN	LOYALITA
	-----	-----
KEPUASAN	--	--
LOYALITAS	0.76	--

GAMMA

	PRODUK	HARGA	TEMPAT	PROMOSI
	-----	-----	-----	-----
KEPUASAN	-0.23	-0.15	-0.33	0.01
LOYALITAS	--	--	--	--

Correlation Matrix of ETA and KSI

	KEPUASAN	LOYALITA	PRODUK	HARGA	TEMPAT	PROMOSI
KEPUASAN	1.00					
LOYALITA	0.72	1.00				
PRODUK	-0.17	-0.12	1.00			
HARGA	-0.01	-0.01	-0.04	1.00		
TEMPAT	-0.19	-0.14	0.27	0.28	1.00	
PROMOSI	-0.08	-0.06	0.20	0.27	0.25	1.00

PSI

Note: This matrix is diagonal.

KEPUASAN LOYALITA

0.75	0.43
------	------

THETA-EPS

Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6
0.87	0.76	0.35	0.80	0.88	0.86

THETA-DELTA

X1	X2	X3	X4	X5	X6
0.87					
0.48	0.84				
0.26	0.28	0.90			
--	--	0.55	0.99		
--	--	--	--	0.65	

X6	--	--	--	--	--	0.76
X7	--	--	--	--	--	--
X8	--	--	--	--	--	--
X9	--	--	--	--	--	--
X10	--	--	--	--	--	--
X11	--	--	--	--	--	--
X12	--	--	--	--	--	--
X13	--	--	--	--	--	--

THETA-DELTA

	X7	X8	X9	X10	X11	X12
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
X7	0.17					
X8	0.10	0.08				
X9	0.02	--	0.04			
X10	--	--	--	0.07		
X11	--	--	--	--	0.06	
X12	--	--	--	--	--	0.06
X13	--	--	--	--	--	--

THETA-DELTA

	X13

X13	0.32

Regression Matrix ETA on KSI (Standardized)

	PRODUK	HARGA	TEMPAT	PROMOSI
KEPUASAN	-0.23	-0.15	-0.33	0.01
LOYALITAS	-0.18	-0.12	-0.25	0.01

The Problem used 61768 Bytes (= 0.1% of Available Workspace)

Time used: 0.129 Seconds

ampiran 7. Data responden penelitian

Responden	Umur (tahun)	Pendidikan	Pekerjaan	Pendapatan rumah tangga (rupiah)	Jumlah anggota rumah tangga	Konsumsi gula (Kilogram)	Konsumsi Gula (kilogram)
1	56	sma	wiraswasta	4.000.000	5	2	4
2	59	sd	ibu rt	5.000.000	4	1	4
3	51	sma	ibu rt	3.000.000	6	2	5
4	35	s1	ibu rt	3.500.000	4	2	4
5	35	d3	karyawan	3.700.000	6	1	4
6	32	sma	karyawan	6.500.000	2	0	2
7	52	d3	pns	2.500.000	4	1	4
8	32	sma	pedagang	2.500.000	2	0	2
9	34	d3	karyawan	8.000.000	3	1	5
10	56	d3	guru	3.000.000	4	2	3
11	45	s1	pns	6.000.000	4	1	3
12	33	s1	pns	4.000.000	2	1	3
13	23	sma	ibu rt	2.000.000	3	1	2
14	46	sma	pns	5.000.000	5	1	3
15	43	d3	pns	5.000.000	5	0	4
16	40	s1	pns	4.500.000	4	0	2
17	54	s1	pns	6.000.000	5	0	4
18	28	d3	pns	4.000.000	5	1	4
19	25	sma	ibu rt	1.500.000	3	1	1
20	35	sma	ibu rt	2.000.000	4	0	3
21	34	sma	ibu rt	2.000.000	4	1	2

22	45	d3	pns	5.500.000	5	0	4
23	38	S1	pns	4.000.000	4	0,5	2
24	43	PGSD	ibu rt	2.000.000	3	0,5	2
25	49	S1	pns	3.500.000	4	1	3
26	38	sma	pedagang	3.000.000	4	1	4
27	38	s1	ibu rt	2.500.000	4	0	3
28	58	s1	pns	6.000.000	6	0	5
29	31	s2	pns	4.000.000	3	0	2
30	45	s1	pns	4.500.000	5	0	4
31	32	s2	pns	5.500.000	3	0	2
32	46	sma	ibu rt	3.000.000	7	2	2
33	48	s1	pns	4.000.000	4	0	3
34	28	s1	karyawan	3.000.000	3	0	2
35	45	sma	ibu rt	2.500.000	4	0	3
36	59	sma	ibu rt	4.000.000	6	1	4
37	50	s1	pns	5.500.000	6	1	4
38	49	d3	ibu rt	5.000.000	7	2	4
39	40	s1	karyawan	3.000.000	4	0	3
40	48	sma	pedagang	5.000.000	5	0	4
41	49	s1	karyawan	4.000.000	5	0	3.
42	27	sma	karyawan	2.000.000	3	1	2.
43	50	sma	ibu rt	3.000.000	6	2	3
44	30	sma	ibu rt	1.500.000	3	0	2
45	50	d3	pns	5.000.000	6	0	4
46	55	s1	pns	6.000.000	6	0	4
47	42	s1	karyawan	4.000.000	5	0	3

48	35	s1	pns	3.500.000	4	0	3
49	39	s1	karyawan	4.000.000	4	1	2
50	40	s1	pns	3..500.000	5	1	3
51	45	s1	karyawan	5000.000	5	0	4
52	50	d3	ibu rt	4.000.000	6	0	4
53	33	sma	ibu rt	2.000.000	3	0	2
54	40	s1	karyawan	5.000.000	4	0	3
55	39	s1	pns	3.500.000	5	0	4
56	48	sma	ibu rt	3.500.000	5	2	2
57	45	sma	ibu rt	2.000.000	4	1	2
58	37	sma	ibu rt	2.000.000	3	1	2
59	33	d3	karyawan	3.000.000	4	0	2
60	48	sma	ibu rt	3.000.000	4	0	3
61	42	d3	bidan	3.500.000	5	0	3
62	39	s1	pns	4.000.000	4	1	2
63	37	sma	ibu rt	3.500.000	4	1	2
64	45	sma	ibu rt	2.500.000	6	1	3
65	46	s1	pns	5.500.000	5	0	3
66	30	s1	karyawan	3.500.000	4	0	2