



## KUESIONER

Kepada Yth

**Bapak/Ibu/Saudara/I**

**Nasabah PT. BPRS Artha Mas Abadi**

Di Tempat

Assalamualaikum Wr.Wb

Dengan Hormat,

Bersama ini saya,

Nama : Nur Jamilatul Mila

Nim : 201511419

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas : Universitas Muria Kudus

Meminta kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/I nasabah PT. BPRS Artha Mas Abadi untuk mengisi kuesioner penelitian yang berjudul “**Pengaruh Kualitas Pelayanan, Relationship Marketing Dan Corporate Social Responsibility Melalui Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Studi Kasus Pada PT BPRS Artha Mas Abadi**”. kuesioner dibawah ini hanya digunakan untuk penelitian dan kerahasiaan jawaban akan saya jaga dengan hati-hati.

Atas kerjasamanya dan bantuan yang diberikan Bapak/Ibu/Saudara/I. Saya mengucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Peneliti

**Nur Jamilatul Mila**

### A. Identitas Responden

Nama : ..... (boleh tidak diisi)

Jenis kelamin : a. Laki-laki b. Perempuan

Umur : a. < 20 Tahun c. 31-40 Tahun

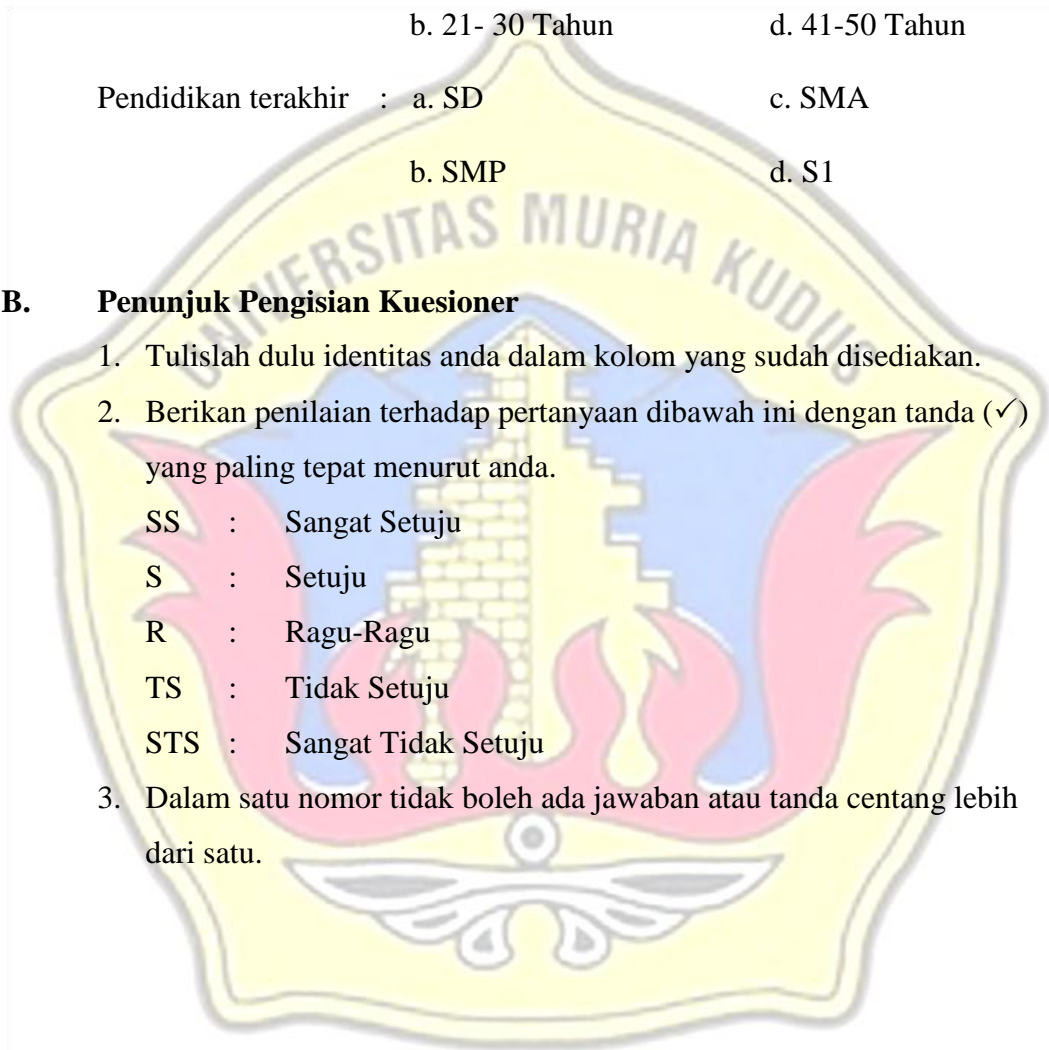
b. 21- 30 Tahun d. 41-50 Tahun

Pendidikan terakhir : a. SD c. SMA

b. SMP d. S1

### B. Penunjuk Pengisian Kuesioner

1. Tulislah dulu identitas anda dalam kolom yang sudah disediakan.
2. Berikan penilaian terhadap pertanyaan dibawah ini dengan tanda (✓) yang paling tepat menurut anda.
  - SS : Sangat Setuju
  - S : Setuju
  - R : Ragu-Ragu
  - TS : Tidak Setuju
  - STS : Sangat Tidak Setuju
3. Dalam satu nomor tidak boleh ada jawaban atau tanda centang lebih dari satu.



### A. KUALITAS PELAYANAN

No	Pertanyaan	Penilaian				
		SS	S	R	TS	STS
1.	Apakah PT. BPRS Artha Mas Abadi memiliki peralatan dan teknologi yang modern.					
2.	Apakah PT. BPRS Artha Mas Abadi menyediakan layanan sesuai yang dijanjikan.					
3.	Apakah karyawan PT. BPRS Artha Mas Abadi memberikan pelayanan terhadap nasabah dengan cepat dan tepat waktu.					
4.	Apakah karyawan PT. BPRS Artha Mas Abadi memberikan rasa aman dalam memberikan layanan terhadap nasabah.					
5.	Apakah karyawan PT. BPRS Artha Mas Abadi memperhatikan terhadap kepentingan nasabah (memberikan konsultasi nasabah).					

### B. RELATIONSHIP MARKETING

No	Pertanyaan	Penilaian				
		SS	S	R	TS	STS
1.	Apakah anda percaya bahwa PT. BPRS Artha Mas Abadi memberikan keamanan dalam bertransaksi yang dapat diandalkan.					
2.	Apakah karyawan PT. BPRS Artha Mas Abadi memiliki komitmen dalam memberikan pelayanan pada waktu yang tepat.					
3.	Apakah informasi yang diberikan oleh PT. BPRS Artha Mas Abadi kepada nasabah selalu akurat dan tepat waktu.					
4.	Apakah PT. BPRS Artha Mas Abadi dapat menyelesaikan masalah konflik sebelum menimbulkan masalah.					

### C. CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

No	Pertanyaan	Penilaian				
		SS	S	R	TS	STS
1.	Apakah anda setuju dengan memberikan pemeliharaan terhadap lingkungan adalah kegiatan yang bermanfaat dan perlu dilanjutkan oleh PT. BPRS Artha Mas Abadi.					
2.	Apakah anda setuju dengan memberikan bantuan beasiswa dan pengadaan fasilitas belajar adalah kegiatan yang bermanfaat dan perlu dilanjutkan oleh PT. BPRS Artha Mas Abadi					
3.	Apakah anda setuju dengan memberikan fasilitas pembiayaan dengan persyaratan ringan dan untuk pengembangan usaha adalah kegiatan yang bermanfaat dan perlu dilanjutkan oleh PT. BPRS Artha Mas Abadi.					
4.	Apakah anda setuju dengan memberikan bantuan dilokasi bencana alam adalah kegiatan yang bermanfaat dan perlu dilanjutkan oleh PT. BPRS Artha Mas Abadi.					

### D. KEPUASAN NASABAH

No	Pertanyaan	Penilaian				
		SS	S	R	TS	STS
1.	Apakah anda puas terhadap sistem perbankan (proses pinjaman) yang diberikan PT. BPRS Artha Mas Abadi.					
2.	Apakah anda puas dengan pelayanan yang diberikan oleh PT. BPRS Artha Mas Abadi.					
3.	Apakah anda puas dengan kinerja perbankan di PT. BPRS Artha Mas Abadi.					
4.	Apakah puas dengan penanganan keluhan nasabah yang ditangani oleh PT. BPRS Artha					

	Mas Abadi.					
--	------------	--	--	--	--	--

**E. LOYALITAS NASABAH**

No	Pertanyaan	Penilaian				
		SS	S	R	TS	STS
1.	Apakah anda akan merekomendasikan kepada teman dan saudara untuk meggunakan produk dan menjadi nasabah di PT. BPRS Artha Mas Abadi.					
2.	Apakah anda akan tetap menjadi nasabah PT. BPRS Artha Mas Abadi walaupun banyak bank lain yang memberikan penawaran kepada anda.					
3.	Apakah anda akan terus menggunakan produk perbankan secara berkelanjutan di PT. BPRS Artha Mas Abadi.					
4.	Apakah Produk- produk yang ada di PT. BPRS Artha Mas Abadi sangat menarik dan anda bersedia menggunakan produk lain yang ditawarkan BPRS Artha Mas Abadi.					











**Statistics**

		Jenis_Kelamin	Usia	Pendidikan_Terakhir
N	Valid	105	105	105
	Missing	0	0	0

**Frequency Table**

**Jenis\_Kelamin**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	49	46,7	46,7	46,7
	Perempuan	56	53,3	53,3	100,0
	Total	105	100,0	100,0	

**Usia**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<20 Tahun	32	30,5	30,5	30,5
	20-30 Tahun	31	29,5	29,5	60,0
	31-40 Tahun	23	21,9	21,9	81,9
	41-50 Tahun	19	18,1	18,1	100,0
	Total	105	100,0	100,0	

**Pendidikan\_Terakhir**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SD	24	22,9	22,9	22,9
	SMP	32	30,5	30,5	53,3
	SMA	41	39,0	39,0	92,4
	S1	8	7,6	7,6	100,0
	Total	105	100,0	100,0	

### Data Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ )

#### Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
KP1	105	2	5	3,69	,788
KP2	105	2	5	3,75	,731
KP3	105	2	5	3,65	,772
KP4	105	2	5	3,63	,775
KP5	105	2	5	3,82	,718
Valid N (listwise)	105				

### Data Deskripsi Variabel Relationship Marketing ( $X_2$ )

#### Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
RM1	105	3	5	3,78	,679
RM2	105	2	5	3,60	,804
RM3	105	2	5	3,72	,700
RM4	105	3	5	3,71	,646
Valid N (listwise)	105				

### Data Deskripsi Variabel Corporate Social Responsibility ( $X_3$ )

#### Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR1	105	3	5	4,07	,697
CSR2	105	3	5	3,98	,554
CSR3	105	3	5	4,04	,603
CSR4	105	2	5	3,90	,678
Valid N (listwise)	105				

### Data Deskripsi Variabel Kepuasan Nasabah ( $Y_1$ )

#### Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
KN1	105	2	5	3,64	,709
KN2	105	2	5	3,72	,727
KN3	105	3	5	3,71	,675
KN4	105	3	5	3,70	,667
Valid N (listwise)	105				

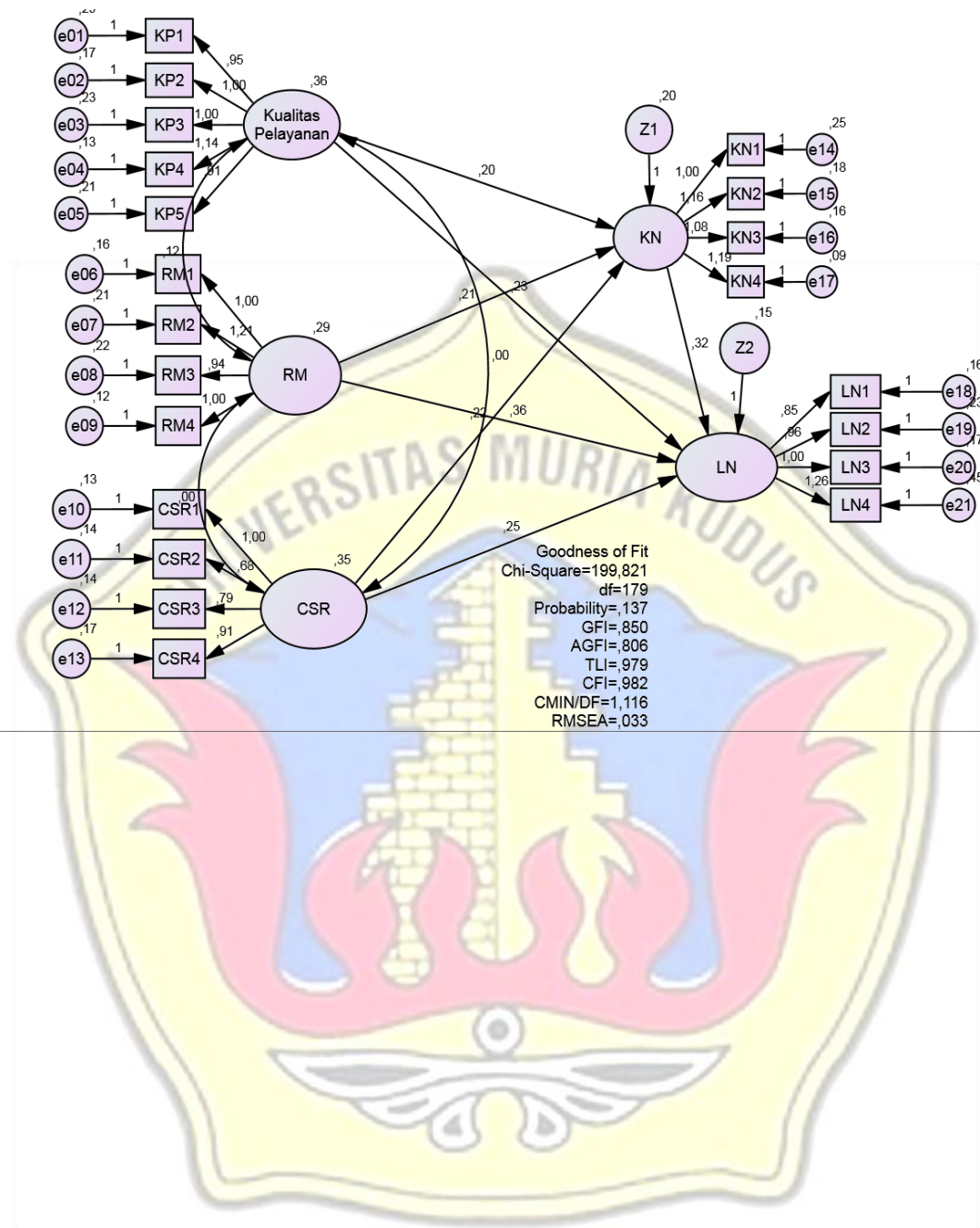
**Data Deskripsi Variabel Loyalitas Nasabah (Y<sub>2</sub>)****Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
LN1	105	2	5	3,67	,630
LN2	105	2	5	3,56	,733
LN3	105	2	5	3,56	,706
LN4	105	2	5	3,57	,989
Valid N (listwise)	105				





**1. GAMBAR UJI VALIDITAS FULL MEASUREMENT**



## 2. TABEL STANDARDIZED REGRESSION WEIGHTS

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

			Estimate
KP3	<---	KP	,794
KP2	<---	KP	,825
KP1	<---	KP	,727
RM4	<---	RM	,850
RM3	<---	RM	,718
RM2	<---	RM	,826
RM1	<---	RM	,804
CSR4	<---	CSR	,795
CSR3	<---	CSR	,772
CSR2	<---	CSR	,730
CSR1	<---	CSR	,856
KP4	<---	KP	,887
KP5	<---	KP	,759
KN1	<---	KN	,708
KN2	<---	KN	,809
KN3	<---	KN	,798
KN4	<---	KN	,906
LN3	<---	LN	,818
LN2	<---	LN	,741
LN1	<---	LN	,763
LN4	<---	LN	,734

## 3. UJI RELIABILITAS (CR, VE)

### a. Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan

Indikator		Variabel	Standar Loading	(Standar Loading) <sup>2</sup>	$\Sigma \epsilon_j$	CR	VE
KP.1	<---	Kualitas Pelayanan	0,727	0,529	0,471	0,899	0,640
KP.2	<---	Kualitas Pelayanan	0,825	0,681	0,319		
KP.3	<---	Kualitas Pelayanan	0,794	0,630	0,370		
KP.4	<---	Kualitas Pelayanan	0,887	0,787	0,213		
KP.5	<---	Kualitas Pelayanan	0,759	0,576	0,424		
		$\Sigma$	3,992	3,202	1,798		
		$\Sigma^2$	15,936				



### b. Uji Reliabilitas Variabel Relationship Marketing

Indikator		Variabel	Standar Loading	(Standar Loading) <sup>2</sup>	$\Sigma \epsilon_j$	CR	VE
RM.1	<---	Relationship Marketing	0,804	0,646	0,354	0,877	0,642
RM.2	<---	Relationship Marketing	0,826	0,682	0,318		
RM.3	<---	Relationship Marketing	0,718	0,516	0,484		
RM.4	<---	Relationship Marketing	0,850	0,723	0,278		
		$\Sigma$	3,198	2,567	1,433		
		$\Sigma^2$	10,227				

### c. Uji Reliabilitas Variabel Corporate Social Responsibility

Indikator		Variabel	Standar Loading	(Standar Loading) <sup>2</sup>	$\Sigma \epsilon_j$	CR	VE
CSR.1	<---	Corporate Social Responsibility	0,795	0,632	0,368	0,868	0,623
CSR.2	<---	Corporate Social Responsibility	0,772	0,596	0,404		
CSR.3	<---	Corporate Social Responsibility	0,730	0,533	0,467		
CSR.4	<---	Corporate Social Responsibility	0,856	0,733	0,267		
		$\Sigma$	3,153	2,494	1,506		
		$\Sigma^2$	9,941				

### d. Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Nasabah

Indikator		Variabel	Standar Loading	(Standar Loading) <sup>2</sup>	$\Sigma \epsilon_j$	CR	VE
KN.1	<---	Kepuasan Nasabah	0,708	0,501	0,499	0,882	0,653
KN.2	<---	Kepuasan Nasabah	0,809	0,654	0,346		
KN.3	<---	Kepuasan Nasabah	0,798	0,637	0,363		
KN.4	<---	Kepuasan Nasabah	0,906	0,821	0,179		
		$\Sigma$	3,221	2,613	1,387		
		$\Sigma^2$	10,375				

### e. Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Nasabah

Indikator		Variabel	Standar Loading	(Standar Loading) <sup>2</sup>	$\Sigma \epsilon_j$	CR	VE
LN.1	<---	Loyalitas Nasabah	0,763	0,582	0,418	0,849	0,585
LN.2	<---	Loyalitas Nasabah	0,741	0,549	0,451		
LN.3	<---	Loyalitas Nasabah	0,818	0,669	0,331		
LN.4	<---	Loyalitas Nasabah	0,734	0,539	0,461		
		$\Sigma$	3,056	2,339	1,661		
		$\Sigma^2$	9,339				

#### 4. TABEL UJI NORMALITAS DATA

##### Assessment of normality (Group number 1)

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
LN4	2,000	5,000	-,199	-,834	-,979	-2,047
KP5	2,000	5,000	-,191	-,798	-,179	-,374
KP4	2,000	5,000	,125	,524	-,522	-1,092
LN1	2,000	5,000	,163	,681	-,432	-,904
LN2	2,000	5,000	,006	,023	-,299	-,626
LN3	2,000	5,000	-,138	-,577	-,203	-,424
KN4	3,000	5,000	,432	1,807	-,767	-1,605
KN3	3,000	5,000	,411	1,719	-,804	-1,682
KN2	2,000	5,000	,170	,712	-,614	-1,285
KN1	2,000	5,000	-,008	-,034	-,280	-,586
CSR1	3,000	5,000	-,090	-,374	-,924	-1,933
CSR2	3,000	5,000	-,010	-,041	,281	,587
CSR3	3,000	5,000	-,015	-,061	-,235	-,492
CSR4	2,000	5,000	-,243	-1,016	,052	,109
RM1	3,000	5,000	,297	1,242	-,837	-1,751
RM2	2,000	5,000	-,049	-,205	-,475	-,994
RM3	2,000	5,000	,097	,408	-,461	-,964
RM4	3,000	5,000	,346	1,449	-,713	-1,491
KP1	2,000	5,000	-,213	-,891	-,333	-,697
KP2	2,000	5,000	-,028	-,117	-,414	-,865
KP3	2,000	5,000	,065	,272	-,495	-1,036
Multivariate					24,230	2,494

#### 5. TABEL MAHALANOBIS D-SQUARED

##### Observations farthest from the centroid (Mahalanobis distance) (Group number 1)

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
42	37,085	,016	,825
34	35,493	,025	,739
75	34,812	,030	,604
44	33,428	,042	,642
1	32,668	,050	,608
63	32,512	,052	,465
53	32,483	,052	,310
105	32,271	,055	,220
5	32,220	,056	,131

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
4	31,742	,062	,118
83	31,736	,062	,063
38	31,537	,065	,041
3	31,153	,071	,036
11	31,141	,071	,017
81	31,118	,072	,008
71	31,032	,073	,004
2	30,805	,077	,003
85	30,276	,087	,004
55	30,152	,089	,002
23	29,198	,109	,010
13	28,877	,117	,010
89	28,782	,119	,006
32	28,348	,131	,008
16	28,213	,134	,006
87	28,037	,139	,004
60	27,112	,167	,023
25	26,746	,179	,030
84	26,680	,182	,020
10	26,109	,202	,043
92	25,305	,234	,130
103	25,285	,235	,092
82	25,149	,241	,080
78	24,561	,267	,160
8	23,907	,298	,312
36	23,664	,310	,333
26	23,512	,317	,320
70	23,438	,321	,278
30	23,000	,344	,384
57	22,931	,348	,338
51	22,869	,351	,292
22	22,840	,353	,237
35	22,828	,353	,183
12	22,655	,363	,184
61	22,312	,382	,245
41	21,816	,410	,386
69	21,750	,414	,342
99	21,714	,416	,288
49	21,691	,417	,234
86	21,591	,423	,212
98	21,240	,444	,288
9	20,774	,473	,433

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
21	20,519	,489	,485
59	20,509	,489	,413
17	20,382	,497	,400
96	19,602	,547	,715
15	19,454	,556	,715
64	19,444	,557	,650
93	18,809	,597	,851
73	18,784	,599	,810
67	18,771	,600	,757
46	18,739	,602	,706
50	18,700	,604	,654
28	18,570	,613	,646
27	18,453	,620	,630
91	18,285	,631	,641
100	18,147	,640	,636
39	17,929	,653	,671
19	17,878	,657	,621
43	17,787	,662	,590
7	17,725	,666	,543
45	17,396	,687	,638
31	17,216	,698	,652
80	17,007	,711	,680
52	16,593	,735	,797
90	16,221	,757	,871
24	16,179	,760	,834
18	16,023	,768	,834
77	15,652	,789	,897
62	15,538	,795	,884
104	15,361	,804	,887
88	15,348	,805	,840
40	15,309	,807	,792
29	15,290	,808	,726
37	15,133	,816	,717
76	14,857	,830	,759
66	14,349	,854	,875
65	13,997	,870	,915
68	13,978	,871	,871
94	13,548	,888	,925
6	13,516	,889	,885
56	13,017	,908	,942
74	13,001	,909	,902
48	12,371	,929	,965

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
33	11,972	,940	,977
95	11,652	,949	,980
102	11,330	,956	,982
20	10,696	,968	,994
54	10,101	,978	,997
101	10,027	,979	,992
14	9,759	,982	,988

## 6. TABEL REGRESSION WEIGHTS & STANDARDIZED REGRESSION WEIGHTS KONSTRUK FULL MODEL

### Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
KN <--- CSR	,219	,090	2,430	,015	par_15
KN <--- RM	,214	,106	2,027	,043	par_16
KN <--- KP	,196	,094	2,082	,037	par_18
LN <--- CSR	,247	,091	2,714	,007	par_14
LN <--- RM	,363	,109	3,335	***	par_17
LN <--- KP	,229	,094	2,419	,016	par_19
LN <--- KN	,321	,119	2,709	,007	par_20
KP3 <--- KP	1,000				
KP2 <--- KP	1,001	,110	9,130	***	par_1
KP1 <--- KP	,955	,122	7,794	***	par_2
RM4 <--- RM	1,000				
RM3 <--- RM	,941	,122	7,737	***	par_3
RM2 <--- RM	1,212	,123	9,858	***	par_4
RM1 <--- RM	1,001	,110	9,099	***	par_5
CSR4 <--- CSR	,906	,101	8,952	***	par_6
CSR3 <--- CSR	,786	,094	8,412	***	par_7
CSR2 <--- CSR	,682	,083	8,210	***	par_8
CSR1 <--- CSR	1,000				
KN1 <--- KN	1,000				
KN2 <--- KN	1,165	,154	7,569	***	par_9
KN3 <--- KN	1,079	,138	7,805	***	par_10
KN4 <--- KN	1,186	,143	8,305	***	par_11
LN3 <--- LN	1,000				
LN2 <--- LN	,960	,121	7,918	***	par_12
LN1 <--- LN	,849	,105	8,120	***	par_13
KP4 <--- KP	1,136	,116	9,824	***	par_24
KP5 <--- KP	,905	,110	8,246	***	par_25
LN4 <--- LN	1,265	,167	7,584	***	par_26

**Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)**

	Estimate
KN <--- CSR	,258
KN <--- RM	,232
KN <--- KP	,235
LN <--- CSR	,257
LN <--- RM	,347
LN <--- KP	,242
LN <--- KN	,284
KP3 <--- KP	,784
KP2 <--- KP	,828
KP1 <--- KP	,733
RM4 <--- RM	,844
RM3 <--- RM	,733
RM2 <--- RM	,822
RM1 <--- RM	,804
CSR4 <--- CSR	,795
CSR3 <--- CSR	,775
CSR2 <--- CSR	,731
CSR1 <--- CSR	,853
KN1 <--- KN	,712
KN2 <--- KN	,808
KN3 <--- KN	,806
KN4 <--- KN	,898
LN3 <--- LN	,809
LN2 <--- LN	,748
LN1 <--- LN	,769
KP4 <--- KP	,886
KP5 <--- KP	,763
LN4 <--- LN	,730

**Squared Multiple Correlations: (Group number 1 - Default model)**

	Estimate
KN	,215
LN	,532
LN4	,533
KP5	,582
KP4	,786
LN1	,591
LN2	,560
LN3	,654
KN4	,806
KN3	,650

	Estimate
KN2	,653
KN1	,507
CSR1	,728
CSR2	,535
CSR3	,601
CSR4	,632
RM1	,646
RM2	,676
RM3	,537
RM4	,712
KP1	,537
KP2	,686
KP3	,614

**Standardized Total Effects (Group number 1 - Default model)**

	CSR	RM	KP	KN	LN
KN	,258	,232	,235	,000	,000
LN	,330	,413	,309	,284	,000
LN4	,241	,301	,225	,207	,730
KP5	,000	,000	,763	,000	,000
KP4	,000	,000	,886	,000	,000
LN1	,254	,317	,237	,218	,769
LN2	,247	,309	,231	,212	,748
LN3	,267	,334	,250	,230	,809
KN4	,231	,208	,211	,898	,000
KN3	,208	,187	,189	,806	,000
KN2	,208	,187	,190	,808	,000
KN1	,183	,165	,167	,712	,000
CSR1	,853	,000	,000	,000	,000
CSR2	,731	,000	,000	,000	,000
CSR3	,775	,000	,000	,000	,000
CSR4	,795	,000	,000	,000	,000
RM1	,000	,804	,000	,000	,000
RM2	,000	,822	,000	,000	,000
RM3	,000	,733	,000	,000	,000
RM4	,000	,844	,000	,000	,000
KP1	,000	,000	,733	,000	,000
KP2	,000	,000	,828	,000	,000
KP3	,000	,000	,784	,000	,000

**Standardized Direct Effects (Group number 1 - Default model)**

	CSR	RM	KP	KN	LN
KN	,258	,232	,235	,000	,000
LN	,257	,347	,242	,284	,000
LN4	,000	,000	,000	,000	,730
KP5	,000	,000	,763	,000	,000
KP4	,000	,000	,886	,000	,000
LN1	,000	,000	,000	,000	,769
LN2	,000	,000	,000	,000	,748
LN3	,000	,000	,000	,000	,809
KN4	,000	,000	,000	,898	,000
KN3	,000	,000	,000	,806	,000
KN2	,000	,000	,000	,808	,000
KN1	,000	,000	,000	,712	,000
CSR1	,853	,000	,000	,000	,000
CSR2	,731	,000	,000	,000	,000
CSR3	,775	,000	,000	,000	,000
CSR4	,795	,000	,000	,000	,000
RM1	,000	,804	,000	,000	,000
RM2	,000	,822	,000	,000	,000
RM3	,000	,733	,000	,000	,000
RM4	,000	,844	,000	,000	,000
KP1	,000	,000	,733	,000	,000
KP2	,000	,000	,828	,000	,000
KP3	,000	,000	,784	,000	,000

**Standardized Indirect Effects (Group number 1 - Default model)**

	CSR	RM	KP	KN	LN
KN	,000	,000	,000	,000	,000
LN	,073	,066	,067	,000	,000
LN4	,241	,301	,225	,207	,000
KP5	,000	,000	,000	,000	,000
KP4	,000	,000	,000	,000	,000
LN1	,254	,317	,237	,218	,000
LN2	,247	,309	,231	,212	,000
LN3	,267	,334	,250	,230	,000
KN4	,231	,208	,211	,000	,000
KN3	,208	,187	,189	,000	,000
KN2	,208	,187	,190	,000	,000
KN1	,183	,165	,167	,000	,000
CSR1	,000	,000	,000	,000	,000
CSR2	,000	,000	,000	,000	,000
CSR3	,000	,000	,000	,000	,000



	CSR	RM	KP	KN	LN
CSR4	,000	,000	,000	,000	,000
RM1	,000	,000	,000	,000	,000
RM2	,000	,000	,000	,000	,000
RM3	,000	,000	,000	,000	,000
RM4	,000	,000	,000	,000	,000
KP1	,000	,000	,000	,000	,000
KP2	,000	,000	,000	,000	,000
KP3	,000	,000	,000	,000	,000

## 7. SOBEL TEST

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10,563	1,317		8,018	,000
	Kualitas Pelayanan (X1)	,227	,070	,304	3,240	,002

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Y1)

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,986	1,580		2,523	,013
	Kualitas Pelayanan (X1)	,240	,069	,301	3,468	,001
	Kepuasan Nasabah (Y1)	,401	,093	,376	4,327	,000

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah (Y2)

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10,219	1,383		7,388	,000
	Relationship Marketing (X2)	,307	,092	,312	3,335	,001

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Y1)

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3,262	1,581		2,063	,042
1 Relationship Marketing (X2) Kepuasan Nasabah (Y1)	,368	,090	,350	4,104	,000
	,382	,091	,358	4,198	,000

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah (Y2)

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	10,625	1,710		6,212	,000
1 Corporate social responsibility (X3)	,259	,106	,234	2,446	,016

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Y1)

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4,254	1,916		2,220	,029
1 Corporate social responsibility (X3)	,213	,104	,180	2,042	,044
Kepuasan Nasabah (Y1)	,454	,094	,425	4,821	,000

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah (Y2)