



<b>Critical Values for the t-Distribution (Two-Tailed)</b>					
<b>v = n - 2</b>	<b><math>\alpha</math></b>				
	<b>0.1</b>	<b>0.05</b>	<b>0.025</b>	<b>0.01</b>	<b>0.005</b>
<b>86</b>	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
<b>87</b>	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
<b>88</b>	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
<b>89</b>	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
<b>90</b>	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
<b>91</b>	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
<b>92</b>	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
<b>93</b>	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
<b>94</b>	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
<b>95</b>	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
<b>96</b>	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
<b>97</b>	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
<b>98</b>	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
<b>99</b>	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
<b>100</b>	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

## Output SPSS

### 1. Korelasi

<i>Correlations</i>				
			<i>Customer_Relationship_Management</i>	<i>Loyalitas</i>
<i>Spearman's rho</i>	<i>Customer_Relationship_Management</i>	<i>Correlation Coefficient</i>	<b>1.000</b>	<b>.485**</b>
		<i>Sig. (2-tailed)</i>		<b>.000</b>
		<i>N</i>	<b>100</b>	<b>100</b>
	<i>Loyalitas</i>	<i>Correlation Coefficient</i>	<b>.485**</b>	<b>1.000</b>
		<i>Sig. (2-tailed)</i>	<b>.000</b>	
		<i>N</i>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>**.</b> <i>Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).</i>				

<i>Correlations</i>				
			<i>Data dan Informasi</i>	<i>Loyalitas</i>
<i>Spearman's rho</i>	<i>Data dan Informasi</i>	<i>Correlation Coefficient</i>	<b>1.000</b>	<b>.440**</b>
		<i>Sig. (2-tailed)</i>		<b>.000</b>
		<i>N</i>	<b>100</b>	<b>100</b>
	<i>Loyalitas</i>	<i>Correlation Coefficient</i>	<b>.440**</b>	<b>1.000</b>
		<i>Sig. (2-tailed)</i>	<b>.000</b>	
		<i>N</i>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>**.</b> <i>Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).</i>				

<i>Correlations</i>
---------------------

			Proses	Loyalitas
<i>Spearman's rho</i>	Proses	<i>Correlation Coefficient</i>	1.000	.358**
		<i>Sig. (2-tailed)</i>		.000
		N	100	100
	Loyalitas	<i>Correlation Coefficient</i>	.358**	1.000
		<i>Sig. (2-tailed)</i>	.000	
		N	100	100

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

<i>Correlations</i>				
			Teknologi	Loyalitas
<i>Spearman's rho</i>	Teknologi	<i>Correlation Coefficient</i>	1.000	.459**
		<i>Sig. (2-tailed)</i>		.000
		N	100	100
	Loyalitas	<i>Correlation Coefficient</i>	.459**	1.000
		<i>Sig. (2-tailed)</i>	.000	
		N	100	100

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

<i>Correlations</i>				
			SDM	Loyalitas
<i>Spearman's rho</i>	SDM	<i>Correlation Coefficient</i>	1.000	.380**
		<i>Sig. (2-tailed)</i>		.000
		N	100	100
	Loyalitas	<i>Correlation Coefficient</i>	.380**	1.000
		<i>Sig. (2-tailed)</i>	.000	
		N	100	100

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

## PEDOMAN KUESIONER

### HUBUNGAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DENGAN LOYALITAS PELANGGAN DI EIGER SETIABUDI BANDUNG

---

Bandung, 7 Juli 2015

Responden yang terhormat,

Saya mengucapkan terimakasih atas kesedian Bapak/Ibu/Sdr/i meluangkan waktu untuk mengisi pedoman kuesioner ini.

Tujuan dari pengisian pedoman kuesioner ini adalah untuk memperoleh data sampel yang dilakukan untuk penelitian mengenai “Hubungan *Customer Relationship Management* dengan Loyalitas Pelanggan di Eiger Setiabudi Bandung”. Penelitian tersebut dilaksanakan sebagai salah satu syarat untuk menyusun skripsi pada program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Bandung.

Atas perhatian dan partisipasinya saya mengucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Nizar Ilyasa

## Bagian I.

### Profil Responden

Berikan tanda silang (X) untuk setiap jawaban yang anda anggap tepat.

1. Jenis kelamin
  - a. Pria
  - b. Wanita
2. Usia anda
  - a. < 20 tahun
  - b. 21 – 25 tahun
  - c. 26 – 30 tahun
  - d. 31 – 35 tahun
  - e. 36 – 40 tahun
  - f. > 41 tahun
3. Pekerjaan anda saat ini
  - a. Mahasiswa
  - b. Pegawai negeri
  - c. Wiraswasta/pengusaha
  - d. Pegawai swasta
  - e. Lainnya
4. Aktivitas alam terbuka yang anda gemari
  - a. Hiking
  - b. Rock Climbing
  - c. Biking
  - d. Mounteneering
  - e. Traveling
  - f. Olahraga Arus Deras
5. Pengalaman berkegiatan aktivitas alam terbuka
  - a. < 1 tahun
  - b. 1 – 2 tahun
  - c. 2 – 3 tahun
  - d. 3 – 4 tahun
  - e. 4 – 5 tahun
  - f. > 5 tahun

## Bagian II. *Customer Relationship Management*

Berikan tanda silang (X) pada kolom yang sesuai dengan pendapat anda.

Keterangan: SS = Sangat setuju                      TS = Tidak setuju  
S = Setuju    STS = Sangat tidak setuju  
RG = Ragu-ragu

### Data dan Informasi

No	Pernyataan	SS	S	RG	TS	STS
1	Perusahaan Eiger memiliki informasi mengenai nama, alamat rumah, email tempat tanggal lahir, nomor telepon.					
2	Perusahaan Eiger mengetahui orang yang berpengaruh terhadap anda dalam pembelian produk Eiger					
3	Perusahaan Eiger mengetahui produk Eiger apa yang telah anda beli					
4	Perusahaan Eiger mengetahui produk Eiger yang ditawarkan kepada anda, tetapi tidak anda beli					
5	Perusahaan Eiger pernah meminta masukan tentang produknya kepada anda.					
6	Saya membeli produk Eiger pada saat ada diskon					
7	Saya membeli produk Eiger ketika ingin saja					
8	Saya membeli produk Eiger ketika punya uang					
9	Saya membeli produk Eiger karena keuntungannya tahan lama					
10	Perusahaan Eiger membuat desain produknya sesuai dengan keinginan anda					
11	Perusahaan Eiger memahami media komunikasi apa yang paling disukai anda.					
12	Perusahaan Eiger membuat produk dengan standar internasional					

### Proses

No	Pernyataan	SS	S	RG	TS	STS
13	Perusahaan Eiger memberikan pengetahuan produk sampai merekomendasikan produk yang cocok ketika anda memasuki toko walaupun anda hanya melihat-lihat saja produk Eiger dan tidak membeli.					
14	Perusahaan Eiger memberikan kemudahan akses dalam respon cepat tanggap tentang layanan keluhan baik secara offline maupun online.					

15	Perusahaan Eiger memberikan pelayanan terbaik pada saat interaksi sedang berlangsung.					
----	---	--	--	--	--	--

### **Teknologi**

No	Pernyataan	SS	S	RG	TS	STS
16	Perusahaan Eiger membuat website yang memberikan informasi tentang produk dengan jelas.					
17	Perusahaan Eiger membuat website yang mengedukasi anda melalui tips-tips seputar <i>outdoor activity</i>					
18	Perusahaan Eiger mempunyai media sosial yang informative dan edukatif secara berkala dan berkelanjutan.					
19	Perusahaan Eiger memberikan informasi audio visual yang menarik mengenai produknya melalui youtube.					
20	Perusahaan Eiger membuat email yang memberikan konten yang bermanfaat secara berkala dan berkelanjutan.					
21	Perusahaan Eiger memberikan perhatian dengan mengirimkan ucapan selamat pada hari ulang tahun anda melalui pesan singkat (SMS).					
22	Perusahaan Eiger memberikan perhatian dengan mengirimkan ucapan selamat hari raya melalui pesan singkat (SMS).					
23	Perusahaan Eiger mempunyai layanan <i>call center</i> yang maksimal untuk penanganan keluhan dan memberi informasi tentang produknya.					

### **Sumber daya manusia**

No	Pernyataan	SS	S	RG	TS	STS
24	Wiraniaga Eiger berpenampilan pegiat alam bebas yang sopan dan serasi					
25	Wiraniaga Eiger bersikap simpati dan bersahabat					
26	Wiraniaga Eiger memberikan pelayanan yang ramah dengan murah senyum dan sambutan ketika tiba di toko Eiger.					
27	Wiraniaga Eiger membantu dengan sabar sampai kebutuhan anda terpenuhi					
28	Wiraniaga Eiger memberikan informasi yang lengkap tentang spesifikasi produk menurut fungsi dan kebutuhannya					
29	Wiraniaga Eiger mendengarkan dengan antusias hasrat dan kegelisahan anda					



### Bagian III. Loyalitas Pelanggan

Berikan tanda silang (X) pada kolom yang sesuai dengan pendapat anda.

No	Pernyataan	SS	S	RG	TS	STS
30	Saya melakukan pembelian ulang produk Eiger secara teratur.					
31	Saya membeli beberapa jenis produk dari Eiger					
32	Saya merekomendasikan produk Eiger kepada orang lain.					
33	Saya tidak terpengaruh oleh promosi perusahaan <i>adventure gears</i> lain.					

