

LAMPIRAN 1

KUESIONER

**PENGARUH KEPERCAYAAN, PROMOSI PENJUALAN
DAN KEAMANAN TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN *GRABBIKE* DI SURABAYA**



**Disusun Oleh :
Rosy Arveani
(1121600030)**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2020**

II. Petunjuk pengisian

Berikut ini merupakan penelitian mengenai Pengaruh Kepercayaan, Keamanan dan Promosi Penjualan terhadap Loyalitas Pelanggan Grabbike di Surabaya. Silahkan Anda pilih jawaban yang menurut Anda paling sesuai dengan kondisi yang Anda alami. Setiap responden hanya diperbolehkan memilih satu jawaban dengan cara memberikan (√) pada pilihan jawaban yang tersedia. Masing-masing pilihan jawaban memiliki makna sebagai berikut:

SS : Sangat Setuju = 5

S : Setuju = 4

KS : Kurang setuju = 3

TS : Tidak setuju = 2

STS : Sangat tidak setuju = 1

Pernyataan Penelitian

Variabel Kepercayaan

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Aplikasi <i>GrabBike</i> dapat dipercaya.					
2.	Lebih percaya menggunakan <i>GrabBike</i> daripada ojek online lainnya.					
3.	Informasi yang diberikan <i>GrabBike</i> kepada pelanggan dapat dipercaya.					

Variabel Promosi Penjualan

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
4.	<i>GrabBike</i> memberikan potongan harga dalam waktu tertentu.					
5.	<i>GrabBike</i> memberikan poin di setiap perjalanan.					
6.	<i>GrabBike</i> memberikan penawaran pembayaran dengan menukarkan poin diganti dengan <i>voucher go-ride</i> dan mendapatkan potongan harga.					

Variabel Keamanan

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
7.	Tingkat keamanan saat perjalanan berlangsung terjamin aman.					
8.	Identitas diri pemesan <i>GrabBike</i> dijaga kerahasiaannya oleh driver.					
9.	Merasa aman dan yakin bahwa informasi pribadi yang saya berikan tidak akan disalahgunakan.					

Variabel Loyalitas Pelanggan

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
10.	Adanya minat pelanggan untuk menggunakan <i>GrabBike</i> kembali.					
11.	Adanya keinginan merekomendasikan <i>GrabBike</i> kepada orang lain untuk menggunakannya,					
12.	Tetap menggunakan <i>GrabBike</i> walaupun ada tawaran transportasi lain.					

LAMPIRAN 2

Tabulasi data pengisian angket variabel Kepercayaan (X1)

KEPERCAYAAN				
NO RESPONDEN	PERNYATAAN			TOTAL SCORE
	1	2	3	
1	4	3	4	11
2	4	3	4	11
3	4	4	4	12
4	5	5	4	14
5	4	5	5	14
6	5	4	5	14
7	4	3	4	11
8	4	5	5	14
9	4	4	4	12
10	4	4	4	12
11	5	5	5	15
12	5	5	5	15
13	4	4	5	13
14	5	4	4	13
15	4	5	4	13
16	4	4	4	12
17	5	5	4	14
18	4	3	4	11
19	5	4	4	13
20	5	5	5	15
21	5	5	4	14
22	5	5	5	15
23	5	5	5	15
24	5	5	5	15
25	5	5	4	14
26	5	4	3	12
27	5	5	5	15
28	5	5	5	15
29	5	5	5	15
30	5	5	5	15
31	5	4	5	14
32	5	5	5	15
33	5	5	4	14
34	5	5	5	15

35	4	5	4	13
36	5	5	5	15
37	4	4	4	12
38	5	5	5	15
39	4	4	4	12
40	4	4	4	12
41	4	4	4	12
42	5	5	5	15
43	5	5	5	15
44	4	4	5	13
45	5	5	5	15
46	5	5	5	15
47	4	4	4	12
48	4	4	4	12
49	4	3	3	10
50	4	4	4	12
51	4	4	3	11
52	3	2	3	8
53	4	3	4	11
54	4	4	4	12
55	4	3	4	11
56	3	3	3	9
57	5	5	5	15
58	4	4	4	12
59	4	4	4	12
60	4	3	4	11
61	5	3	3	11
62	5	5	5	15
63	4	3	1	8
64	4	4	3	11
65	4	4	4	12
66	5	5	4	14
67	5	5	5	15
68	4	5	4	13
69	4	4	5	13
70	5	5	5	15
71	4	4	4	12
72	4	3	4	11
73	5	4	5	14
74	4	2	4	10
75	4	5	4	13
76	4	3	4	11

77	4	4	4	12
78	4	4	4	12
79	4	4	4	12
80	4	3	4	11
81	4	4	4	12
82	4	3	4	11
83	5	4	5	14
84	4	3	4	11
85	4	4	4	12
86	4	3	3	10
87	5	3	4	12
88	4	2	4	10
89	4	4	3	11
90	4	3	4	11
91	4	4	4	12
92	4	4	4	12
93	5	5	4	14
94	4	3	4	11
95	4	4	4	12
96	4	4	5	13
97	5	5	5	15
98	4	4	5	13
99	4	4	4	12
100	5	5	4	14

Tabulasi data pengisian angket variabel Promosi Penjualan (X2)

PROMOSI PENJUALAN				
NO RESPONDEN	PERNYATAAN			TOTAL SCORE
	1	2	3	
1	3	4	4	11
2	3	4	4	11
3	4	4	3	11
4	5	4	5	14
5	5	5	4	14
6	4	5	4	13
7	3	4	3	10
8	5	5	5	15
9	4	4	5	13
10	4	4	5	13

11	5	5	5	15
12	5	5	4	14
13	4	5	5	14
14	4	4	4	12
15	5	4	4	13
16	4	4	4	12
17	5	4	5	14
18	3	4	4	11
19	4	4	3	11
20	5	5	5	15
21	5	4	5	14
22	5	5	4	14
23	5	5	5	15
24	5	5	4	14
25	5	4	4	13
26	4	3	5	12
27	5	5	5	15
28	5	5	5	15
29	5	5	5	15
30	5	5	4	14
31	4	5	5	14
32	5	5	5	15
33	5	4	5	14
34	5	5	5	15
35	5	4	4	13
36	5	5	5	15
37	4	4	4	12
38	5	5	5	15
39	4	4	4	12
40	4	4	4	12
41	4	4	5	13
42	5	5	5	15
43	5	5	4	14
44	4	5	4	13
45	5	5	5	15
46	5	5	5	15
47	4	4	3	11
48	4	4	4	12
49	3	3	4	10
50	4	4	4	12
51	4	3	4	11
52	2	3	2	7

53	3	4	3	10
54	4	4	4	12
55	3	4	4	11
56	3	3	3	9
57	5	5	5	15
58	4	4	3	11
59	4	4	3	11
60	3	4	4	11
61	3	3	4	10
62	5	5	3	13
63	3	1	3	7
64	4	3	3	10
65	4	4	4	12
66	5	4	4	13
67	5	5	4	14
68	5	4	5	14
69	4	5	3	12
70	5	5	5	15
71	4	4	4	12
72	3	4	4	11
73	4	5	4	13
74	2	4	4	10
75	5	4	5	14
76	3	4	3	10
77	4	4	4	12
78	4	4	4	12
79	4	4	4	12
80	3	4	4	11
81	4	4	4	12
82	3	4	3	10
83	4	5	4	13
84	3	4	4	11
85	4	4	4	12
86	3	3	3	9
87	3	4	3	10
88	2	4	2	8
89	4	3	4	11
90	3	4	4	11
91	4	4	3	11
92	4	4	3	11
93	5	4	5	14
94	3	4	4	11

95	4	4	3	11
96	4	5	4	13
97	5	5	5	15
98	4	5	5	14
99	4	4	4	12
100	5	4	5	14

Tabulasi data pengisian angket variabel Keamanan (X3)

KEAMANAN				
NO RESPONDEN	PERNYATAAN			TOTAL SCORE
	1	2	3	
1	4	4	4	12
2	5	5	5	15
3	4	4	4	12
4	4	4	5	13
5	4	4	4	12
6	4	5	4	13
7	3	4	4	11
8	5	5	5	15
9	5	5	5	15
10	5	5	5	15
11	4	5	5	14
12	4	5	5	14
13	4	4	4	12
14	4	4	4	12
15	4	4	4	12
16	4	4	4	12
17	4	4	5	13
18	5	5	5	15
19	5	5	4	14
20	5	5	5	15
21	5	4	5	14
22	4	4	5	13
23	4	5	4	13
24	4	4	4	12
25	4	5	5	14
26	5	5	5	15
27	4	4	5	13
28	5	5	5	15

29	5	5	5	15
30	5	5	4	14
31	5	5	5	15
32	5	4	5	14
33	4	5	4	13
34	5	5	5	15
35	5	5	5	15
36	5	5	5	15
37	4	4	5	13
38	5	5	4	14
39	4	4	5	13
40	4	4	5	13
41	4	4	5	13
42	5	5	5	15
43	4	5	4	13
44	5	4	4	13
45	5	5	4	14
46	4	5	5	14
47	4	4	4	12
48	4	5	5	14
49	5	4	5	14
50	4	4	5	13
51	4	3	5	12
52	3	3	5	11
53	4	4	5	13
54	4	5	5	14
55	4	4	5	13
56	4	4	5	13
57	5	5	5	15
58	3	4	4	11
59	3	4	5	12
60	4	4	5	13
61	4	4	5	13
62	4	4	5	13
63	3	3	5	11
64	4	4	5	13
65	5	4	5	14
66	5	5	5	15
67	4	4	5	13
68	4	5	5	14
69	5	5	5	15
70	5	5	4	14

71	5	4	5	14
72	4	4	5	13
73	5	5	5	15
74	4	4	5	13
75	4	4	5	13
76	3	4	5	12
77	4	4	4	12
78	4	4	5	13
79	4	4	5	13
80	4	4	5	13
81	4	4	5	13
82	3	5	5	13
83	4	5	4	13
84	4	3	5	12
85	4	4	4	12
86	4	4	5	13
87	4	4	5	13
88	4	4	5	13
89	3	3	5	11
90	4	4	5	13
91	3	2	5	10
92	3	4	5	12
93	4	4	4	12
94	4	4	5	13
95	4	4	5	13
96	5	4	5	14
97	5	5	5	15
98	5	5	5	15
99	4	4	5	13
100	5	5	5	15

Tabulasi data pengisian angket variabel Loyalitas Pelanggan (Y)

LOYALITAS PELANGGAN				
NO RESPONDEN	PERNYATAAN			TOTAL SCORE
	1	2	3	
1	4	4	4	12
2	4	4	4	12
3	4	4	3	11
4	5	5	5	15

5	4	5	4	13
6	5	5	4	14
7	4	3	3	10
8	5	5	5	15
9	5	5	5	15
10	5	5	5	15
11	5	5	5	15
12	4	4	4	12
13	5	5	5	15
14	5	4	4	13
15	4	4	4	12
16	4	4	4	12
17	5	5	5	15
18	4	4	4	12
19	5	4	3	12
20	5	5	5	15
21	5	5	5	15
22	5	4	4	13
23	5	5	5	15
24	4	4	4	12
25	5	5	4	14
26	5	4	5	14
27	4	5	5	14
28	5	5	5	15
29	4	5	5	14
30	5	5	4	14
31	5	5	5	15
32	5	5	5	15
33	4	5	5	14
34	5	5	5	15
35	5	5	4	14
36	5	5	5	15
37	4	4	4	12
38	5	5	5	15
39	5	5	4	14
40	4	4	4	12
41	5	4	5	14
42	5	5	5	15
43	5	5	4	14
44	4	4	4	12
45	5	5	5	15
46	5	5	5	15

47	5	5	3	13
48	5	4	4	13
49	4	4	4	12
50	4	4	4	12
51	4	4	4	12
52	2	2	2	6
53	4	4	3	11
54	4	4	4	12
55	4	4	4	12
56	3	3	3	9
57	5	5	5	15
58	4	4	3	11
59	4	4	3	11
60	4	4	4	12
61	4	3	4	11
62	4	5	3	12
63	4	4	3	11
64	4	4	3	11
65	4	4	4	12
66	5	5	4	14
67	5	5	4	14
68	4	4	5	13
69	5	4	3	12
70	5	5	5	15
71	4	4	4	12
72	4	4	4	12
73	2	4	4	10
74	4	3	4	11
75	4	5	5	14
76	4	4	3	11
77	4	4	4	12
78	4	4	4	12
79	4	4	4	12
80	4	4	4	12
81	4	4	4	12
82	4	4	3	11
83	5	5	4	14
84	4	4	4	12
85	5	5	4	14
86	3	3	3	9
87	4	4	3	11
88	4	3	2	9

89	5	4	4	13
90	4	4	4	12
91	4	4	3	11
92	4	5	3	12
93	5	5	5	15
94	4	4	4	12
95	4	5	3	12
96	5	5	4	14
97	5	5	5	15
98	5	5	5	15
99	4	4	4	12
100	5	4	5	14

LAMPIRAN 3

Uji Validitas Kepercayaan (X1)

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	Total
X1.1	Pearson Correlation	1	.589**	.268	.742**
	Sig. (2-tailed)		.001	.152	.000
	N	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	.589**	1	.531**	.909**
	Sig. (2-tailed)	.001		.003	.000
	N	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	.268	.531**	1	.747**
	Sig. (2-tailed)	.152	.003		.000
	N	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.742**	.909**	.747**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

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

Uji Validitas Promosi Penjualan (X2)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	Total
X2.1	Pearson Correlation	1	.531**	.442*	.869**
	Sig. (2-tailed)		.003	.015	.000
	N	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	.531**	1	.203	.715**
	Sig. (2-tailed)	.003		.283	.000
	N	30	30	30	30
X3.3	Pearson Correlation	.442*	.203	1	.725**
	Sig. (2-tailed)	.015	.283		.000
	N	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.869**	.715**	.725**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	Total
X2.1	Pearson Correlation	1	.531**	.442*	.869**
	Sig. (2-tailed)		.003	.015	.000
	N	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	.531**	1	.203	.715**
	Sig. (2-tailed)	.003		.283	.000
	N	30	30	30	30
X3.3	Pearson Correlation	.442*	.203	1	.725**
	Sig. (2-tailed)	.015	.283		.000
	N	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.869**	.715**	.725**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

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

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

Uji Validitas Keamanan (X3)

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	Total
X3.1	Pearson Correlation	1	.627**	.463**	.866**
	Sig. (2-tailed)		.000	.010	.000
	N	30	30	30	30
X3.2	Pearson Correlation	.627**	1	.396*	.825**
	Sig. (2-tailed)	.000		.031	.000
	N	30	30	30	30
X3.3	Pearson Correlation	.463**	.396*	1	.752**
	Sig. (2-tailed)	.010	.031		.000
	N	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.866**	.825**	.752**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

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

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	Total
X3.1	Pearson Correlation	1	.627**	.463**	.866**
	Sig. (2-tailed)		.000	.010	.000
	N	30	30	30	30
X3.2	Pearson Correlation	.627**	1	.396*	.825**
	Sig. (2-tailed)	.000		.031	.000
	N	30	30	30	30
X3.3	Pearson Correlation	.463**	.396*	1	.752**
	Sig. (2-tailed)	.010	.031		.000
	N	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.866**	.825**	.752**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

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

Uji Validitas Loyalitas Pelanggan (Y)

Correlations

		Y1	Y2	T3	Total
Y1	Pearson Correlation	1	.533**	.455*	.748**
	Sig. (2-tailed)		.002	.011	.000
	N	30	30	30	30
Y2	Pearson Correlation	.533**	1	.734**	.897**
	Sig. (2-tailed)	.002		.000	.000
	N	30	30	30	30
T3	Pearson Correlation	.455*	.734**	1	.889**
	Sig. (2-tailed)	.011	.000		.000
	N	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.748**	.897**	.889**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

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

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

LAMPIRAN 4**Uji Reliabilitas Kepercayaan (X1)****Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.663	3

Uji Reliabilitas Promosi Penjualan (X2)**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.661	3

Uji Reliabilitas Keamanan (X3)**Reliability Statistics**

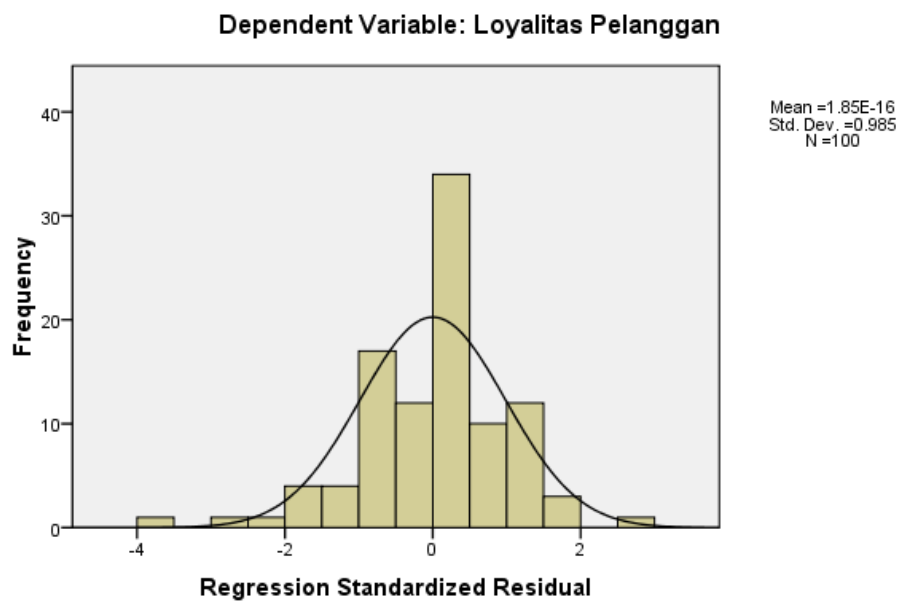
Cronbach's Alpha	N of Items
.748	3

Uji Reliabilitas Loyalitas Pelanggan (Y)**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.800	3

Lampiran 5
Hasil Uji Asumsi Klasik
Hasil Uji Normalitas Model Histogram

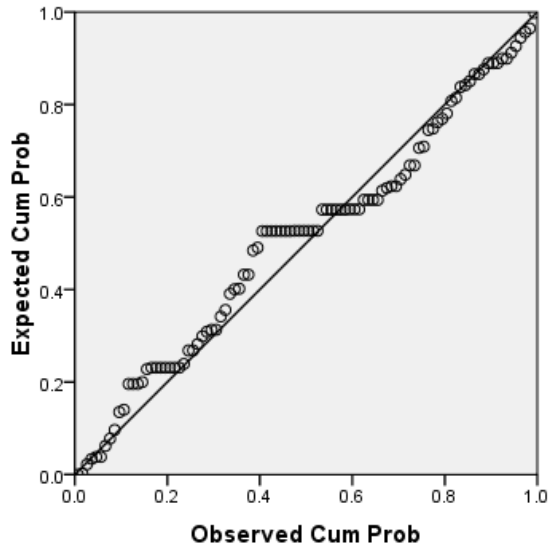
Histogram



Hasil Uji Normalitas Data

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan



Hasil Uji Multikolonieritas

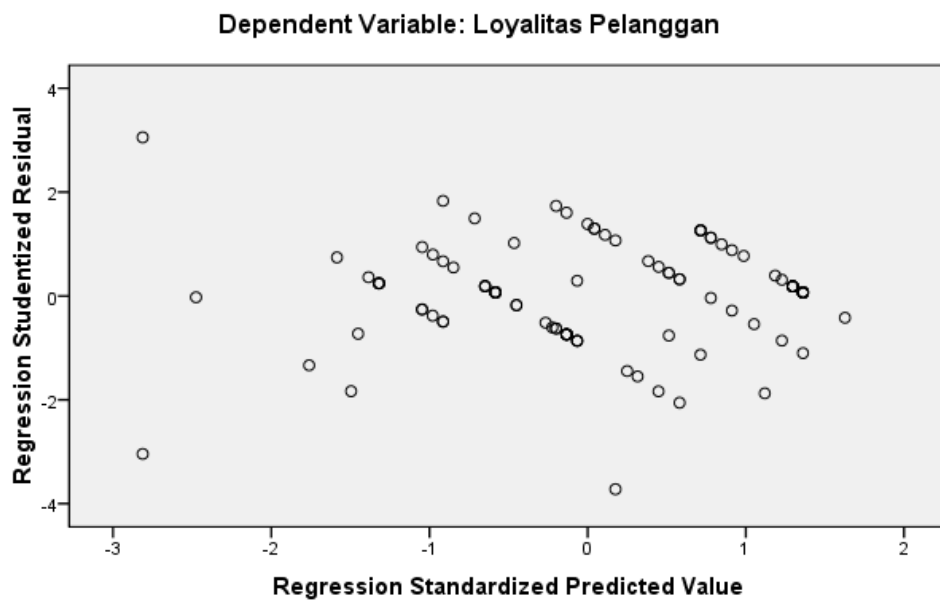
Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1		
(Constant)		
Kepercayaan	.122	8.198
Promosi Penjualan	.112	8.898
Keamanan	.726	1.377

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Scatterplot



Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.876 ^a	.767	.760	.288	2.281

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Promosi Penjualan, Keamanan

b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

LAMPIRAN 6

Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	.966	.352		2.747	.007
	kepercayaan	-.414	.143	-.407	-2.889	.005
	promosi	1.114	.136	1.207	8.215	.000
	keamanan	.102	.086	.069	1.192	.236

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

LAMPIRAN 7

UJI HIPOTESIS

Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.966	.352		2.747	.007
Kepercayaan	-.414	.143	-.407	-2.889	.005
Promosi Penjualan	1.114	.136	1.207	8.215	.000
Keamanan	.102	.086	.069	1.192	.236

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	26.210	3	8.737	105.398	.000 ^a
Residual	7.958	96	.083		
Total	34.168	99			

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Promosi Penjualan, Keamanan

b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Hasil Uji Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.876 ^a	.767	.760	.288	2.281

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Promosi Penjualan, Keamanan

b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

LAMPIRAN 8

TABEL r (Validitas)

Tabel r untuk df = 1 - 50

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392

33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432

LAMPIRAN 9

Titik Persentase Distribusi t (df= 81 –120)

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
Df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460

113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

LAMPIRAN 10

KARTU BIMBINGAN



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Program Studi : Adm Publik, Adm Bisnis, Ilmu Komunikasi, Magister Adm.Publik, Doktor Ilmu Adm.
Gedung: F.101 Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)
Telp. 031-5925982 Psw.159, e-mail : fisip@untag-sby.ac.id

KARTU BIMBINGAN PENULISAN SKRIPSI

Nomor : 158 /K/FISIP/III/2020

N a m a : Rosy Arveani
NBI : 1121600030
Program Studi : Administrasi Niaga
Dosen Pembimbing : 1. Dra. Sri Andayani, MM
2. Dr. Rachmawati Novaria,MM

PERSETUJUAN JUDUL SKRIPSI

"Pengaruh Kepercayaan, Promosi Penjualan dan Keamanan terhadap Loyalitas Pelanggan GrabBike di Surabaya"

Perhatian :

1. Kartu Bimbingan ini Harus Dibawa dan Ditunjukkan Dosen Pembimbing Waktu konsultasi
2. Kartu Bimbingan ini harus diserahkan ke Fakultas Pada Waktu Pendaftaran Ujian Skripsi
3. Kartu Bimbingan ini Berlaku Sampai Akhir Semester Genap 2019-2020 (1)

Dikeluarkan pada Tgl : 26 Maret 2020
Dosen Pembimbing

Dr. Endro Tjahjono, MM
NPP 20120880138

LAMPIRAN 11 PERINTAH REVISI



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Program Studi : Adm. Publik, Adm. Bisnis, Ilmu Komunikasi, Magister Adm. Publik, Doktor Ilmu Adm.
Gedung: F 101. Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)
Telp. 031 5925982, 5931800 psw. 159 e-mail : fisip@untag-sby.ac.id

PERINTAH REVISI

Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen Penguji Skripsi dari mahasiswa :

N A M A : Rosy Arveani
N. B. I. : 1121600030
Jurusan : Administrasi Niaga

Memerintahkan Untuk Mengadakan Revisi Skripsi Sbb :

NO	MATERI	BAB	HAL
	Perbaiki teknik penulisan dan yang disampaikan penguji		

Setuju telah direvisi,
Dosen Penguji,

Dra. Sri Andayani, MM

Surabaya, 30 Juni 2020
Dosen Penguji,

Dra. Sri Andayani, MM



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Program Studi : Adm. Publik, Adm. Bisnis, Ilmu Komunikasi, Magister Adm. Publik, Doktor Ilmu Adm.

Gedung: F 101. Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)

Telp. 031 5925982, 5931800 psw. 159 e-mail : fisp@untag-sby.ac.id

PERINTAH REVISI

Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen Penguji Skripsi dari mahasiswa :

N A M A : Rosy Arveani
N. B. I. : 1121600030
Jurusan : Administrasi Niaga

Memerintahkan Untuk Mengadakan Revisi Skripsi Sbb :

NO	MATERI	BAB	HAL
	Perbaiki daftar pustaka, saran harus aplikatif, hipotesis di bab 2 dengan di bab 4 disamakan kalimatnya		

Setuju telah direvisi,
Dosen Penguji,

Dra. Awin Mulyati, MM

Surabaya, 30 Juni 2020
Dosen Penguji,

Dra. Awin Mulyati, MM



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Program Studi : Adm. Publik, Adm. Bisnis, Ilmu Komunikasi, Magister Adm. Publik, Doktor Ilmu Adm.
Gedung: F 101. Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)
Telp. 031 5925982, 5931800 psw. 159 e-mail : fisip@untag-sby.ac.id

PERINTAH REVISI

Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen Penguji Skripsi dari mahasiswa :

N A M A : Rosy Arveani
N. B. I. : 1121600030
Jurusan : Administrasi Niaga

Memerintahkan Untuk Mengadakan Revisi Skripsi Sbb :

NO	MATERI	BAB	HAL
	Deskripsi hasil penelitian diperbaiki sesuai hasil yang ada dan simpulan diperbaiki		

Setuju telah direvisi,
Dosen Penguji,

Dr,IGN Anom Maruto, MM

Surabaya, 30 Juni 2020
Dosen Penguji,

Dr,IGN Anom Maruto, MM

LAMPIRAN 12
HASIL UJI TURNITIN

Pengaruh Kepercayaan, Promosi Penjualan dan Keamanan terhadap Loyalitas Pelanggan GrabBike di Surabaya

ORIGINALITY REPORT

%9	%9	%4	%11
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to President University Student Paper	%2
2	Submitted to Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Student Paper	%1
3	www.scribd.com Internet Source	%1
4	Internet Source	%1
5	journal.uin-alauddin.ac.id Internet Source	%1
6	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper	%1
7	Submitted to Universitas Pendidikan Indonesia Student Paper	%1
8	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	%1

9

Submitted to Unika Soegijapranata

Student Paper

%1

EXCLUDE QUOTES OFF

EXCLUDE MATCHES < 1%

EXCLUDE OFF

BIBLIOGRAPHY
