

Tabel 2. Lingkungan Pemasaran Makro (B)

No.	Pernyataan	Skor Kesesuaian				
Politik (1)						
14.	Kebijakan pemerintah mendukung kegiatan jual-beli roti pada masyarakat	1	2	3	4	5
15.	Peraturan pemerintah mendorong masyarakat untuk mengkonsumsi produk roti	1	2	3	4	5
Ekonomi (2)						
16.	Pendapatan perbulan berpengaruh terhadap konsumsi masyarakat akan produk roti	1	2	3	4	5
17.	Lingkungan pusat perdagangan berdampak terhadap minat beli masyarakat	1	2	3	4	5
18.	Kondisi keuangan internasional berpengaruh terhadap konsumsi produk roti	1	2	3	4	5
19.	Krisis nasional berpengaruh terhadap pembelian produk roti	1	2	3	4	5
Sosial (3)						
20.	Produk roti digunakan dalam acara sosial tertentu oleh masyarakat	1	2	3	4	5
21.	Keinginan untuk mengkonsumsi produk roti secara berkala	1	2	3	4	5
Teknologi (4)						
22.	Perkembangan teknologi membantu dalam meningkatkan minat konsumsi roti	1	2	3	4	5
23.	Sistem informasi mempermudah masyarakat dalam mengenal dan membeli produk roti	1	2	3	4	5
Lingkungan (5)						
24.	Lingkungan alam mendorong masyarakat dalam konsumsi produk roti	1	2	3	4	5
Peraturan Pemerintah (6)						
25.	Pemerintah menciptakan aturan-aturan yang berdampak pada minat beli masyarakat akan produk roti	1	2	3	4	5

Keterangan: 1. Sangat Tidak Sesuai 3. Cukup Sesuai 5. Sangat Sesuai
2. Tidak Sesuai 4. Sesuai

Tabel 3. Marketing Mix (X)

Elemen	No.	Pernyataan	Skor Kepuasan				
Produk (1)	26.	Produk Dea Bervariatif	1	2	3	4	5
	27.	Adonan roti empuk	1	2	3	4	5
	28.	Rasa roti bervariasi	1	2	3	4	5
	29.	Roti awet tahan sesuai waktu yang seharusnya	1	2	3	4	5
	30.	Topping roti menarik	1	2	3	4	5
Harga (2)	31.	Harga roti murah	1	2	3	4	5
	32.	Jumlah diskon yang besar	1	2	3	4	5
Promosi (3)	33.	Promosi roti Dea luas	1	2	3	4	5
	34.	Media promosi terkenal	1	2	3	4	5
Tempat (4)	35.	Outlet toko Dea mudah dijumpai	1	2	3	4	5
	36.	Papan nama toko Dea jelas dan mudah terlihat	1	2	3	4	5
	37.	Area sekitar toko Dea mudah untuk diakses	1	2	3	4	5
Pegawai (5)	38.	Pelayanan ramah dan sopan	1	2	3	4	5
	39.	Pegawai cepat dalam melayani pembeli	1	2	3	4	5
	40.	Tidak pernah terjadi kesalahan dalam penghitungan harga	1	2	3	4	5
	41.	Pegawai paham mengenai seluruh produk Dea	1	2	3	4	5
Proses (6)	42.	Produk roti Dea higienis dan terjamin	1	2	3	4	5
	43.	Proses pembelian mudah dan tidak ruwet	1	2	3	4	5
	44.	Proses pembelian tidak langsung melalui tlefon atau online tersedia dan mudah	1	2	3	4	5
	45.	Proses pengiriman cepat	1	2	3	4	5
Kondisi Fisik (7)	46.	Outlet penjualan Dea bersih dan rapi	1	2	3	4	5
	47.	Tempat parkir memadai	1	2	3	4	5
	48.	Dekorasi ruangan luas	1	2	3	4	5
	49.	Fasilitas kamar mandi bersih	1	2	3	4	5
	50.	Etalase penjualan bersih	1	2	3	4	5
	51.	Tempat tunggu mengantri tersedia	1	2	3	4	5
	52.	Sirkulasi udara dalam ruangan bersih	1	2	3	4	5
	53.	Penerangan ruangan baik	1	2	3	4	5

Keterangan: 1. Sangat Tidak Puas 3. Cukup Puas 5. Sangat Puas
2. Tidak Puas 4. Puas

Tabel 4. Kepuasan Pelanggan (Y)

Konsep Pemasaran	No.	Pernyataan	Skor Persepsi				
Create Value (1)	54.	Dea mampu menciptakan roti yang sesuai untuk camilan berat	1	2	3	4	5
	55.	Dea mampu menciptakan produk roti dengan rasa yang lezat	1	2	3	4	5
	56.	Dea mampu menyediakan pelayanan pesan antar	1	2	3	4	5
Communicate Value (2)	57.	Media promosi yang digunakan Dea mampu menyampaikan informasi secara jelas	1	2	3	4	5
	58.	Proses promosi cepat dan update	1	2	3	4	5
	59.	Kondisi sesuai dengan yang dipromosikan	1	2	3	4	5
	60.	Dea bakery memiliki lokasi penjualan yang dekat dengan masyarakat	1	2	3	4	5
Delivery Value (3)	61.	Proses pelayanan untuk pengiriman produk cepat dan tepat	1	2	3	4	5
	62.	Pengiriman produk tepat waktu	1	2	3	4	5
	63.	Pelayanan khusus sesuai dengan pesanan yang diinginkan	1	2	3	4	5

Keterangan: 1. Sangat Tidak Setuju 3. Cukup Setuju 5. Sangat Setuju
 2. Tidak Setuju 4. Setuju



LAMPIRAN 2: Rekap Data Hasil Penyebaran Kuesioner

Tabel 1. Rekap Kuesioner I (Lingkungan Pemasaran Mikro)

Responden	Item Pertanyaan												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
1	4	4	3	5	4	3	4	3	3	3	4	4	3
2	4	4	3	5	3	3	4	4	3	3	4	4	3
3	3	3	3	4	4	3	5	2	3	3	4	3	2
4	4	4	4	3	3	2	4	3	4	4	2	3	3
5	5	4	4	5	4	3	4	3	4	4	4	4	3
6	5	5	4	5	4	3	4	4	4	4	3	3	3
7	4	4	4	4	5	3	4	3	3	3	2	4	3
8	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	2	3	3
9	5	4	4	5	4	2	5	4	4	5	2	4	2
10	5	5	5	4	3	3	4	4	5	5	2	3	3
11	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4
12	4	5	5	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4
13	4	4	4	4	5	3	4	5	3	3	3	2	3
14	4	5	4	4	4	3	3	5	4	4	3	2	3
15	5	4	3	4	5	4	4	3	3	3	3	3	2
16	5	4	3	4	4	4	3	4	3	3	2	2	3
17	5	4	4	4	5	3	5	4	3	3	4	4	2
18	5	5	4	4	4	2	4	5	4	4	2	4	3
19	5	3	4	5	4	3	3	3	4	4	4	3	3
20	5	4	5	4	3	2	3	3	4	4	2	2	3
21	4	4	4	5	4	5	4	3	5	5	4	4	2
22	4	5	5	4	4	3	4	4	5	5	3	4	3
23	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3
24	5	4	5	3	4	3	3	3	4	4	2	2	4
25	4	4	5	4	5	2	4	4	4	4	4	4	2
26	4	5	5	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3
27	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3
28	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3
29	3	4	4	5	4	5	5	3	3	4	3	4	4
30	5	5	4	4	4	4	4	3	4	5	2	3	4
31	4	3	3	4	4	4	5	3	4	4	2	3	3
32	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	2	3	3
33	3	4	4	5	4	4	4	3	3	3	3	4	2
34	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	2	3	3
35	5	4	4	4	4	5	3	3	3	3	3	3	3
36	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3
37	4	4	3	5	5	4	4	3	3	3	3	3	3
38	5	5	3	4	4	4	3	3	4	4	2	3	4
39	3	5	3	4	4	5	4	3	4	4	2	3	3
40	3	5	4	4	3	4	4	4	5	5	2	2	3

Lanjutan Tabel 1. Rekapitan Kuesioner I (Lingkungan Pemasaran Mikro)

Responden	Item Pertanyaan												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
41	4	5	4	3	5	5	5	3	4	4	3	4	3
42	5	5	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3
43	5	4	4	5	4	3	3	3	3	3	4	4	2
44	5	4	5	4	3	3	3	4	4	4	3	3	2
45	4	4	4	4	4	4	5	2	3	3	2	3	2
46	5	5	4	3	4	4	4	3	3	3	2	3	3
47	4	4	5	4	4	4	3	3	3	3	2	4	3
48	4	4	5	4	3	3	3	3	3	4	2	3	3
49	4	4	3	5	4	5	4	3	3	3	3	3	2
50	5	5	4	4	3	5	4	4	3	3	2	3	2
51	3	4	4	4	4	4	5	3	4	4	2	4	3
52	4	4	4	4	3	3	3	4	5	5	2	3	3
53	5	3	5	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3
54	5	4	5	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3
55	4	4	4	4	4	5	3	4	5	4	3	3	3
56	4	4	4	3	3	4	3	4	5	5	2	2	3
57	4	5	3	4	5	3	5	3	4	4	3	4	2
58	5	5	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	2
59	4	4	3	5	5	4	3	2	4	4	4	4	4
60	5	5	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4
61	4	5	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3
62	4	5	4	3	3	4	3	4	3	3	2	2	3
63	4	4	3	5	4	3	5	3	3	4	3	4	3
64	4	4	4	4	3	3	4	4	4	5	3	3	3
65	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	2	2
66	4	3	5	4	3	3	3	3	4	4	3	2	3
67	4	4	3	5	4	4	5	3	3	3	2	4	3
68	5	4	5	5	3	4	4	4	4	3	2	3	3
69	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2
70	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3
71	3	5	4	4	4	5	4	2	4	5	3	4	3
72	4	5	4	3	4	4	4	3	5	5	3	3	4
73	5	4	5	5	3	3	3	4	3	3	3	4	3
74	5	4	5	4	3	3	3	4	4	4	2	3	3
75	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	2	4	3
76	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	2	3	3
77	5	5	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	2
78	5	5	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	2
79	4	4	3	5	3	3	5	3	3	3	2	3	3
80	4	5	3	4	3	3	4	3	4	4	2	3	3

Lanjutan Tabel 1. Rekapitan Kuesioner I (Lingkungan Pemasaran Mikro)

Responden	Item Pertanyaan												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
81	3	4	4	5	3	4	3	4	4	4	3	4	3
82	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3
83	4	3	4	4	5	4	4	3	4	4	3	2	3
84	5	4	4	3	4	3	4	3	5	5	3	2	3
85	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4
86	5	5	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4
87	4	3	3	5	3	5	5	3	3	3	2	4	3
88	4	4	5	4	3	4	4	3	4	4	2	4	3
89	4	4	3	4	5	5	4	4	3	3	4	3	3
90	4	5	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3
91	3	4	4	5	4	4	3	3	4	4	3	4	3
92	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3
93	3	3	4	4	3	4	5	4	3	3	2	2	3
94	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	2	2	4
95	5	3	4	5	4	3	4	3	3	3	3	4	3
96	5	4	4	5	3	3	4	4	4	4	3	3	3
97	4	3	4	5	3	4	4	3	3	3	3	4	4
98	5	4	5	4	3	4	3	4	4	4	2	3	4
99	4	4	5	4	3	5	4	3	3	3	2	4	3
100	5	4	5	4	3	4	3	4	4	4	2	3	3
Rata-rata	4,2	4,16	3,98	4,07	3,72	3,6	3,78	3,44	3,71	3,77	2,76	3,24	2,96



Tabel 2. Rekapitan Kuesioner II (Lingkungan Pemasaran Makro)

Responden	Item Pertanyaan											
	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25
1	5	5	2	4	3	2	4	3	3	4	2	3
2	4	4	2	4	2	3	5	3	3	3	3	3
3	3	4	3	4	3	2	3	2	3	3	3	3
4	3	4	2	3	2	3	4	3	3	2	4	3
5	5	5	3	3	4	3	3	3	2	3	2	2
6	4	4	2	3	3	4	4	4	3	2	3	3
7	4	4	4	4	3	2	4	4	2	3	3	2
8	3	4	3	3	2	2	4	4	3	2	3	3
9	5	4	3	4	3	2	3	4	3	3	2	3
10	4	5	2	4	3	3	4	4	3	3	3	4
11	5	4	4	4	4	3	4	3	2	3	3	3
12	4	5	3	4	3	4	5	4	3	3	3	4
13	4	5	4	5	3	2	4	2	2	2	3	2
14	3	4	3	4	2	3	4	3	3	2	4	2
15	4	4	4	4	4	3	4	3	2	3	3	2
16	3	3	3	3	3	4	5	3	3	2	3	2
17	4	4	3	5	3	3	4	3	3	4	4	2
18	3	4	3	4	2	4	5	4	4	4	4	3
19	4	4	2	5	4	3	3	3	3	4	3	3
20	4	3	2	4	3	4	4	4	4	3	3	3
21	4	5	4	4	3	4	5	2	2	3	3	3
22	3	3	3	4	3	4	5	3	3	2	4	3
23	4	4	4	5	3	3	4	4	3	3	2	4
24	3	3	3	4	2	4	4	4	4	3	2	4
25	5	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	2
26	5	3	2	3	2	3	3	4	3	2	2	3
27	4	3	4	4	3	2	4	3	3	3	2	2
28	3	3	4	3	3	2	4	4	3	3	3	3
29	4	5	3	4	4	3	3	3	2	4	3	2
30	3	5	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3
31	4	4	4	4	4	3	4	3	2	3	3	2
32	4	4	3	3	3	4	4	3	3	2	3	2
33	4	3	3	4	4	3	4	2	4	4	2	2
34	3	3	2	3	3	3	5	3	4	3	3	2
35	4	4	3	4	3	2	3	3	2	3	4	2
36	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3
37	4	5	4	4	3	3	4	4	2	3	3	3
38	4	4	4	3	2	3	5	4	3	2	3	3
39	3	4	3	4	4	3	3	2	3	4	3	2
40	3	3	2	3	3	4	4	3	4	3	3	3

Lanjutan Tabel 2. Rekapitan Kuesioner II (Lingkungan Pemasaran Makro)

Responden	Item Pertanyaan											
	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25
41	5	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3
42	4	4	3	3	3	3	5	3	3	3	3	4
43	4	5	3	5	3	2	4	3	3	3	3	2
44	3	4	2	4	2	3	5	4	4	2	3	3
45	4	4	4	4	3	3	3	2	3	4	2	2
46	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	2
47	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3
48	3	3	3	3	2	3	5	4	4	2	3	3
49	3	4	4	4	4	2	4	3	3	3	4	3
50	3	3	3	4	3	3	5	3	4	3	4	3
51	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	2
52	3	3	3	3	2	3	4	4	3	4	3	3
53	4	4	4	5	3	2	3	4	3	3	3	2
54	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3
55	4	5	4	4	3	3	3	3	2	3	3	2
56	3	4	3	3	2	4	4	3	3	2	3	3
57	5	3	2	3	4	2	3	3	3	4	3	3
58	4	3	2	3	3	3	4	4	4	3	3	4
59	4	4	4	5	3	3	3	4	3	3	3	2
60	3	4	3	4	2	3	3	4	3	2	4	3
61	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	2
62	4	4	4	4	3	4	5	3	4	3	3	3
63	4	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3
64	4	3	3	3	2	3	5	4	3	2	4	3
65	5	4	3	4	4	3	3	3	4	3	2	3
66	5	3	3	3	3	4	4	3	4	2	3	4
67	3	5	2	4	3	3	3	3	3	4	2	2
68	3	4	2	4	3	3	4	3	4	3	3	3
69	4	3	4	4	3	3	3	2	3	4	3	3
70	4	3	4	3	2	3	4	2	4	3	3	4
71	4	4	3	3	4	4	3	4	2	3	3	2
72	4	3	3	3	3	4	4	4	3	2	3	3
73	5	3	4	5	4	3	4	3	3	3	2	3
74	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3
75	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	2
76	3	3	3	3	3	4	5	4	4	2	4	2
77	4	4	4	3	3	2	4	3	3	4	3	2
78	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3
79	4	3	4	4	4	2	4	4	2	3	3	2
80	3	3	3	3	3	3	5	4	3	3	2	3

Lanjutan Tabel 2. Rekapitan Kuesioner II (Lingkungan Pemasaran Makro)

Responden	Item Pertanyaan											
	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25
81	4	5	4	4	4	3	4	3	3	3	2	3
82	3	4	3	4	3	4	5	3	4	2	3	4
83	3	3	3	4	4	3	4	2	3	4	3	2
84	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3
85	4	4	4	5	3	2	4	3	2	2	3	2
86	4	4	3	4	3	2	5	3	3	2	3	3
87	5	5	4	5	4	3	4	4	3	3	2	2
88	4	4	3	4	3	3	4	4	4	2	2	2
89	4	3	3	4	4	2	3	2	3	3	3	3
90	3	3	2	3	3	3	4	3	3	2	4	3
91	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	2
92	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	2
93	4	4	3	4	4	2	4	3	3	3	2	3
94	4	4	3	4	3	3	5	4	4	3	3	4
95	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	2	2
96	3	3	3	3	2	4	5	3	3	2	3	2
97	4	4	4	4	4	3	4	3	2	3	4	3
98	3	4	3	3	3	3	5	3	3	3	4	3
99	4	3	3	4	3	2	3	3	3	3	2	2
100	4	3	2	3	3	3	4	3	3	2	3	2
Rata-rata	3,79	3,77	3,12	3,72	3,06	2,98	3,97	3,23	3,09	2,93	2,97	2,7



Tabel 3. Rekapitan Kuesioner III (Marketing Mix)

Responden	Item Pertanyaan																											
	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53
1	4	3	3	5	5	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	2	4	3	3	4
2	5	4	3	5	4	3	3	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	2	2	4
3	4	4	4	3	4	4	3	3	2	3	2	5	5	2	4	2	4	4	4	2	4	3	4	2	3	3	3	4
4	4	4	4	4	4	3	2	3	3	4	3	5	5	2	5	3	5	5	3	3	4	4	5	3	4	2	2	4
5	3	4	3	3	4	5	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	5	4	3	4	3	5	3	4	3	4	5
6	3	5	4	3	4	4	3	3	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	3	4	4	5	4	5	2	2	4
7	4	3	2	3	4	4	3	2	3	3	2	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	5
8	4	3	2	4	3	3	3	2	3	5	2	5	5	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4
9	5	5	3	3	5	5	4	4	4	5	4	4	3	3	4	3	3	4	5	2	5	3	3	2	4	3	3	4
10	5	5	4	4	3	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	3	5	4	4	3	5	2	3	4
11	4	4	3	4	5	4	4	3	3	5	2	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4
12	4	4	4	4	4	3	3	4	4	5	2	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4
13	3	4	3	4	4	3	4	4	2	4	2	4	4	4	4	2	4	4	5	3	4	3	4	3	3	3	4	4
14	4	4	3	5	4	3	2	4	3	5	4	5	5	4	5	2	5	5	5	4	5	4	4	4	4	2	3	4
15	4	4	3	3	5	4	3	2	2	3	2	4	5	3	3	3	4	4	4	3	3	2	3	3	4	4	4	4
16	4	3	4	3	5	3	2	3	3	4	2	4	5	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3
17	3	4	2	4	5	4	3	3	2	3	3	4	4	2	3	2	4	5	5	3	3	3	4	3	3	4	4	5
18	4	5	2	5	4	3	2	4	3	5	4	5	5	2	4	2	5	5	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4
19	4	4	4	4	5	4	4	2	3	3	2	5	3	3	4	3	4	4	4	2	5	2	4	3	4	2	2	4
20	5	5	4	4	5	3	3	2	4	4	2	5	4	3	5	4	4	5	3	2	5	3	4	4	4	2	2	3
21	4	3	3	4	4	5	4	3	2	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	2	4	4	4	4
22	4	3	3	4	3	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	2	4	3	3	3
23	3	4	4	4	5	5	4	4	2	4	3	3	3	3	4	3	3	4	5	4	4	2	4	3	3	2	4	3
24	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4	2	3	3
25	4	3	3	5	5	4	3	2	3	4	2	3	4	2	4	2	4	3	5	2	3	3	5	3	3	4	4	5

Lanjutan Tabel 3. Rekapitan Kuesioner III (Marketing Mix)

Responden	Item Pertanyaan																											
	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53
26	4	4	4	5	4	3	3	3	4	5	2	4	4	3	5	2	5	4	3	2	4	4	5	4	4	3	3	5
27	3	3	2	3	4	3	3	2	3	3	3	3	4	4	4	2	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3
28	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	5	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	2	3	3
29	4	3	3	3	5	5	3	4	2	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	2	4	3	3	3	4	5
30	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	5	3	3	2	3	4
31	3	4	4	3	4	4	3	4	2	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4
32	4	5	4	4	3	3	2	4	2	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	2	4	3
33	4	4	2	4	5	4	3	3	2	4	4	5	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4
34	5	5	2	4	4	3	3	3	3	5	4	5	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4
35	4	4	3	3	4	4	2	3	3	3	3	3	4	2	4	3	3	4	4	3	3	2	4	3	4	4	4	3
36	4	5	4	4	4	3	2	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	5	3	4	4	2	5	4	4	3	3	3
37	3	4	4	3	4	4	3	3	2	4	3	4	3	2	4	2	3	4	5	4	4	3	4	3	4	3	4	4
38	4	5	4	4	4	4	3	4	3	5	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	5	3	4	4	4	3	3	3
39	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	5	4	3	4	3	4	5	3	3	3	4	4	4	3	4	5
40	4	4	4	3	3	3	2	4	3	4	4	3	5	4	4	4	4	4	3	4	3	3	5	4	5	3	3	4
41	3	4	2	3	3	4	3	3	3	4	2	3	4	3	4	3	3	4	5	4	3	2	3	4	4	3	3	4
42	4	4	3	4	3	4	2	4	3	4	2	4	5	3	5	3	3	4	4	4	3	2	4	4	5	2	3	4
43	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	2	4	5
44	4	5	3	4	3	4	3	4	4	5	4	3	3	3	3	4	4	5	4	3	4	3	4	3	4	2	3	4
45	3	5	2	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	5
46	4	5	3	4	3	4	2	4	3	5	4	5	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	2	3	4
47	4	4	3	3	5	4	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	2	4	3	3	3	3	4
48	4	4	3	4	5	3	2	4	2	3	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	3	4	2	3	3
49	3	3	4	4	4	4	3	3	2	3	3	4	3	2	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4
50	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	5	3	3	4	4	4	5	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3

Lanjutan Tabel 3. Rekapitan Kuesioner III (Marketing Mix)

Responden	Item Pertanyaan																											
	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53
51	3	4	3	3	4	5	2	3	2	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4
52	3	4	4	4	4	4	2	3	3	5	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
53	4	5	3	3	4	5	2	3	2	4	3	3	5	4	4	3	4	3	4	4	3	2	3	4	4	3	2	4
54	4	5	3	4	3	4	2	3	2	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	3	3	4	4	5	3	2	4
55	3	5	4	4	4	4	3	4	2	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	2	5
56	4	5	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	5	4	3	4	4	3	4	4	5	2	2	4
57	4	4	3	4	3	4	3	3	2	4	3	3	4	2	3	2	3	3	4	3	4	2	3	3	3	3	4	4
58	5	5	4	5	3	4	3	3	3	5	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	5	3	4	4	4	3	3	3
59	4	4	4	3	3	5	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	2	4
60	4	4	4	4	3	4	3	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	2	2	3
61	3	4	3	4	4	4	3	2	2	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4
62	4	5	3	4	3	3	3	2	3	4	3	5	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3
63	4	3	3	3	4	4	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	4	5	3	3	4	2	3	3	4	2	4	4
64	4	4	4	4	4	4	2	4	2	3	4	4	4	3	4	4	4	5	3	4	4	3	3	4	4	2	3	3
65	4	4	3	4	4	4	3	4	2	3	2	4	3	2	4	3	3	3	4	4	3	2	4	3	3	4	3	5
66	5	4	4	4	3	4	2	4	2	3	2	4	3	4	5	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	5
67	4	4	3	3	3	5	2	3	3	5	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	2	4	3	3	3	4	3
68	4	5	3	4	3	5	2	4	3	5	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	2	3	3
69	3	4	2	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	5
70	3	5	4	4	3	3	2	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	2	3	4
71	4	5	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	2	4	2	3	2	4	3	4	3
72	4	5	4	3	4	4	3	4	3	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	5	3	3	3	4	3	3	3
73	4	4	2	3	3	5	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	5	3	3	3	3	3	4	4	3	4
74	4	5	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	5	3	4	4	4	4	4	3	3	3	5	3	3	3
75	3	4	3	5	4	4	4	3	3	4	2	3	4	2	3	3	3	3	4	3	3	3	5	3	4	3	3	3

Lanjutan Tabel 3. Rekapitan Kuesioner III (Marketing Mix)

Responden	Item Pertanyaan																											
	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53
76	4	5	3	5	3	4	3	3	3	5	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	5	3	4	3	3	3
77	3	4	2	3	4	5	3	2	2	3	3	3	5	3	4	3	3	3	4	2	4	2	3	3	3	4	3	4
78	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	5	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	2	3
79	4	4	3	5	4	4	4	3	3	4	3	5	3	3	4	2	5	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	5
80	4	5	3	5	3	3	4	4	3	4	3	5	4	3	5	3	5	4	3	3	4	3	4	3	4	2	3	5
81	3	4	4	3	5	4	4	4	3	4	4	3	3	2	4	2	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4
82	3	4	4	4	5	4	3	4	3	5	4	4	4	3	5	3	4	4	4	4	4	4	4	3	5	3	3	3
83	4	3	3	5	4	5	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	5	2	4	3	3	3	3	4	3	4
84	4	4	3	5	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	5	4	4	4	4	3	3	3
85	4	4	3	5	4	3	4	2	3	4	2	3	5	3	4	2	3	3	5	2	3	2	3	3	4	3	2	4
86	4	4	4	5	3	3	3	3	3	5	3	5	5	4	4	3	3	4	4	2	4	3	3	3	4	2	2	4
87	4	4	2	4	5	4	4	3	3	4	3	3	3	3	5	3	4	4	4	3	4	3	4	2	4	3	4	4
88	5	5	2	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	3	4	4	4	4	3	5	3	4	4
89	3	4	3	4	3	5	3	3	3	3	3	4	4	2	4	4	3	3	3	3	4	2	4	3	3	3	3	5
90	4	5	4	4	3	4	3	3	4	4	3	5	5	3	5	4	3	4	3	3	5	3	4	4	4	3	3	3
91	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	5	3	4	4	3	5
92	3	4	3	4	3	3	3	3	3	5	3	4	4	4	4	4	4	3	3	2	4	4	5	4	4	3	3	5
93	4	3	3	3	4	4	4	2	2	4	3	4	4	3	4	3	5	3	4	3	3	3	3	2	4	3	4	4
94	5	4	3	5	4	4	3	3	3	5	4	4	4	3	5	3	5	4	4	3	4	3	4	3	5	3	3	4
95	4	4	3	5	4	4	4	3	3	4	3	4	5	2	4	3	3	3	4	3	3	2	4	3	3	3	3	4
96	4	5	4	5	3	4	3	3	3	4	3	4	5	3	5	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	2	3	4
97	4	5	2	4	5	5	4	3	3	4	2	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	2	3	3	4	3	3	4
98	4	5	3	4	5	4	3	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	2	3	3	5	3	3	3
99	3	4	3	4	4	3	3	3	2	3	3	3	4	2	4	3	3	3	5	2	3	3	3	2	4	4	3	4
100	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	5	3	5	3	4	4	4	3	4	4	3	2	4	3	2	4
Rata-rata	3,82	4,16	3,24	3,88	3,89	3,89	3,01	3,27	2,86	4,03	3,08	3,91	3,97	3,19	3,98	3,23	3,75	3,81	3,77	3,26	3,75	2,93	3,8	3,25	3,87	2,87	3,16	3,88

Tabel 4. Rekapitan Kuesioner IV (Kepuasan Pelanggan)

Responden	Item Pertanyaan									
	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63
1	5	4	4	5	4	4	4	3	4	4
2	4	4	3	4	3	5	5	4	5	4
3	5	3	3	4	4	4	4	3	4	4
4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4
5	5	4	5	4	3	3	4	4	4	5
6	4	4	4	3	2	4	5	4	5	4
7	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4
8	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3
9	5	5	5	5	4	4	5	3	3	5
10	4	3	4	4	3	4	5	4	4	4
11	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5
12	3	4	4	4	3	4	5	4	4	4
13	4	5	5	4	4	4	5	4	3	5
14	4	4	5	4	3	4	5	4	4	5
15	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4
16	3	3	3	3	3	4	5	4	4	3
17	4	5	4	4	4	3	4	3	4	4
18	3	3	3	4	3	4	5	4	4	4
19	5	5	5	4	3	4	4	4	3	4
20	4	3	4	3	2	5	5	5	4	3
21	4	4	4	3	3	4	5	4	4	4
22	3	3	4	3	3	4	5	4	5	3
23	4	5	5	4	4	3	4	4	4	4
24	3	4	4	4	4	4	4	4	5	3
25	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4
26	3	3	3	3	2	3	4	3	4	3
27	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4
28	3	3	3	3	2	4	4	4	4	3
29	4	5	4	4	4	4	3	3	4	4
30	4	4	3	4	3	5	4	3	5	3
31	4	4	5	4	4	3	4	3	3	5
32	3	4	4	3	3	3	5	3	4	4
33	4	4	5	5	3	3	4	4	3	4
34	3	3	4	4	3	4	5	4	3	4
35	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3
36	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3
37	5	3	4	5	4	4	4	4	4	3
38	3	3	4	4	3	4	5	4	4	3
39	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4
40	3	4	3	3	4	5	4	5	5	4

Lanjutan Tabel 4. Rekapitan Kuesioner IV (Kepuasan Pelanggan)

Responden	Item Pertanyaan									
	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63
41	3	4	5	4	3	4	3	4	3	4
42	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3
43	4	4	4	5	2	3	4	3	4	5
44	4	3	3	4	2	3	4	4	4	4
45	4	5	3	4	4	4	4	4	4	3
46	3	4	3	3	3	5	5	4	5	3
47	4	4	5	4	3	3	3	3	3	5
48	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4
49	5	5	3	4	3	3	4	4	4	4
50	4	4	3	3	2	4	5	4	4	4
51	4	3	4	5	4	3	4	3	4	4
52	3	3	3	4	3	5	4	3	5	3
53	4	5	4	4	3	3	4	3	3	4
54	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4
55	4	4	5	5	4	4	4	4	4	3
56	3	3	4	4	3	5	5	5	5	3
57	5	5	3	4	3	3	4	3	3	4
58	4	4	3	4	2	4	5	3	4	3
59	5	4	4	4	4	4	3	4	4	5
60	4	3	3	3	3	5	4	5	4	4
61	5	5	4	4	3	3	3	3	3	5
62	4	5	4	3	3	4	4	4	3	5
63	4	5	4	5	4	4	3	4	3	4
64	3	4	3	5	3	5	4	4	4	4
65	5	4	4	4	2	4	4	4	4	4
66	5	3	3	4	2	4	5	4	4	3
67	4	5	5	3	4	3	4	3	4	5
68	4	4	4	3	3	4	4	3	5	4
69	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4
70	4	3	3	3	3	5	5	3	4	3
71	4	4	4	5	4	3	3	3	4	4
72	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
73	5	5	4	5	3	4	4	4	4	4
74	4	5	3	4	2	5	4	4	5	3
75	3	4	4	4	4	3	4	4	3	5
76	3	3	3	3	3	4	5	4	4	4
77	5	5	5	4	3	4	4	4	3	4
78	5	4	4	3	3	5	4	5	3	3
79	4	4	4	5	4	4	3	3	3	5
80	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4

Lanjutan Tabel 4. Rekapitan Kuesioner IV (Kepuasan Pelanggan)

Responden	Item Pertanyaan									
	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63
81	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5
82	4	4	4	3	3	5	4	4	4	4
83	4	4	4	5	3	3	4	4	4	4
84	3	3	4	4	2	4	5	4	5	3
85	4	4	3	5	3	4	4	3	3	5
86	4	3	3	4	2	5	4	4	5	5
87	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4
88	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3
89	3	5	3	5	4	3	4	4	4	4
90	3	4	3	3	3	4	4	5	4	4
91	3	4	5	4	3	4	4	4	3	4
92	3	4	4	3	3	5	5	4	3	4
93	4	4	4	5	3	3	3	4	3	4
94	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3
95	4	5	4	4	2	3	4	3	4	4
96	3	4	3	3	2	3	4	4	4	4
97	4	4	5	4	3	4	4	3	3	4
98	3	4	4	3	3	5	5	3	4	3
99	5	4	3	4	4	3	4	4	3	5
100	4	3	3	3	3	4	5	5	4	4
Rata-rata	3,84	3,93	3,79	3,88	3,15	3,87	4,13	3,71	3,82	3,91

LAMPIRAN 3: Indikator Konstruk

Tabel 5. Indikator-indikator Konstruk

Konstruk	Indikator Konstruk		Kode
Lingkungan Mikro (A)	Kompetitor (1)	Menyukai outlet penjualan roti tersebar di berbagai daerah	A.1.1
		Rasa roti yang enak merupakan hal yang diperlukan	A.1.2
		Penting untuk menciptakan roti dengan harga di bawah rata-rata	A.1.3
	Pembeli (2)	Ingin untuk mencoba jenis produk-produk roti baru	A.2.1
		Ingin untuk mencoba penawaran-penawaran diskon produk roti	A.2.2
		Sering mencoba produk dari banyak merk roti	A.2.3
	Suplier (3)	Banyak pemasok bahan baku tepung yang ada di wilayah Malang	A.3.1
		Banyak pemasok bahan baku telur di wilayah Malang	A.3.2
		Banyak jumlah toko penjual bahan-bahan produk roti	A.3.3
	Pendatang (4)	Banyak toko roti baru yang muncul di wilayah Malang	A.4.1
		Kualitas roti yang ditawarkan oleh toko baru baik	A.4.2
		Variasi roti yang ditawarkan oleh toko baru beraneka ragam	A.4.3
	Produk Pengganti (5)	Banyak produk makanan selain roti yang dapat digunakan untuk camilan berat	A.5.1
Lingkungan Makro (B)	Politik (1)	Kebijakan pemerintah mendukung kegiatan jual-beli roti pada masyarakat	B.1.1
		Peraturan pemerintah mendorong masyarakat untuk mengkonsumsi produk roti	B.1.2
	Ekonomi (2)	Pendapatan perbulan berpengaruh terhadap konsumsi masyarakat akan produk roti	B.2.1
		Lingkungan pusat perdagangan berdampak terhadap minat beli masyarakat	B.2.2
		Kondisi keuangan internasional berpengaruh terhadap konsumsi produk roti	B.2.3
		Krisis nasional berpengaruh terhadap pembelian produk roti	B.2.4
	Sosial (3)	Produk roti digunakan dalam acara sosial tertentu oleh masyarakat	B.3.1
		Keinginan untuk mengkonsumsi produk roti secara berkala	B.3.2
	Teknologi (4)	Perkembangan teknologi membantu dalam meningkatkan minat konsumsi roti	B.4.1
		Sistem informasi mempermudah masyarakat dalam mengenal dan membeli produk roti	B.4.2
	Lingkungan (5)	Lingkungan alam mendorong masyarakat dalam konsumsi produk roti	B.5.1
	Peraturan Pemerintah (6)	Pemerintah menciptakan aturan-aturan yang berdampak pada minat beli masyarakat akan produk roti	B.6.1

Lanjutan Tabel 5. Indikator-indikator Konstruk

Konstruk	Indikator Konstruk		Kode
Marketing Mix (C)	Produk (1)	Produk Dea Bervariatif	C.1.1
		Adonan roti empuk	C.1.2
		Rasa roti bervariasi	C.1.3
		Roti awet tahan sesuai waktu yang seharusnya	C.1.4
		Topping roti menarik	C.1.5
	Harga (2)	Harga roti murah	C.2.1
		Jumlah diskon yang besar	C.2.2
	Promosi (3)	Promosi roti Dea luas	C.3.1
		Media promosi terkenal	C.3.2
	Tempat (4)	Outlet toko Dea mudah dijumpai	C.4.1
		Papan nama toko Dea jelas dan mudah terlihat	C.4.2
		Area sekitar toko Dea mudah untuk diakses	C.4.3
	Pegawai (5)	Pelayanan ramah dan sopan	C.5.1
		Pegawai cepat dalam melayani pembeli	C.5.2
		Tidak pernah terjadi kesalahan dalam penghitungan harga	C.5.3
		Pegawai paham mengenai seluruh produk Dea	C.5.4
	Proses (6)	Produk roti Dea higienis dan terjamin	C.6.1
		Proses pembelian mudah dan tidak ruwet	C.6.2
		Proses pembelian tidak langsung melalui tlefon atau online tersedia dan mudah	C.6.3
		Proses pengiriman cepat	C.6.4
	Kondisi Fisik (7)	Outlet penjualan Dea bersih dan rapi	C.7.1
		Tempat parkir memadai	C.7.2
		Dekorasi ruangan luas	C.7.3
		Fasilitas kamar mandi bersih	C.7.4
		Etalase penjualan bersih	C.7.5
		Tempat tunggu mengantri tersedia	C.7.6
		Sirkulasi udara dalam ruangan bersih	C.7.7
		Penerangan ruangan baik	C.7.8
Kepuasan Pelanggan (X)	Create Value (1)	Dea mampu menciptakan roti yang sesuai untuk camilan berat	X.1.1
		Dea mampu menciptakan produk roti dengan rasa yang lezat	X.1.2
		Dea mampu menyediakan pelayanan pesan antar	X.1.3
	Communicate Value (2)	Media promosi yang digunakan Dea mampu menyampaikan informasi secara jelas	X.2.1
		Proses promosi cepat dan update	X.2.2
		Kondisi sesuai dengan yang dipromosikan	X.2.3
		Dea bakery memiliki lokasi penjualan yang dekat dengan masyarakat	X.2.4
	Delivery Value (3)	Proses pelayanan untuk pengiriman produk cepat dan tepat	X.3.1
		Pengiriman produk tepat waktu	X.3.2
		Pelayanan khusus sesuai dengan pesanan yang diinginkan	X.3.3

LAMPIRAN 4: Output AMOS Model Awal

Computation of degrees of freedom (Default model)

Number of distinct sample moments: 2016
 Number of distinct parameters to be estimated: 145
 Degrees of freedom (2016 - 145): 1871

Result (Default model)

Minimum was achieved
 Chi-square = 3930,32574
 Degrees of freedom = 1871
 Probability level = ,00000

Assessment of normality (Group number 1)

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
X.3.1	3,00000	5,00000	,17363	,70883	-,58155	-1,18709
X.3.2	3,00000	5,00000	,17652	,72065	-,63578	-1,29777
X.3.3	3,00000	5,00000	,10227	,41751	-,75050	-1,53194
X.2.1	2,00000	5,00000	-,22908	-,93522	-,23469	-,47907
X.2.2	2,00000	4,00000	-,16368	-,66821	-,70606	-1,44125
X.2.3	3,00000	5,00000	,14422	,58877	-,72266	-1,47513
X.2.4	3,00000	5,00000	-,07769	-,31718	-,40604	-,82882
X.1.1	2,00000	5,00000	,02981	,12170	-,34585	-,70596
X.1.2	2,00000	5,00000	-,06784	-,27694	-,78271	-1,59770
X.1.3	3,00000	5,00000	,31112	1,27015	-,93305	-1,90459
C.6.4	2,00000	5,00000	,03473	,14180	-,28371	-,57912
C.6.3	1,00000	5,00000	-,17286	-,70571	,63257	1,29123
C.6.2	2,00000	5,00000	,02632	,10743	-,56399	-1,15125
C.6.1	2,00000	5,00000	,23125	,94406	-,45860	-,93610
C.3.2	2,00000	5,00000	-,10454	-,42679	-,55078	-1,12428
C.3.1	2,00000	5,00000	,24632	1,00559	-,21296	-,43471
B.6.1	1,00000	4,00000	,19859	,81075	-,37863	-,77287
B.5.1	1,00000	5,00000	,29580	1,20761	,57956	1,18301
B.4.2	3,00000	5,00000	,31571	1,28886	-,83728	-1,70910
B.4.1	2,00000	5,00000	,31035	1,26701	-,48189	-,98366
B.3.2	2,00000	4,00000	,00946	,03862	-,68869	-1,40579
B.3.1	3,00000	5,00000	,03471	,14170	-,77468	-1,58130
B.2.4	2,00000	5,00000	,42258	1,72519	,16212	,33093
B.2.3	1,00000	5,00000	-,21433	-,87500	,13369	,27289
B.2.2	2,00000	5,00000	,27071	1,10519	-,40619	-,82914
B.2.1	2,00000	5,00000	-,02354	-,09608	-,28240	-,57646
B.1.2	2,00000	5,00000	,37397	1,52675	-,05400	-,11023
B.1.1	2,00000	5,00000	,12487	,50979	-,02594	-,05296
A.5.1	2,00000	4,00000	-,00962	-,03927	,12358	,25226
A.4.3	2,00000	5,00000	,38367	1,56634	-,36351	-,74201
A.4.2	2,00000	4,00000	,36159	1,47620	-,91040	-1,85834
A.4.1	3,00000	5,00000	,49124	2,00550	-,78886	-1,61026
A.1.3	3,00000	5,00000	,01907	,07786	-,61787	-1,26122
A.1.2	3,00000	5,00000	-,10890	-,44458	-,44762	-,91369

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
A.1.1	2,00000	5,00000	-,45630	-1,86282	-,28582	-,58344
A.2.3	2,00000	5,00000	,05164	,21082	-,45333	-,92536
A.2.2	2,00000	5,00000	,26123	1,06646	-,86060	-1,75669
A.2.1	3,00000	5,00000	-,05978	-,24406	-,54804	-1,11867
A.3.3	3,00000	5,00000	,46419	1,89505	-,68433	-1,39689
A.3.2	2,00000	5,00000	,10312	,42098	-,25337	-,51719
A.3.1	3,00000	5,00000	,46389	1,89383	-,88223	-1,80084
C.7.8	3,00000	5,00000	,44948	1,83500	-,71536	-1,46022
C.7.7	2,00000	5,00000	,33030	1,34845	-,11056	-,22568
C.7.6	2,00000	4,00000	,07769	,31718	-,40604	-,82882
C.7.5	3,00000	5,00000	,04721	,19274	-,28054	-,57265
C.7.4	2,00000	5,00000	,09959	,40656	-,33114	-,67594
C.7.3	2,00000	4,00000	,12201	,49809	-,56837	-1,16018
C.7.2	2,00000	5,00000	,41161	1,68038	,28707	,58598
C.7.1	2,00000	5,00000	,06202	,25318	-,37075	-,75680
C.1.5	2,00000	5,00000	,12397	,50609	-,50268	-1,02610
C.1.4	2,00000	5,00000	-,16238	-,66292	-,23200	-,47358
C.1.3	2,00000	5,00000	-,03273	-,13362	-,23265	-,47489
C.1.2	3,00000	5,00000	-,18375	-,75014	-,74095	-1,51246
C.1.1	3,00000	5,00000	,01459	,05957	-,23043	-,47037
C.5.4	2,00000	5,00000	,30336	1,23847	-,53202	-1,08598
C.5.3	3,00000	5,00000	,01577	,06439	-,49900	-1,01859
C.5.2	2,00000	5,00000	,20851	,85124	-,52848	-1,07875
C.5.1	2,00000	5,00000	,13191	,53851	-,42456	-,86662
C.4.3	2,00000	5,00000	,16489	,67315	-,42484	-,86721
C.4.2	2,00000	5,00000	,13529	,55232	-,65590	-1,33884
C.4.1	2,00000	5,00000	-,19525	-,79711	-,75608	-1,54333
C.2.2	1,00000	5,00000	,28801	1,17578	-,14219	-,29024
C.2.1	3,00000	5,00000	,09019	,36822	-,53085	-1,08359
Multivariate					8,90749	,49213

Sample Covariances (Group number 1)

Condition number = 415,93662

Eigenvalues

5,49973 1,54214 1,35776 1,11422

1,02062 ,94563 ,88165 ,86503 ,81534 ,76539 ,73681 ,68769 ,64259 ,60930 ,57741 ,54008 ,51920 ,48823 ,45354 ,43201 ,42179 ,38213 ,37527 ,36579 ,33346 ,32341 ,30056 ,28338 ,27236 ,25801 ,24180 ,22500 ,20646 ,19931 ,17608 ,17191 ,16423 ,15640 ,14635 ,14473 ,13449 ,12012 ,10977 ,10070 ,09545 ,08726 ,08100 ,07480 ,06813 ,06744 ,06093 ,05574 ,04903 ,04427 ,03995 ,03465 ,03158 ,02735 ,02663 ,02086 ,01651 ,01553 ,01322

Determinant of sample covariance matrix = 1,15

Model Fit Summary

CMIN

Model	NPART	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	145	3930,32574	1871	,00000	2,10066
Saturated model	2016	,00000	0		
Independence model	63	4754,36485	1953	,00000	2,43439

RMR, GFI

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Default model	,07749	,50010	,46136	,46413
Saturated model	,00000	1,00000		
Independence model	,09129	,25481	,23078	,24685

Baseline Comparisons

Model	NFI Delta1	RFI rho1	IFI Delta2	TLI rho2	CFI
Default model	,17332	,13709	,28579	,23267	,26488
Saturated model	1,00000		1,00000		1,00000
Independence model	,00000	,00000	,00000	,00000	,00000

Parsimony-Adjusted Measures

Model	PRATIO	PNFI	PCFI
Default model	,95801	,16605	,25376
Saturated model	,00000	,00000	,00000
Independence model	1,00000	,00000	,00000

NCP

Model	NCP	LO 90	HI 90
Default model	2059,32574	1883,08207	2243,24383
Saturated model	,00000	,00000	,00000
Independence model	2801,36485	2602,88789	3007,42033

FMIN

Model	FMIN	F0	LO 90	HI 90
Default model	39,70026	20,80127	19,02103	22,65903
Saturated model	,00000	,00000	,00000	,00000
Independence model	48,02389	28,29661	26,29180	30,37798

RMSEA

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	,10544	,10083	,11005	,00004
Independence model	,12037	,11603	,12472	,00004

AIC

Model	AIC	BCC	BIC	CAIC
Default model	4220,32574	4750,61145	4598,07542	4743,07542
Saturated model	4032,00000	11404,80000	9284,02309	11300,02309
Independence model	4880,36485	5110,76485	5044,49057	5107,49057

ECVI

Model	ECVI	LO 90	HI 90	MECVI
Default model	42,62955	40,84931	44,48731	47,98597
Saturated model	40,72727	40,72727	40,72727	115,20000
Independence model	49,29661	47,29180	51,37798	51,62389

HOELTER

Model	HOELTER .05	HOELTER .01
Default model	50	51
Independence model	43	44

Covariances: (Group number 1 - Default model)

		M.I.	Par Change
ex1 <-->	Lingkungan_Makro	4,02080	-,01522
ex1 <-->	emm	4,76708	,00787
ec2 <-->	emm	4,26658	,01121
ec2 <-->	ex1	13,94033	,06033
ec2 <-->	ec4	4,24332	,04471
e61 <-->	ea3	4,40285	-,04122
e44 <-->	eb4	10,61993	,10641
e44 <-->	e57	5,40037	,08294
e44 <-->	e56	5,78094	,09862
e33 <-->	e58	8,26476	,10595
e33 <-->	e45	12,80814	,14524
e25 <-->	eb6	34,29154	-,83454
e24 <-->	eb5	34,12476	-,83117
e23 <-->	emm	8,10930	,02050
e23 <-->	ex1	6,26136	,05340
e23 <-->	e43	13,39305	,14768
e21 <-->	ex2	11,12077	-,06085
e21 <-->	eb4	5,60325	,07124
e21 <-->	e60	13,77094	-,10856
e21 <-->	e42	5,63368	,07740
e17 <-->	e44	11,60959	,12308
e17 <-->	e23	8,58227	,10802
e13 <-->	ea5	35,60036	-,84850
e10 <-->	eb1	4,10485	-,03644
e10 <-->	ea3	11,96405	-,07482
e10 <-->	ec2	7,63062	,08090
e2 <-->	ea2	7,46353	,04665
e5 <-->	e3	4,81641	-,07606
e5 <-->	e2	12,54061	,11934
e4 <-->	ex1	4,92287	,04120
e4 <-->	ea4	5,99276	-,05137
e4 <-->	ec2	8,67269	,08200
e4 <-->	e62	4,50244	,06639
e4 <-->	e23	5,14321	,08338
e4 <-->	e16	4,98072	-,07840
e4 <-->	e12	7,21343	,09410
e9 <-->	ex3	4,65653	-,04384
e9 <-->	ec6	4,47777	-,05183
e9 <-->	eb1	7,53127	-,04532
e9 <-->	ea4	15,97921	,08108
e9 <-->	ec2	6,73290	,06982
e9 <-->	e14	7,53727	-,07710
e9 <-->	e10	64,57986	,26133
e8 <-->	e60	5,89454	,06775
e8 <-->	e20	5,54759	,07915
e50 <-->	e20	4,92971	,06992
e50 <-->	e18	9,91625	,08270

		M.I.	Par Change
e50 <--> e5		6,88352	-,07772
e49 <--> ec2		9,82588	-,08874
e49 <--> e54		11,20765	-,11865
e49 <--> e55		4,15022	,06892
e49 <--> e45		7,66400	,10331
e49 <--> e34		4,76327	,07693
e48 <--> e45		5,91438	-,08865
e48 <--> e4		4,24624	,06548
e47 <--> ec4		15,04341	,09237
e47 <--> e63		5,63011	,07638
e47 <--> e45		4,56125	-,07487
e47 <--> e42		11,81459	,10317
e47 <--> e1		5,27053	-,07828
e47 <--> e53		9,48859	,10532
e46 <--> ex1		10,27240	,05825
e46 <--> ec1		5,13279	,02707
e30 <--> e43		10,72984	,13422
e30 <--> e42		4,94660	,08156
e41 <--> e42		12,31205	-,11281
e41 <--> e19		8,41953	,09343
e41 <--> e6		14,18107	,15288
e41 <--> e29		8,31902	-,10675
e40 <--> eb4		6,62571	,07137
e37 <--> e33		10,93043	,13742
e36 <--> ec6		7,35765	,07357
e36 <--> ec3		5,86424	-,07674
e35 <--> ec7		10,87945	,04291
e35 <--> ec2		6,88523	,07610
e35 <--> e50		8,19594	,08847
e35 <--> e48		13,89499	,12338
e35 <--> e47		6,56113	,08152
e32 <--> eb2		12,77842	,05298
e32 <--> ec4		4,33456	,05740
e32 <--> e61		4,45450	,07125
e32 <--> e49		15,04927	-,13945
e32 <--> e48		9,51640	,10832
e32 <--> e29		4,84745	,08801
e32 <--> e38		5,00935	-,09390
e31 <--> ex3		4,34612	-,04421
e31 <--> ex1		9,57084	,05795
e31 <--> ea1		4,95638	,05642
e31 <--> e62		6,34886	,07953
e31 <--> e56		4,96948	,08195
e31 <--> e1		9,26596	,10963
e31 <--> e4		4,72248	,07014
e31 <--> e27		4,06403	,06762
e31 <--> e41		4,71328	,07168
e31 <--> e37		4,83801	,08341

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

		M.I.	Par Change
X.3.1 <--- A.4.3		5,05852	-,17911
X.3.1 <--- C.7.7		7,50224	-,22505
X.2.3 <--- C.7.7		5,77420	-,20631
X.2.4 <--- B.3.2		12,33764	-,28588
X.2.4 <--- A.3.2		4,49542	,17048
X.2.4 <--- C.7.1		4,12876	,15909
X.1.3 <--- C.2.1		4,27391	,21167
C.6.4 <--- C.3.1		11,16132	,32869
C.6.3 <--- B.4.1		6,04213	,24627
C.6.3 <--- B.2.2		10,75456	,33031
C.6.3 <--- C.1.5		4,05587	,18595
C.6.3 <--- C.5.4		7,75194	-,26881
C.6.2 <--- C.6.3		6,15030	,22832
C.6.2 <--- B.4.2		12,72179	,32837
C.6.2 <--- C.1.5		9,40445	,27612
C.6.1 <--- C.1.5		5,00719	,18032
C.6.1 <--- C.5.4		10,02655	-,26681
C.3.2 <--- X.2.1		4,17759	-,19249
C.3.2 <--- B.3.1		7,45779	-,25037
C.3.2 <--- A.2.2		4,70617	,20527
C.3.1 <--- C.6.4		11,20664	,30541
C.3.1 <--- B.4.2		4,83896	,20402
C.3.1 <--- C.7.6		6,94905	-,27061
C.3.1 <--- C.5.1		4,03178	-,18003
C.3.1 <--- C.4.3		9,11284	,26942
B.6.1 <--- B6		31,87693	-,77577
B.5.1 <--- B5		33,12821	-,80690
B.4.2 <--- X.1.3		8,12439	,26644
B.4.2 <--- C.6.2		12,22272	,33092
B.4.2 <--- C.3.2		4,31869	,21411
B.2.2 <--- X.3.3		6,91015	,22492
B.1.1 <--- C.5.1		6,86083	-,19301
A.5.1 <--- A5		35,08534	-,83622
A.4.3 <--- X.3.1		4,69242	-,22875
A.4.3 <--- B.3.2		6,14944	,25080
A.4.1 <--- B.2.2		6,30942	-,23640
A.4.1 <--- A.3.3		48,31291	,66734
A.4.1 <--- C.7.1		4,06008	,18826
A.4.1 <--- C.4.2		5,79889	-,20689
A.2.3 <--- C.5.4		11,05897	,35381
A.2.3 <--- C.4.2		5,13053	-,22951
A.2.2 <--- C.3.2		5,54769	,21088
A.2.2 <--- A.4.2		7,63900	,22533

		M.I.	Par Change
A.2.2 <---	A.1.2	10,85310	,29704
A.2.2 <---	C.7.5	5,66700	-,22685
A.3.3 <---	A.4.1	52,67037	,61588
A.3.3 <---	C.4.2	4,53815	-,16819
A.3.2 <---	B.3.1	4,13834	,17036
A.3.1 <---	A.4.2	4,21768	-,17562
C.7.4 <---	C.2.2	13,90854	-,32799
C.7.3 <---	C.6.4	5,73732	-,19630
C.5.4 <---	B.2.4	6,57963	,23541
C.5.4 <---	A.2.3	11,65045	,25565
C.5.4 <---	C.1.4	7,50189	-,23288
C.5.4 <---	C.5.2	8,19006	,24644
C.2.2 <---	B.1.1	4,15864	-,20676
C.2.2 <---	C.7.4	12,49162	-,34690
C.2.2 <---	C.7.3	6,93085	,26068
C.2.2 <---	C.1.4	4,11499	,18627
C.2.1 <---	C.4.3	4,30664	,16898



LAMPIRAN 5: Output AMOS Model Modifikasi

Computation of degrees of freedom (Default model)

Number of distinct sample moments: 2016
 Number of distinct parameters to be estimated: 178
 Degrees of freedom (2016 - 178): 1838

Result (Default model)

Minimum was achieved
 Chi-square = 3314,45301
 Degrees of freedom = 1838
 Probability level = ,00000

Scalar Estimates (Group number 1 - Default model)**Maximum Likelihood Estimates****Regression Weights: (Group number 1 - Default model)**

			Estimate	S.E.	C.R.	P
A2	<---	Lingkungan_Mikro	-1,10488	,36661	-3,01381	,00258
Marketing_Mix	<---	Lingkungan_Mikro	,62443	,52767	1,18337	,23666
Marketing_Mix	<---	Lingkungan_Makro	,19555	,40095	,48771	,62575
A.2.3	<---	A2	1,26225	,38286	3,29687	***
A4	<---	Lingkungan_Mikro	1,00754	,35831	2,81192	,00492
A1	<---	Lingkungan_Mikro	1,00000			
B4	<---	Lingkungan_Makro	-,90984	,24511	-3,71190	***
B3	<---	Lingkungan_Makro	1,02892	,26741	3,84771	***
B2	<---	Lingkungan_Makro	-,98380	,26721	-3,68178	***
C2	<---	Marketing_Mix	-1,25683	,39933	-3,14733	,00165
C6	<---	Marketing_Mix	2,25244	,69925	1,72123	,07928
C5	<---	Marketing_Mix	,87193	,38301	2,27653	,02281
Kepuasan_Pelanggan	<---	Marketing_Mix	-1,35363	,42630	-3,17532	,00150
C.2.2	<---	C2	,64174	,23169	2,76984	,00561
C.5.4	<---	C5	1,69668	,88331	1,92082	,05475
A.1.1	<---	A1	1,00000			
A.4.1	<---	A4	1,00000			
B.2.2	<---	B2	,96360	,27552	3,49741	***
B.3.2	<---	B3	,65683	,22157	2,96446	,00303
B.4.2	<---	B4	,66856	,23218	2,87951	,00398
A5	<---	Lingkungan_Mikro	,49351	,26182	1,88494	,05944
A3	<---	Lingkungan_Mikro	-1,36847	,42576	1,21416	,07131
B6	<---	Lingkungan_Makro	,94463	,25236	1,74310	,06615
B5	<---	Lingkungan_Makro	,58734	,21832	2,69023	,00714
B1	<---	Lingkungan_Makro	1,00000			
C.6.4	<---	C6	,43121	,14118	3,05424	,00226
C4	<---	Marketing_Mix	1,56697	,47383	1,80703	,07322
C3	<---	Marketing_Mix	1,38105	,81766	1,68902	,09121
C1	<---	Marketing_Mix	1,00000			
C7	<---	Marketing_Mix	1,52568	,45190	3,37617	***
X2	<---	Kepuasan_Pelanggan	-1,33858	,59154	-2,26289	,02364
X3	<---	Kepuasan_Pelanggan	,99582	,27823	3,57910	***
X1	<---	Kepuasan_Pelanggan	1,00000			

		Estimate	S.E.	C.R.	P
C.5.4	<--- A.2.3	-,05715	,31777	-,17984	,08578
C.2.1	<--- C2	1,00000			
C.4.1	<--- C4	1,00000			
C.4.2	<--- C4	-,84227	,20438	1,75231	,07062
C.4.3	<--- C4	1,03458	,22503	4,59741	***
C.5.1	<--- C5	1,00000			
C.5.2	<--- C5	1,25005	,56906	2,19671	,02804
C.5.3	<--- C5	1,79313	,71448	2,50970	,01208
C.1.1	<--- C1	1,00000			
C.1.2	<--- C1	1,37703	,44669	3,08271	,00205
C.1.3	<--- C1	1,27369	,44117	2,88707	,00389
C.1.4	<--- C1	1,13029	,41447	2,72704	,00639
C.1.5	<--- C1	-,99407	,39843	-2,49494	,01260
C.7.1	<--- C7	1,00000			
C.7.2	<--- C7	-,86007	,21612	1,97955	,05093
C.7.3	<--- C7	-,98246	,22561	-1,85475	,05743
C.7.4	<--- C7	1,34337	,44539	3,01619	,00256
C.7.5	<--- C7	,89901	,21028	4,27522	***
C.7.6	<--- C7	-,95414	,21817	-4,37343	***
C.7.7	<--- C7	-,79047	,22063	-3,58279	***
C.7.8	<--- C7	-,81087	,22800	-3,55641	***
A.3.1	<--- A3	1,00000			
A.3.2	<--- A3	-,78302	,19716	-3,97140	***
A.3.3	<--- A3	-,59363	,36483	-1,62714	,10371
A.2.1	<--- A2	1,00000			
A.2.2	<--- A2	1,16460	,33946	3,43074	***
A.1.2	<--- A1	,80168	,33022	2,42770	,01519
A.1.3	<--- A1	,85149	,32158	2,64782	,00810
A.4.2	<--- A4	-,96523	,34381	1,80741	,05499
A.4.3	<--- A4	-1,15051	,36429	-3,15824	,00159
A.5.1	<--- A5	1,00000			
B.1.1	<--- B1	1,00000			
B.1.2	<--- B1	-1,18745	,31521	-1,76719	,05812
B.2.1	<--- B2	1,00000			
B.2.3	<--- B2	1,33736	,32496	4,11551	***
B.2.4	<--- B2	-1,00334	,27952	-1,58949	,06201
B.3.1	<--- B3	1,00000			
B.4.1	<--- B4	1,00000			
B.5.1	<--- B5	1,00000			
B.6.1	<--- B6	1,00000			
C.3.1	<--- C3	1,00000			
C.3.2	<--- C3	,48703	,32604	1,49379	,13523
C.6.1	<--- C6	1,00000			
C.6.2	<--- C6	1,19168	,38033	3,13331	,00173
C.6.3	<--- C6	-,40803	,14701	-2,77543	,00551
X.1.3	<--- X1	1,00000			
X.1.2	<--- X1	1,19388	,26562	4,49464	***
X.1.1	<--- X1	,99919	,25271	3,95388	***

			Estimate	S.E.	C.R.	P
X.2.4	<---	X2	1,00000			
X.2.3	<---	X2	,87680	,37299	2,35075	,01874
X.2.2	<---	X2	-,72715	,32200	-2,25824	,02393
X.2.1	<---	X2	-,85791	,36585	-2,34499	,01903
X.3.3	<---	X3	1,00000			
X.3.2	<---	X3	-1,05919	,27044	-3,91650	***
X.3.1	<---	X3	-,77778	,22974	-3,38545	***
X.2.4	<---	B.3.2	-,20837	,73128	-,28494	,77569
C.6.3	<---	B.2.2	,27958	,09913	2,82038	,00480
C.6.2	<---	B.4.2	1,67059	,78912	2,11702	,03426
C.6.1	<---	C.5.4	-,53426	,22556	-2,36859	,01786
C.3.1	<---	C.6.4	-,41003	,71631	-,57242	,56703
A.1.2	<---	A.1.1	-,00519	,12446	-,04169	,96675
A.3.3	<---	A.4.1	,32170	,48049	,66953	,50316
C.7.4	<---	C.2.2	1,11236	,72744	1,52915	,12623

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

			Estimate
A2	<---	Lingkungan_Mikro	-1,59958
Marketing_Mix	<---	Lingkungan_Mikro	,70217
Marketing_Mix	<---	Lingkungan_Makro	,27260
A.2.3	<---	A2	,27950
A4	<---	Lingkungan_Mikro	,87389
A1	<---	Lingkungan_Mikro	,78444
B4	<---	Lingkungan_Makro	-,62962
B3	<---	Lingkungan_Makro	,93559
B2	<---	Lingkungan_Makro	-,70886
C2	<---	Marketing_Mix	-1,28823
C6	<---	Marketing_Mix	,87454
C5	<---	Marketing_Mix	1,03684
Kepuasan_Pelanggan	<---	Marketing_Mix	-,97822
C.2.2	<---	C2	,21092
C.5.4	<---	C5	,48018
A.1.1	<---	A1	,46674
A.4.1	<---	A4	,44362
B.2.2	<---	B2	,45197
B.3.2	<---	B3	,36156
B.4.2	<---	B4	,33292
A5	<---	Lingkungan_Mikro	,12164
A3	<---	Lingkungan_Mikro	-,89076
B6	<---	Lingkungan_Makro	,27922
B5	<---	Lingkungan_Makro	,17792
B1	<---	Lingkungan_Makro	2,17896
C.6.4	<---	C6	,35682
C4	<---	Marketing_Mix	,86740
C3	<---	Marketing_Mix	,67728
C1	<---	Marketing_Mix	1,13453
C7	<---	Marketing_Mix	,98432
X2	<---	Kepuasan_Pelanggan	-1,01094

		Estimate
X3	<--- Kepuasan_Pelanggan	,87693
X1	<--- Kepuasan_Pelanggan	,89889
C.5.4	<--- A.2.3	-,06746
C.2.1	<--- C2	,34158
C.4.1	<--- C4	,57013
C.4.2	<--- C4	,59524
C.4.3	<--- C4	,36520
C.5.1	<--- C5	,26553
C.5.2	<--- C5	,34456
C.5.3	<--- C5	,52677
C.1.1	<--- C1	,34006
C.1.2	<--- C1	,40666
C.1.3	<--- C1	,35694
C.1.4	<--- C1	,32242
C.1.5	<--- C1	-,27862
C.7.1	<--- C7	,53651
C.7.2	<--- C7	,47509
C.7.3	<--- C7	,53165
C.7.4	<--- C7	,72756
C.7.5	<--- C7	,51805
C.7.6	<--- C7	-,53489
C.7.7	<--- C7	-,41061
C.7.8	<--- C7	-,40684
A.3.1	<--- A3	,56708
A.3.2	<--- A3	-,48018
A.3.3	<--- A3	-,36562
A.2.1	<--- A2	,26949
A.2.2	<--- A2	,30508
A.1.2	<--- A1	,40326
A.1.3	<--- A1	,41612
A.4.2	<--- A4	-,39787
A.4.3	<--- A4	-,48440
A.5.1	<--- A5	1,78546
B.1.1	<--- B1	,22861
B.1.2	<--- B1	-,25730
B.2.1	<--- B2	,43561
B.2.3	<--- B2	,61603
B.2.4	<--- B2	-,47178
B.3.1	<--- B3	,50517
B.4.1	<--- B4	,52627
B.5.1	<--- B5	1,67268
B.6.1	<--- B6	1,62643
C.3.1	<--- C3	,68504
C.3.2	<--- C3	,34675
C.6.1	<--- C6	,85967
C.6.2	<--- C6	1,00924
C.6.3	<--- C6	-,34667
X.1.3	<--- X1	,48842

		Estimate
X.1.2	<--- X1	,58397
X.1.1	<--- X1	,49858
X.2.4	<--- X2	,66415
X.2.3	<--- X2	,53939
X.2.2	<--- X2	-,45017
X.2.1	<--- X2	-,53240
X.3.3	<--- X3	,52200
X.3.2	<--- X3	-,57555
X.3.1	<--- X3	-,45890
X.2.4	<--- B.3.2	-,21035
C.6.3	<--- B.2.2	,26467
C.6.2	<--- B.4.2	1,68647
C.6.1	<--- C.5.4	-,52988
C.3.1	<--- C.6.4	-,42874
A.1.2	<--- A.1.1	-,00559
A.3.3	<--- A.4.1	,33519
C.7.4	<--- C.2.2	1,15379

Covariances: (Group number 1 - Default model)

		Estimate	S.E.	C.R.	P
Lingkungan_Makro	<--> Lingkungan_Mikro	,08000	,02748	2,91163	,00360
ex1	<--> ec2	,05355	,01909	2,80481	,00503
e21	<--> ex2	-,03987	,02827	-1,41056	,15838
e10	<--> ea3	,04206	,02914	1,44329	,14894
e41	<--> e6	,18400	,15030	1,22417	,22089
e44	<--> eb4	,08956	,03162	2,83216	,00462
e33	<--> e45	,29367	,30488	,96324	,33543
e25	<--> eb6	-,83728	,02334	-35,86804	***
e24	<--> eb5	-,83179	,02398	-34,69105	***
e43	<--> e23	-,57425	,33777	-1,70013	,08911
e60	<--> e21	-,00227	,25787	-,00881	,99297
e43	<--> e17	-,00128	,03035	-,04216	,96637
e13	<--> ea5	-,84831	,02162	-39,24372	***
e5	<--> e2	,12023	,03575	3,36325	***
e9	<--> ea4	,00515	,01972	,26104	,79406
e9	<--> e10	,16698	,16924	,98665	,32381
e49	<--> e54	-,13300	,03736	-3,55952	***
e47	<--> ec4	,07584	,02695	2,81417	,00489
e46	<--> ex1	,05202	,02063	2,52227	,01166
e30	<--> e43	,10034	,03734	2,68742	,00720
e42	<--> e41	,05331	,06582	,80999	,41794
e37	<--> e33	,12214	,04095	2,98295	,00285
e35	<--> ec7	,04132	,01595	2,59106	,00957
e62	<--> e32	-,00200	,01542	-,12964	,89685
e49	<--> e32	-,59919	,29073	-2,06096	,03931

Correlations: (Group number 1 - Default model)

		Estimate
Lingkungan_Makro <--> Lingkungan_Mikro		1,04661
e10 <--> ea3		,41943
e41 <--> e6		,42580
e44 <--> eb4		,82775
e33 <--> e45		,68614
e25 <--> eb6		-,83728
e24 <--> eb5		-,83179
e43 <--> e23		-,89775
e60 <--> e21		-,00867
e43 <--> e17		-,00226
e13 <--> ea5		-,84831
e5 <--> e2		,33442
e9 <--> ea4		,09189
e9 <--> e10		,71707
e49 <--> e54		-,20832
e47 <--> ec4		,70074
e46 <--> ex1		,64876
e30 <--> e43		,15037
e42 <--> e41		,19037
e37 <--> e33		,27966
e35 <--> ec7		1,19065
e62 <--> e32		-,00598
e49 <--> e32		-,86501

Model Fit Summary
CMIN

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	178	3314,45301	1838	,00000	1,80329
Saturated model	2016	,00000	0		
Independence model	63	4754,36485	1953	,00000	2,43439

RMR, GFI

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Default model	,04112	,54997	,50639	,50141
Saturated model	,00000	1,00000		
Independence model	,09129	,25481	,23078	,24685

Baseline Comparisons

Model	NFI Delta1	RFI rho1	IFI Delta2	TLI rho2	CFI
Default model	,30286	,25924	,49374	,43998	,47295
Saturated model	1,00000		1,00000		1,00000
Independence model	,00000	,00000	,00000	,00000	,00000

Parsimony-Adjusted Measures

Model	PRATIO	PNFI	PCFI
Default model	,94112	,28503	,44510
Saturated model	,00000	,00000	,00000
Independence model	1,00000	,00000	,00000

NCP

Model	NCP	LO 90	HI 90
Default model	1476,45301	1319,29360	1641,39433
Saturated model	,00000	,00000	,00000
Independence model	2801,36485	2602,88789	3007,42033

FMIN

Model	FMIN	F0	LO 90	HI 90
Default model	33,47932	14,91367	13,32620	16,57974
Saturated model	,00000	,00000	,00000	,00000
Independence model	48,02389	28,29661	26,29180	30,37798

RMSEA

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	,09008	,08515	,09498	,00004
Independence model	,12037	,11603	,12472	,00004

AIC

Model	AIC	BCC	BIC	CAIC
Default model	3670,45301	4321,42444	4134,17331	4312,17331
Saturated model	4032,00000	11404,80000	9284,02309	11300,02309
Independence model	4880,36485	5110,76485	5044,49057	5107,49057

ECVI

Model	ECVI	LO 90	HI 90	MECVI
Default model	37,07528	35,48781	38,74136	43,65075
Saturated model	40,72727	40,72727	40,72727	115,20000
Independence model	49,29661	47,29180	51,37798	51,62389

HOELTER

Model	HOELTER .05	HOELTER .01
Default model	58	60
Independence model	43	44

Output Grafik Amos Model Modifikasi

