



**Pengaruh *Customer Satisfaction* dan *Switching Cost* Serta *Trust In Brand*
Terhadap *Customer Retention* pada Pengguna Kartu Seluler Prabayar
simPATI di Kota Jember**

SKRIPSI

Oleh:

**Andre Juananta
NIM. 080810291088**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2012**



**Pengaruh *Customer Satisfaction* dan *Switching Cost* Serta *Trust In Brand*
Terhadap *Customer Retention* pada Pengguna Kartu Seluler Prabayar
simPATI di Kota Jember**

SKRIPSI

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1)
dan mencapai gelar Sarjana Ekonomi

Oleh:

**Andre Juananta
NIM. 080810291088**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2012**

PERSEMBAHAN

“...sesungguhnya semua perjuangan ini lillahi ta’alaa karena Allah semata...”

Untuk anugerah terindah dalam hidupku:

Ibunda... Juhariyah. Darinya aku belajar kesabaran yang tiada batasnya. Semoga Allah menyayangi dan melindungimu selalu.

Ayahanda... Putu Lila Chandra Jaya. Yang selalu mengajarkan arti sebuah usaha dan kerja keras dalam kehidupan ini. Semoga Allah memberikan rahmad, hidayah dan menjagamu selalu.

Adikku Cherly,,...Ayo kita buat papa-mama mengangis!!Mengangis karena bangga terhadap anaknya..

Kakak-kakakku tercinta...

Bapak-ibu guru... Dosen...

Almamaterku tercinta...

MOTTO

“Awali segala sesuatu dengan Bismillah,...”

(Andre)

“Sabar dan Ikhlas,...Cuma itu kunci kehidupan!!”

(Andre)

“Kebanggaan kita yang terbesar adalah bukan tidak pernah gagal, tetapi bangkit kembali setiap kali kita jatuh”

(Umi)

Guru yang biasa adalah berbicara,..

Guru yang bagus adalah menerangkan,..

Guru yang hebat adalah mendemonstrasikan,..

Guru yang luar biasa adalah memberi inspirasi,..

(William Abraham Ward)

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Andre Juananta

NIM : 080810291088

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul **“Pengaruh *Customer Satisfaction* dan *Switching Cost* Serta *Trust In Brand* Terhadap *Customer Retention* pada Pengguna Kartu Seluler Prabayar *simPATI* di Kota Jember”** adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi mana pun, dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 22 Juni 2012

Yang menyatakan,



Andre Juananta

NIM. 080810291088

SKRIPSI

**Pengaruh *Customer Satisfaction* dan *Switching Cost* Serta *Trust In Brand*
Terhadap *Customer Retention* pada Pengguna Kartu Seluler Prabayar
simPATI di Kota Jember**

Oleh:

Andre Juananta

NIM. 080810291088

Pembimbing:

Dosen Pembimbing Utama : Dr. M. Dimiyati, SE., M. Si.

Dosen Pembimbing Anggota : Dr. Deasy Wulandari, SE., M.Si.

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul skripsi : **Pengaruh *Customer Satisfaction* dan *Switching Cost* Serta *Trust In Brand* Terhadap *Customer Retention* pada Pengguna Kartu Seluler Prabayar *simPATI* di Kota Jember**

Nama Mahasiswa : Andre Juananta

N I M : 080810291088

Jurusan : S-1 Manajemen / Reguler Sore

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Tanggal Persetujuan : Juni 2012

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. M. Dimiyati, SE., M. Si
NIP. 19670421 199403 1 008

Dr. Deasy Wulandari, SE., M. Si
NIP. 19730908 200003 2 001

Ketua Jurusan
Manajemen

Prof. Dr. Isti Fadah, SE., M.Si
NIP. 19661020 199002 2 001

PENGESAHAN

Pengaruh *Customer Satisfaction* dan *Switching Cost* Serta *Trust In Brand* Terhadap *Customer Retention* pada Pengguna Kartu Seluler Prabayar *simPATI* di Kota Jember

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Andre Juananta

NIM : 080810291088

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal:

22 Juni 2012

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Susunan Panitia Penguji

Ketua : Dr. Imam Suroso, S.E., M.Si. (.....)
NIP. 19591013 1988021 001

Sekretaris : Dr. Deasy Wulandari, SE., M.Si. (.....)
NIP. 19730908 200003 2 001

Anggota : Dr. M. Dimyati, SE., M.Si (.....)
NIP. 19670421 199403 1 008



Mengetahui/ Menyetujui
Universitas Jember
Fakultas Ekonomi
Dekan,

Prof. Dr. Mohammad Saleh, M.Sc.
NIP. 19560831 198403 1 002

Andre Juananta

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Jember

ABSTRAKSI

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh *customer satisfaction* dan *switching cost* serta *trust in brand* terhadap *customer retention* kartu prabayar *simPATI* di Kota Jember. Sampel yang terpilih sebesar 120 orang yang tersebar di tiga Kecamatan kota yaitu; Kecamatan Patrang, Kecamatan Sumber Sari, dan Kecamatan Kaliwates. Metode *sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling*. Metode analisis data menggunakan *Structural Equation Model* (SEM). Berdasarkan hasil penelitian bahwa *customer satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *trust in brand* kartu prabayar *simPATI* di Kota Jember. *Switching cost* tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *trust in brand* kartu prabayar *simPATI* di Kota Jember. *Trust in brand* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer retention* kartu prabayar *simPATI* di Kota Jember.

Kata kunci : *customer satisfaction*, *switching cost*, *trust in brand*, dan *customer retention*

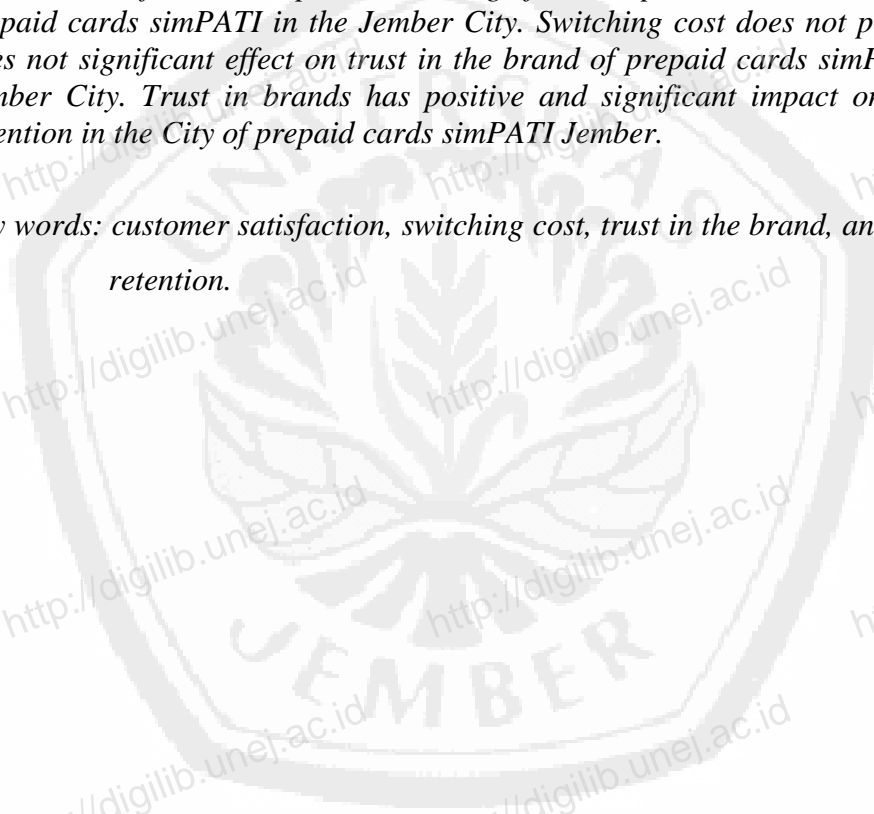
Andre Juananta

The Management Department, the Faculty of Economic, Jember University

ABSTRACT

The aim of this study was to examine the effect of customer satisfaction and switching cost and trust in the brand of customer retention in the City of prepaid cards simPATI Jember. Selected sample of 120 people spread across three District cities, namely: District Patrang, District Sumber Sari, and District Kaliwates. Sampling methods using purposive sampling. Methods of data analysis using Structural Equation Model (SEM). Based on the results of research that customer satisfaction has positive and significant impact on trust in the brand of prepaid cards simPATI in the Jember City. Switching cost does not positive and does not significant effect on trust in the brand of prepaid cards simPATI in the Jember City. Trust in brands has positive and significant impact on customer retention in the City of prepaid cards simPATI Jember.

Key words: customer satisfaction, switching cost, trust in the brand, and customer retention.



RINGKASAN

Pengaruh *Customer Satisfaction* dan *Switching Cost* serta *Trust in Brand* Terhadap *Customer Retention* pada Pengguna Kartu Seluler Prabayar *simPATI* Di Kota Jember: Andre Juananta, 080810291088, 2012, 72 halaman, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Jember.

Perusahaan dapat menciptakan retensi pelanggan dengan memberikan kepuasan terhadap layanan yang diberikan kepada pelanggan dan menciptakan kepercayaan terhadap merek, sehingga perusahaan dapat meningkatkan profitabilitas. Semakin banyaknya penyedia jasa telekomunikasi yang ada maka akan semakin ketat pula persaingan yang ada, sehingga operator seluler perlu menciptakan kepuasan, kepercayaan terhadap merek dan harga peralihan guna mengunci pelanggan untuk tetap loyal dan melakukan pembelian ulang terhadap produk yang ditawarkan oleh produsen. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh *customer satisfaction* dan *switching cost* serta *trust in brand* terhadap *customer retention* pengguna kartu seluler prabayar *simPATI*.

Populasi dari penelitian ini adalah pengguna kartu seluler prabayar *simPATI* di kota Jember. Sampel yang terpilih sebanyak 120 responden yang tersebar di tiga kecamatan kota. Metode *sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling*. Metode analisis data menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM). Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa *customer satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *trust in brand* pengguna kartu seluler prabayar *simPATI* di kota Jember. Hal ini berdasarkan hasil pengujian koefisien jalur yang menunjukkan bahwa hipotesis pertama yang menyatakan bahwa *customer satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *trust in brand* terbukti. Hasil ini dapat diartikan bahwa peningkatan *customer satisfaction* pengguna kartu seluler prabayar *simPATI* akan meningkatkan *trust in brand* pengguna kartu prabayar *simPATI*.

Switching cost berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *trust in brand* pengguna kartu seluler prabayar *simPATI* di kota Jember. Hal ini

berdasarkan hasil pengujian koefisien jalur yang menunjukkan bahwa hipotesis yang kedua yang menyatakan bahwa *switching cost* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *trust in brand* tidak terbukti atau ditolak. Hal ini dapat diartikan semakin tinggi *switching cost* yang ada akan menurunkan *trust in brand* pengguna kartu seluler prabayar *simPATI* di kota Jember.

Trust in brand berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer retention* pengguna kartu seluler prabayar *simPATI* di kota Jember. Hal ini berdasarkan hasil pengujian koefisien jalur yang menunjukkan bahwa hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa *trust in brand* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer retention* pengguna kartu seluler prabayar *simPATI* di kota Jember terbukti. Hal ini dapat diartikan bahwa semakin tinggi *trust in brand* pengguna kartu seluler prabayar *simPATI* di kota Jember maka akan meningkatkan *customer retention* pengguna kartu seluler prabayar *simPATI* di kota Jember.

SUMMARY

The Influence of Customer Satisfaction and Switching Cost with Trust in Brand to Customer Retention in The User of simPATI Cellular Pre-Pay Card at Jember City: Andre Juananta, 080810291088, 2012, 72 pages, Managemen Department, the Faculty of Economic, Jember University.

The company can make a customer retention by giving satisfaction to the service that given to customer and making trust in brand, so that the company can increase the profitability. Much more the provider of telecommunication service so the competence will be stronger, so that the celluler operator need to make a satisfaction, trust in brand, switching cost to lock in the customer for still loyal and do buy-repetation to the product that offered by provider.

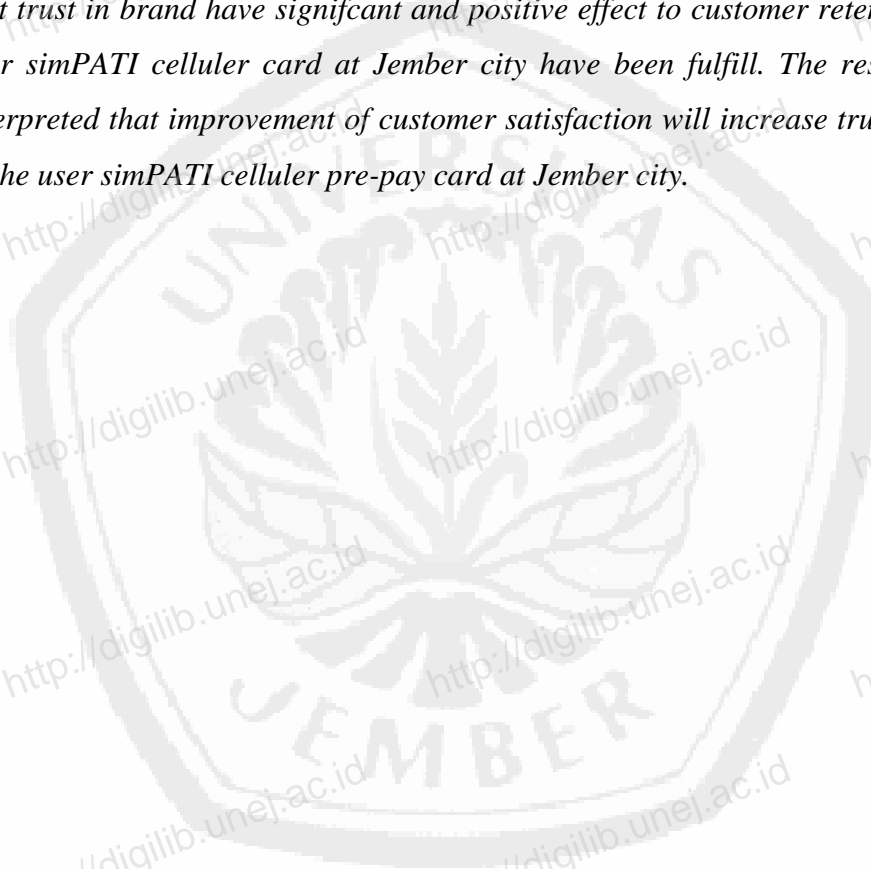
The purpose of this research is to test the influence of customer satisfaction and switching cost with trust in brand to customer retention in the user of simPATI celluler pre-pay card at Jember city. The population of this research is the user of simPATI celluler pre-pay card at Jember city. The sample that chossen is 120 responden that disseminate in 3 sub district. The sampling method that use in this research is purposive sampling. The method of data analysis in this research is use Structural Equation Modeling (SEM).

Result of this research indicates that customer satisfaction have significant and positive effect to trust in brand in the user of simPATI celluler pre-pay card at Jember city. This things is based on result of testing of line coefficient indicating that the first hypothesis expressing that customer satisfaction have signifcant and positive effect to trust in brand of the user simPATI celluler card at Jember city have been fulfill. The result can be interpreted that improvement of customer satisfaction will increase trust in brand of the user simPATI celluler pre-pay card at Jember city.

Switching cost have not significant and negative effect to trust in brand of the user simPATI celluler pre-pay card at Jember city. This things is based on result of testing of line coefficient indicating that the second hypothesis expressing

that switching cost have significant and positive effect to trust in brand of the user simPATI cellular card at Jember city can not be fulfill. The result can be interpreted that improvement of switching cost will decrease trust in brand of the user simPATI cellular pre-pay card at Jember city.

Trust in brand have significant and positive effect to customer retention of the user simPATI cellular pre-pay card at Jember city. This things is based on result of testing of line coefficient indicating that the third hypothesis expressing that trust in brand have significant and positive effect to customer retention of the user simPATI cellular card at Jember city have been fulfill. The result can be interpreted that improvement of customer satisfaction will increase trust in brand of the user simPATI cellular pre-pay card at Jember city.



PRAKATA

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT atas berkat dan rahmatNya, karena tanpaNya tidak ada suatu halpun yang dapat terlaksana, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi yang penulis ajukan merupakan salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, baik karena keterbatasan ilmu yang dimiliki maupun faktor kealpaan penulis. Oleh karena itu penulis dengan senang hati menerima segala saran dan kritik yang berguna untuk perbaikan skripsi ini.

Skripsi ini tentu tidak akan berjalan sebagai mana mestinya tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak, akhirnya dengan segala kerendahan hati tidak lupa penulis menyampaikan rasa terima kasih yang amat besar kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Mohammad Saleh, M.Sc selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
2. Ibu Prof. Dr. Istifadah. SE., M.Si selaku ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
3. Bapak Dr. M. Dimiyati, SE., M.Si. selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Dr. Deasy Wulandari, SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang telah dengan perhatian dan sabar memberikan segenap waktu dan pemikiran, bimbingan, semangat, juga nasehat yang sangat bermanfaat sehingga terselesaikan skripsi ini.
4. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang telah membimbing sampai akhirnya penulis dapat menyelesaikan studi. Serta karyawan dan staff Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
5. Teristimewa ibu dan bapakku tersayang, Juhariyah dan Putu Lila Chandra Jaya. Terima kasih untuk semua dukungan moril dan materiil, juga semangat, doa, nasehat, kasih sayang, dan juga perhatian. Saya sayang kalian berdua, semoga ini akan membuat Bapak Ibu bangga, bantu saya untuk dapat membahagiakan kalian berdua juga keluarga.

6. Kakak dan adikku tersayang, Leni Indrawati, Arif Darmawan, Heni Agustin dan Cherly Riandani makasih buat semangatnya. Adikku Cherly,,terima kasih atas kenakalanmu yang membuat mas terhibur di rumah dan juga kata-katamu “kapan mulih??”
7. Dewi Muji Lestari..My Bunta and Dorami!! Makasih buat semuanya.. semangat, nasehat, canda, saran, kesabaran, dan juga waktu yang sudah kita jalani bersama. Bersabarlah sedikit lagi,..Ayo kita cari kerja bareng!! Jalan kehidupan masih panjang.
8. Teman-teman Manajemen 08, ayo semangat,..sukses jaya!! Teman-teman Futsal MGT 08, Serta teman-teman Kost Halmahera 5 no.2. Dan terima kasih juga buat Keluarga Bapak Halim yang telah mau menerima saya sebagai penghuni kost.
9. Semua teman dan sahabat yang telah membantuku, terimakasih untuk doa dan bantuannya.

Kepada semua pihak yang telah tulus ikhlas membantu dan mendoakan keberhasilan untuk saya, yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, saya sampaikan penghargaan dan terimakasih yang sebesar-besarnya. Semoga Allah melimpahkan rahmad, petunjuk, dan hidayahNya kepada kita semua, Amin.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi almamater khususnya, serta bagi setiap pembaca pada umumnya.

Jember, Juli 2012

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PEMBIMBING	v
HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	vi
HALAMAN PENGESAHAN	vii
ABSTRAKSI	viii
ABSTRACT	ix
RINGKASAN	x
SUMMARY	xii
PRAKATA	xiv
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR GAMBAR	xxi
DAFTAR LAMPIRAN	xxii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	10
1.3.1 Tujuan Penelitian	10
1.3.2 Manfaat Penelitian	10
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Kajian Teoritis	11
2.1.1 <i>Relationship Marketing</i>	11
2.1.2 <i>Customer Retention</i>	13
2.1.3 <i>Customer Satisfaction</i>	16
2.1.4 <i>Switching Cost</i>	21

2.1.5 <i>Trust in Brand</i>	23
2.2 Penelitian Terdahulu	25
2.3 Kerangka Konseptual Penelitian	28
2.4 Hipotesis Penelitian	30
BAB 3. METODE PENELITIAN	31
3.1 Rancangan Penelitian	31
3.2 Populasi dan Sampel	31
3.3 Jenis dan Sumber Data	33
3.4 Metode Pengumpulan Data	33
3.5 Skala Pengukuran	33
3.6 Identifikasi Variabel	34
3.7 Definisi Operasiona Variabel	34
3.8 Pengujian Instrumen	36
3.8.1 Uji Validitas	36
3.8.2 Uji Reliabilitas	27
3.9 Analisis Data	37
3.9.1 Uji Asumsi Model	37
3.9.2 Uji Asumsi Structural Equation Model (SEM)	38
3.10 Kerangka Pemecahan Masalah	43
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	45
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	45
4.1.1 Gambaran Umum PT. Telkomsel	45
4.1.2 Gambaran Umum <i>simPATI</i>	46
4.1.3 Gambaran Umum Kota Jember	48
4.2 Karakteristik Responden	48
4.2.1 Usia Responden	49
4.2.2 Jenis Kelamin	50
4.2.3 Pekerjaan Responden	50
4.2.4 Pendapatan Perbulan	51

4.3 Deskripsi Variabel Penelitian	51
4.3.1 Deskripsi Penilaian Responden Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> (X1)	51
4.3.2 Deskripsi Penilaian Responden Terhadap <i>Switching Cost</i> (X2)	52
4.3.3 Deskripsi Penilaian Responden Terhadap <i>Trust in Brand</i> (Y1)	52
4.3.4 Deskripsi Penilaian Responden Terhadap <i>Customer Retention</i> (Y2)	53
4.4 Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk	53
4.4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk <i>Customer Satisfaction</i> (X1)	54
4.4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk <i>Switching Cost</i> (X2)	55
4.4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk <i>Trust in Brand</i> (Y1)	56
4.4.4 Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk <i>Customer Retention</i> (Y2)	56
4.5 Analisis Data	57
4.5.1 Uji Asumsi SEM	57
4.5.2 Analisis Structural Equation Modeling (SEM)	59
4.5.3 Uji Kesesuaian Model	60
4.5.4 Uji Kausalitas	60
4.5.5 Pengaruh Langsung Antar Variabel Laten	62
4.5.6 Pengaruh Tidak Langsung Antar Variabel Laten	63
4.5.7 Pengaruh Total Antar Variabel Laten	63
4.6 Pembahasan	64
4.6.1 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> Terhadap <i>Trust in Brand</i>	66
4.6.2 Pengaruh <i>Switching Cost</i> Terhadap <i>Trust in Brand</i>	66
4.6.3 Pengaruh <i>Trust in Brand</i> Terhadap <i>Customer Retention</i> ..	68

4.7 Keterbatasan Penelitian	69
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	70
5.1 Kesimpulan	70
5.2 Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN	77

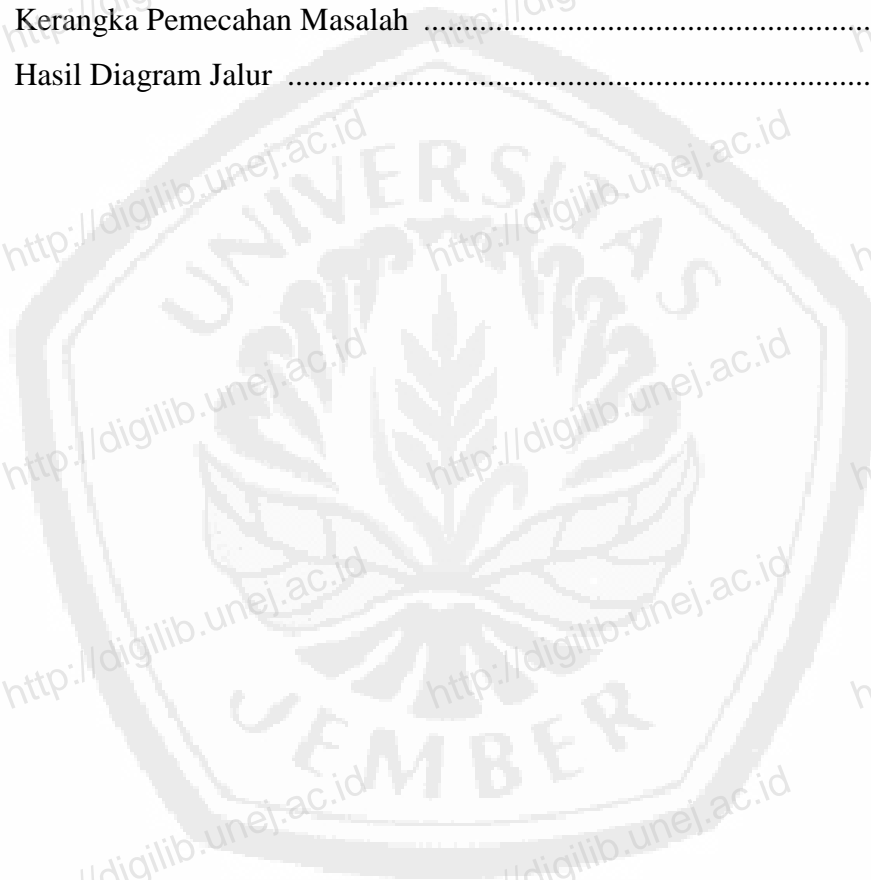


DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Operator Penyelenggara Telepon di Indonesia	2
1.2 Pendapatan Operasional Telkomsel (dalam Miliar Rupiah)	4
1.3 ARPU Telkomsel (dalam Ribuan)	6
2.1 <i>Relationship of Loyalty and Retention</i>	14
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu	26
3.1 Persamaan Struktural Penelitian	41
3.2 Uji Kesesuaian Model	42
4.1 Usia Responden Kartu Prabayar <i>simPATI</i> di Kota Jember	49
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
4.3 Jenis Pekerjaan	50
4.4 Pendapatan Perbulan	49
4.5 Penilaian Responden Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	52
4.6 Penilaian Responden Terhadap <i>Switching Cost</i>	52
4.7 Penilaian Responden Terhadap <i>Trust in Brand</i>	53
4.8 Penilaian Responden Terhadap <i>Customer Retention</i>	53
4.9 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk <i>Customer Satisfaction</i> (X1)	55
4.10 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk <i>Switching Cost</i> (X2)	55
4.11 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk <i>Trust in Brand</i> (Y1)	56
4.12 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk <i>Customer Retention</i> (Y2)	57
4.13 <i>Assessment of Normality</i>	58
4.14 Indeks Kesesuaian SEM	60
4.15 Hasil Pengujian Kausalitas	60
4.16 Rangkuman Hasil Pengujian Hipotesis	62
4.17 Pengaruh Langsung Antar Variabel Laten	63
4.18 Pengaruh Tidak Langsung Antar Variabel Laten	63
4.19 Pengaruh Total Antar Variabel Laten	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1.1 Pergeseran Pangsa Pasar Telepon Seluler	3
2.1 <i>Customer Relationhsip Life Cysel Phase</i>	12
2.2 Konsep Kepuasan Pelanggan	18
2.3 Kerangka Konseptual Penelitian	28
3.1 Kerangka Pemecahan Masalah	43
4.1 Hasil Diagram Jalur	59



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian	77
Lampiran 2. Tabulasi Jawaban Responden	82
Lampiran 3. Distribusi Karakteristik Responden	88
Lampiran 4. Hasil Uji Validitas Eksogen dan Endogen	93
Lampiran 5. Hasil Uji Reliabilitas Konstruk	95
Lampiran 6. Model Revisi SEM	96

