

DAFTAR PUSTAKA

- Arief, Muhtosin. 2020. *Pemasaran Jasa dan Persepsi kualitas pelayanan : Bagaimana Mengelola Persepsi kualitas pelayanan Agar Memuaskan Pelanggan*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Barnes, James G. 2019. *Secret of Persepsi customer relationship management*. Yogyakarta: Andi.
- Bintari, Wulan Probo, I. B. N. Udayana, dan Bernadetta Diansepti Maharani. 2022. "Pengaruh Usability , Information Quality , Dan Service Interaction Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Tokopedia Di Kabupaten Kediri)." *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen* 20(1):68–75.
- Buttle, Francis. 2019. *Persepsi customer relationship management (Manajemen Hubungan. Pelanggan): Concept dan Tools*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Caresya, Galdhisia Devita, Zahara Meilawaty, dan Hestieyonini Hadnyanawati. 2016. "Pengaruh Persepsi komunikasi interpersonal dokter Gigi-Pasien Terhadap Tingkat Kepuasan Di Poli Gigi Puskesmas Jember." *E-Jurnal Pustaka Kesehatan* 3(3):547–54.
- Dewi, Ayu Abriyanti Chandra. 2017. "Pengaruh Persepsi *customer relationship management* (CRM) Terhadap Customer Satisfaction Dan Customer Loyalty Pada Pelanggan Sushi TEI Surabaya." 3(1):1–9.
- Fatihudin, Didin, dan Anang Firmansyah. 2020. *Pemasaran Jasa:(Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Ferdinand, Augusty. 2019. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Skripsi, Tesis Dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Fredericks, Joan O., dan James M. Salter. 2018. "Beyond Customer Satisfaction." *Management Review* 84(5).
- Gaffar, Vanessa. 2019. *CRM Dan MPR Hotel (Persepsi customer relationship management dan Marketing Public Relations)*. Bandung: Alfa Beta.
- Griffin, Jill. 2019. *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Haryandika, Dewa Made, dan I. Ketut Santra. 2021. "The Effect of Persepsi

- customer relationship management* on Customer Satisfaction dan Customer Loyalty.” *Indonesian Journal of Business dan Entrepreneurship* 7(2):139–49. doi: 10.17358/ijbe.7.2.139.
- Hurriyati, Ratih. 2019. *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Imran, Imran, Yuliasri Yuliasri, Almasdi Almasdi, dan Yimmi Syavardie. 2021. “Dampak Persepsi kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Puskesmas.” *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Sains Dan Humaniora* 5(3):389. doi: 10.23887/jppsh.v5i3.40846.
- Jacobalis, Samsi. 2019. *Menjaga Mutu Pelayanan Rumah Sakit*. Jakarta: Persi.
- Kotler, Philip. 2018. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- Kulsum, Umie, dan Tantri Yanuar Rahmat Syah. 2017. “The Effect of Service Quality on Loyalty with Mediation of Patient Satisfaction.” *International Journal of Business dan Management Invention ISSN* 6(3):41–50.
- Kurnia, Riawati Pepey. 2019. *Persepsi customer relationship management Untuk Memenangkan Persaingan*. Jakarta: PPM Manajemen.
- Lupiyoadi, Rambat. 2019. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mardalis, Ahmad. 2019. *Meraih Loyalitas Pelanggan*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Moekijat. 2017. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Mandar Maju.
- Muang, Muh Shadri Kahar, Edi Indra Setiawan, dan Rikal Fajar Masati. 2020. “Customer Loyalty: Improve Persepsi *customer relationship management* That Impact the Customer Satisfaction.” *Al-Amwal: Journal of Islamic Economic Law* 5(1):47–58.
- Mulyana, Deddy. 2020. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nguyen, Nhi Xuan, Khoa Tran, dan Tuyet Anh Nguyen. 2021. “Impact of Service Quality on In-Patients’ Satisfaction, Perceived Value, dan Customer Loyalty: A Mixed-Methods Study from a Developing Country.” *Patient Preference dan Adherence* 15(November):2523–38. doi: 10.2147/PPA.S333586.
- Oliver, Richard L. 2017. *Satisfaction A Behavioral Perspective On The Consumer*. Singapore: Mc Graw Hill.

- Pandoh, Eireine M., Ardiansa AT Tucunan, dan Adisti A. Rumayar. 2020. "Hubungan Antara Komunikasi Dokter Pasien Dengan Kepuasan Pasien Rawat Inap Di Siloam Hospitals Manado." *Jurnal KESMAS* 7(4):1–9.
- Pentescu, Alma, Iuliana Cetinã, dan Gheorghe Orzan. 2019. "Social Media's Impact on Healthcare Services." *Procedia Economics dan Finance* 27(15):646–51. doi: 10.1016/s2212-5671(15)01044-8.
- Peppers, Don, dan Marta Rogers. 2019. *Managing Customer Relationships*. New York: Wiley.
- Pratiwi, Alya Ramadhani, dan Dodik Arwin Dermawan. 2021. "Pengaruh Persepsi *customer relationship management* (CRM) Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pelanggan ShopeePay Pada Aplikasi Shopee Di Kota Surabaya)." *JEISBI: Journal of Emerging Information Systems dan Business Intelligence* 02(03):87–93.
- Priansa, Doni Juni dan Agus Garnida. 2020. *Manajemen Perkantoran Efektif, Efisien Dan Profesiona*. Bandung: Alfabeta.
- Priansa, Donni Juni. 2020. *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Bandung: Pusaka Setia.
- Prihandoyo, C., Juwari, dan AG Iriyanti. 2021. "Pengaruh Persepsi kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Klinik Henny Dental Care." *GeoEkonomi ISSN-Elektronik (e): 2503-4790 / ISSN-Print (P)* 12(September 2021):167–79.
- Riyadi, Muhammad Hafidz, Rahmi Widyanti, dan Deli Anhar. 2020. "Pengaruh Persepsi komunikasi interpersonal dokter-Pasien Dan Persepsi kualitas pelayanan terhadap Tingkat Kepuasan Pasien Di Poliklinik Rsud Dr. H. Moch. Ansari Saleh Banjarmasin." *Al-KALAM: JURNAL KOMUNIKASI, BISNIS DAN MANAJEMEN* 7(1):55–71.
- Robinette, Scott, dan Claire Brand. 2019. *Emotion Marketing: The Hallmark Way of Winning Customer for Life*. New York: McGraw Hill Company.
- Safitri, Ria, Ria Nelly Sari, dan Gusnardi. 2014. "JURNAL EKONOMI Volume 22, Nomor 3 September 2014." *Jurnal Ekonomi* 22(September):71–87.
- Saputra, Suryono. 2019. "The Effect of Persepsi *customer relationship management* (CRM) on Bank Customer Loyalty through Satisfaction as Mediating Variable: Evidence in Batam, Indonesia." 306(Isseh 2018):146–51. doi: 10.2991/isseh-18.2019.34.
- Sari, Selvi Mayang. 2021. "Pengaruh Persepsi kualitas pelayanan Dan Kepuasan Pasien Terhadap Loyalitas Pasien (Studi Pada Rumah Sakit Bhayangkara Tk.

- II Sartika Asih Bandung).” *Jurnal Economix* 9(1):61–72.
- Sari, Wilujeng Puja, Naili Farida, dan Sutopo Patria Jati. 2020. “The Influence of Hospital Trust dan Service Quality to Patient Satisfaction dan Loyalty.” (Icib 2019):203–7. doi: 10.5220/0008429302030207.
- Sholeh, Moh, dan Djazuly Chalidyanto. 2021. “The Effect of Service Quality on Loyalty Through Patient Satisfaction in Outpatient of Hospital X, Malang.” *JMMR (Jurnal Medicoeticolegal Dan Manajemen Rumah Sakit)* 10(2):148–57. doi: 10.18196/jmmr.v10i2.10239.
- Silaen, Dahliana Jessica Aristy, dan Ibnu Alferraly. 2019. “Hubungan Komunikasi Efektif Dokter-Pasien Terhadap Tingkat Kepuasan Pasien Dalam Pelayanan Medik.” *Intisari Sains Medis* 10(2):334–37. doi: 10.15562/ism.v10i3.387.
- Suasnawa, I. Gede. 2020. “Pengaruh Pelayanan Prima Dan Persepsi *customer relationship management* (Crm) Terhadap Loyalitas Pasien.” *Bali Health Journal* 4(1).
- Sugiarto, Sigit. 2021. “Pengaruh Customer Relationship Marketing (CRM) Dan Persepsi kualitas pelayanan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan PT Ping Loka Distriniaga Purworejo.” *Prodi Manajemen, STIE Putra Bangsa Kebumen* 2(1):1–6.
- Sunaryo, Aris, Maulana Amrulloh, dan Bambang Wibisono. 2021. “Hubungan Antara Komunikasi Efektif Dokter Dengan Pasien Dan Persepsi kualitas pelayanan Kesehatan terhadap Kepuasan Pasien Study: Di Poliklinik Penyakit Dalam Rsud Waled.” *Jurnal Kedokteran Dan Kesehatan* 7(1).
- Sunyoto, Danang. 2019. *Perilaku Konsumen Dan Pemasaran*. Yogyakarta: Caps.
- Suparyo, Septiana Wulandari, Joyo NS Gono, Sri Widowati Herieningsih, dan Tandiyo Pradekso. 2015. “Title : The Correlation between Doctor-Patient.” *Interaksi Online* 3(4).
- Supranto. 2019. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Susanto, Romi. 2021. “Pengaruh Persepsi *customer relationship management* (CRM) Terhadap Kepuasan Nasabah Pinjaman Pada PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat Cabang Painan.” *Jurnal Pundi* 05(01):181–94. doi: 10.31575/jp.v5i1.348.
- Sutrisno. 2015. “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Costumer Relationship Management Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pasien Di RS Tingkat Dua TNI.” *JMM17 Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen* 2(2):27–41.
- Swatha, Basu, dan Irawan. 2019. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta:

Liberty.

Tjiptono, Fandi, dan Gregorius Chandra. 2019. *Service, Quality, dan Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, Fandy. 2019a. *Service Management, Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: CV Andi.

Tjiptono, Fandy. 2019b. *Strategi Pemasaran Prinsip dan Penerapan*. Yogyakarta: Andi.

Unal, Ozgun, Mahmut Akbolat, dan Mustafa Amarat. 2018. "The Influence of Patient-Physician Communication on Physician Loyalty dan Hospital Loyalty of the Patient." *Pakistan Journal of Medical Sciences* 34(4):999–1003. doi: 10.12669/pjms.344.15136.

Utami, Cristina Widhya. 2020. *Manajemen Ritel*. Jakarta: Salemba Empat.

Utari, Uleng, Fridawaty Rivai, dan Nurshanty S. Andi. 2019. "Pengaruh Pengalaman Pasien Terhadap Loyalitas Pasien Di Rumah Sakit Umum Daerah Haji Makassar." *Jurnal Kesehatan Masyarakat Maritim* 1(2). doi: 10.30597/jkmm.v1i2.8714.

Yashinta Octavian Gita Setyanda, Rizanda Machmud, Abdi Setya Putra. 2021. "Hubungan Kualitas Komunikasi Dokter Ggi Dengan Loyalitas Pasien." *B-Dent: Jurnal Kedokteran Gigi Universitas Baiturrahmah, Vol 7, No.2: Page 136-142* 7(2):136–42.

Yazid, M. 2019. *Pemasaran Jasa Konsep Dan Implementasi*. Yogyakarta: Ekonisia.

Lampiran 1



Kuesioner Penelitian

Pengaruh Persepsi kualitas pelayanan, Persepsi komunikasi interpersonal dokter Dan Persepsi *customer relationship management* Terhadap Loyalitas Pasien Dengan Kepuasan Pasien Sebagai Pemediasi pada RSU Budi Rahayu Pekalongan

Bapak/Ibu/Sdr/i terhormat,

Saya adalah mahasiswa Program Studi Magister Manajemen Universitas Pancasakti Tegal yang sedang melakukan penelitian untuk menyelesaikan tugas akhir Tesis tentang “Pengaruh Persepsi kualitas pelayanan, Persepsi komunikasi interpersonal dokter Dan Persepsi *customer relationship management* Terhadap Loyalitas Pasien Dengan Kepuasan Pasien Sebagai Pemediasi pada RSU Budi Rahayu Pekalongan”.

Berkaitan dengan pengumpulan data penelitian, saya memohon kesediaan dan bantuan Bapak/Ibu/Sdr/i meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini. Hasil dari kuesioner ini sepenuhnya akan digunakan untuk kepentingan penelitian sehingga jawaban kuesioner ini akan terjamin kerahasiannya. Kejujuran serta kesungguhan Bpk/Ibu/Sdr/i dalam mengisi kuesioner ini akan sangat berarti dan sangat saya hargai. Atas kesediaan serta kerjasama Bapak/Ibu/Sdr/i, saya ucapkan banyak terima kasih.

Hormat Saya,

Jefly Mandala Putra

IDENTITAS RESPONDEN

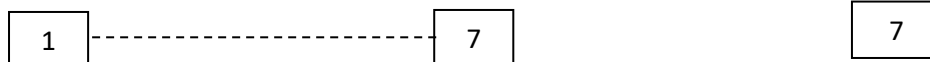
1. Frekuensi kunjungan di Rumah Sakit ini:
 1-5 kali 6-10 kali
 Lebih dari 10 kali
2. Jenis Kelamin :
 Laki-laki Perempuan
3. Usia anda Bapak/Ibu/Sdr/i ini:
 17 - 24 tahun 25 - 34 tahun
 35 - 49 tahun \geq 50 tahun
4. Pekerjaan anda Bapak/Ibu/Sdr/i ini
 Pelajar/Mahasiswa Pegawai Negeri
 Pegawai Swasta TNI/Polri
 Wiraswasta Lain-lain sebutkan
5. Pendidikan Terakhir Bapak/Ibu/Sdr/i:
 SLTA sederajat Diploma
 Strata 1 Strata 2
 Strata 3

PETUNJUK PENGISIAN

Pertanyaan dalam angket menggunakan skala interval 1-7 untuk memperoleh data, dengan jawaban sangat tidak setuju atau sangat setuju. Bapak/Ibu/Sdr/i dimohon memberi skor atau nilai atas pernyataan yang diajukan sesuai dengan realita atau kondisi yang ada.

Sangat tidak setuju

Sangat setuju



Contoh pengisian angket :

Saya memilih berobat ke rumah sakit ini karena dekat dengan rumah

Jawaban 7 menandakan responden sangat setuju dengan pernyataan yang disampaikan

Pernyataan Untuk Variabel Loyalitas Pasien

1. RSUD Budi Rahayu Pekalongan menjadi pilihan utama jika pasien
membutuhkan jasa kesehatan.
2. Pasien menghubungi RSUD Budi Rahayu Pekalongan untuk
berkonsultasi mengenai kesehatan
3. Pasien mereferensikan RSUD Budi Rahayu Pekalongan kepada orang
lain.
4. Pasien tidak terpengaruh dengan bujukan (promosi/iklan) yang
dilakukan oleh Rumah Sakit lain.

Pernyataan Untuk Variabel Kepuasan Pasien

1. Pasien puas dengan alternatif pilihan perawatan dan kelengkapan obat yang disediakan RSUD Budi Rahayu Pekalongan.
2. Pasien puas dengan kualitas obat yang disediakan RSUD Budi Rahayu Pekalongan
3. Pasien puas karena pelayanan kesehatan yang diberikan RSUD Budi Rahayu Pekalongan sesuai dengan diharapkan.
4. Pasien puas dengan kecepatan dan ketepatan pelayanan yang sesuai dengan yang dijanjikan RSUD Budi Rahayu Pekalongan.
5. Pasien puas dengan jasa kesehatan yang diberikan RSUD Budi Rahayu Pekalongan secara keseluruhan

Pasien merasa bahwa :

- Merasa puas menggunakan produk/jasa pelayanan kesehatan di RSUD Budi Rahayu Pekalongan
- Merasa tidak puas menggunakan produk/jasa pelayanan kesehatan di RSUD Budi Rahayu Pekalongan

Alasan:

.....

Pernyataan Untuk Variabel Persepsi kualitas pelayanan

1. RSUD Budi Rahayu Pekalongan menggunakan peralatan yang modern dan terkini
2. RSUD Budi Rahayu Pekalongan menyediakan jasa kesehatan sesuai dengan yang dijanjikan
3. RSUD Budi Rahayu Pekalongan selalu siap untuk merespon setiap kebutuhan pasien
4. RSUD Budi Rahayu Pekalongan membuat pasien merasa aman sewaktu berobat
5. RSUD Budi Rahayu Pekalongan memperlakukan pasien dengan penuh perhatian.

Pasien merasa bahwa :

- Persepsi kualitas pelayanan di RSUD Budi Rahayu Pekalongan sudah baik
- Persepsi kualitas pelayanan di RSUD Budi Rahayu Pekalongan belum baik

Alasan:

.....

Pernyataan Untuk Variabel Persepsi komunikasi interpersonal dokter

1. Dokter RSUD Budi Rahayu Pekalongan berusaha mengenal pasien secara dekat
2. Dokter RSUD Budi Rahayu Pekalongan memberikan tanggapan yang baik atas pertanyaan atau ketidakjelasan yang disampaikan pasien
3. Dokter RSUD Budi Rahayu Pekalongan membuat pasien percaya diri untuk bisa mengatasi penyakitnya
4. Dokter RSUD Budi Rahayu Pekalongan menanyakan kepada pasien apakah ada informasi yang kurang dipahami pasien

Pasien merasa bahwa :

- Persepsi komunikasi interpersonal dokter RSUD Budi Rahayu Pekalongan sudah baik
- Persepsi komunikasi interpersonal dokter RSUD Budi Rahayu Pekalongan belum baik

Alasan:

.....

Pernyataan Untuk Variabel Persepsi *customer relationship management*

1. Pengurusan administrasi di RSUD Budi Rahayu Pekalongan menggunakan sistem yang bagus
2. Dokter dan perawat RSUD Budi Rahayu Pekalongan menjalin hubungan yang baik dengan pasien atau keluarganya.
3. RSUD Budi Rahayu Pekalongan memberikan fasilitas khusus yang menarik minat pelanggan untuk senantiasa mengunjungi rumah sakit jika memerlukan pelayanan kesehatan
4. Dokter dan perawat RSUD Budi Rahayu Pekalongan mampu dengan cepat dan tepat dalam melayani kebutuhan pasien secara individual

Pasien merasa bahwa :

- Persepsi *customer relationship management* di RSUD Budi Rahayu Pekalongan sudah baik
- Persepsi *customer relationship management* di RSUD Budi Rahayu Pekalongan belum baik

Alasan:

.....

.....

.....

.....

Lampiran 2

Tabulasi Data Untuk Pengujian Instrument Dan Hasil Pengujian Instrumen
Variabel Persepsi kualitas pelayanan

Resp	KP_1	KP_2	KP_3	KP_4	KP_5	KP
Resp_1	7	7	7	7	7	35
Resp_2	7	7	7	7	7	35
Resp_3	7	7	5	7	6	32
Resp_4	7	7	7	7	7	35
Resp_5	7	7	7	7	7	35
Resp_6	7	7	6	6	7	33
Resp_7	6	6	7	6	7	32
Resp_8	7	7	6	7	7	34
Resp_9	7	7	6	5	6	31
Resp_10	7	7	6	6	5	31
Resp_11	7	7	7	7	7	35
Resp_12	7	7	6	6	7	33
Resp_13	7	7	7	6	6	33
Resp_14	7	7	7	7	7	35
Resp_15	7	7	6	7	6	33
Resp_16	6	6	5	6	6	29
Resp_17	7	7	5	7	7	33
Resp_18	6	6	5	6	6	29
Resp_19	6	6	7	7	6	32
Resp_20	6	7	7	7	7	34
Resp_21	3	7	6	6	6	28
Resp_22	6	6	7	7	7	33
Resp_23	6	6	6	6	6	30
Resp_24	6	6	6	6	6	30
Resp_25	6	6	6	6	6	30
Resp_26	7	6	7	7	7	34
Resp_27	6	6	7	6	6	31
Resp_28	2	3	2	3	3	13
Resp_29	6	6	5	6	6	29
Resp_30	6	6	6	6	6	30

Correlations

		Correlations					
		KP_1	KP_2	KP_3	KP_4	KP_5	KP
KP_1	Pearson Correlation	1	.725**	.581**	.675**	.675**	.854**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
KP_2	Pearson Correlation	.725**	1	.632**	.715**	.715**	.861**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
KP_3	Pearson Correlation	.581**	.632**	1	.710**	.748**	.850**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
KP_4	Pearson Correlation	.675**	.715**	.710**	1	.806**	.888**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
KP_5	Pearson Correlation	.675**	.715**	.748**	.806**	1	.898**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30
KP	Pearson Correlation	.854**	.861**	.850**	.888**	.898**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

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

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.911	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KP_1	25.2667	10.133	.741	.906
KP_2	25.1000	11.748	.793	.891
KP_3	25.4333	10.530	.745	.901
KP_4	25.2333	11.426	.830	.883
KP_5	25.2333	11.357	.844	.880

Lampiran 3

Tabulasi Data Untuk Pengujian Instrument Dan Hasil Pengujian Instrumen
Variabel Persepsi komunikasi interpersonal dokter

Resp	KID_1	KID_2	KID_3	KID_4	KID
Resp_1	7	7	7	7	28
Resp_2	7	7	7	7	28
Resp_3	6	6	6	6	24
Resp_4	7	7	7	7	28
Resp_5	7	7	7	7	28
Resp_6	5	5	6	6	22
Resp_7	7	7	6	6	26
Resp_8	7	7	7	7	28
Resp_9	7	6	6	7	26
Resp_10	6	6	5	7	24
Resp_11	7	7	7	6	27
Resp_12	7	7	7	6	27
Resp_13	7	7	6	5	25
Resp_14	7	7	7	7	28
Resp_15	7	6	7	7	27
Resp_16	6	6	7	7	26
Resp_17	6	6	7	7	26
Resp_18	6	5	6	6	23
Resp_19	6	6	7	6	25
Resp_20	6	6	6	7	25
Resp_21	6	3	6	6	21
Resp_22	6	6	6	6	24
Resp_23	6	6	6	6	24
Resp_24	6	6	6	6	24
Resp_25	6	6	6	6	24
Resp_26	7	6	6	6	25
Resp_27	6	6	6	6	24
Resp_28	3	4	4	7	18
Resp_29	6	7	6	6	25
Resp_30	6	7	6	6	25

Correlations

		Correlations				
		KID_1	KID_2	KID_3	KID_4	KID
KID_1	Pearson Correlation	1	.673**	.722**	.029	.867**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.878	.000
	N	30	30	30	30	30
KID_2	Pearson Correlation	.673**	1	.543**	.064	.837**
	Sig. (2-tailed)	.000		.002	.735	.000
	N	30	30	30	30	30
KID_3	Pearson Correlation	.722**	.543**	1	.209	.841**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002		.267	.000
	N	30	30	30	30	30
KID_4	Pearson Correlation	.029	.064	.209	1	.345
	Sig. (2-tailed)	.878	.735	.267		.062
	N	30	30	30	30	30
KID	Pearson Correlation	.867**	.837**	.841**	.345	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.062	
	N	30	30	30	30	30

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

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.728	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KID_1	18.8667	2.671	.711	.538
KID_2	19.0000	2.552	.614	.612
KID_3	18.8667	3.085	.705	.567
KID_4	18.7667	4.737	.107	.836

Lampiran 4

Tabulasi Data Untuk Pengujian Instrument Dan Hasil Pengujian Instrumen
Variabel Persepsi *customer relationship management*

Resp	CRM_1	CRM_2	CRM_3	CRM_4	CRM
Resp_1	7	7	7	7	28
Resp_2	7	6	7	7	27
Resp_3	6	6	6	6	24
Resp_4	7	7	7	7	28
Resp_5	7	7	7	7	28
Resp_6	6	6	6	5	23
Resp_7	7	7	6	6	26
Resp_8	7	7	7	7	28
Resp_9	5	6	6	7	24
Resp_10	7	7	6	6	26
Resp_11	7	7	7	7	28
Resp_12	7	7	6	6	26
Resp_13	7	7	7	7	28
Resp_14	7	7	6	6	26
Resp_15	6	6	6	5	23
Resp_16	6	6	5	5	22
Resp_17	6	6	5	5	22
Resp_18	6	6	6	6	24
Resp_19	6	7	7	6	26
Resp_20	6	4	6	4	20
Resp_21	4	6	7	6	23
Resp_22	7	7	6	6	26
Resp_23	6	6	6	6	24
Resp_24	6	6	6	6	24
Resp_25	6	6	6	6	24
Resp_26	7	6	6	6	25
Resp_27	6	5	6	6	23
Resp_28	6	7	6	7	26
Resp_29	6	2	5	6	19
Resp_30	2	1	5	4	12

Correlations

		Correlations				
		CRM_1	CRM_2	CRM_3	CRM_4	CRM
CRM_1	Pearson Correlation	1	.700**	.400*	.526**	.827**
	Sig. (2-tailed)		.000	.028	.003	.000
	N	30	30	30	30	30
CRM_2	Pearson Correlation	.700**	1	.591**	.596**	.914**
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.001	.000
	N	30	30	30	30	30
CRM_3	Pearson Correlation	.400*	.591**	1	.678**	.744**
	Sig. (2-tailed)	.028	.001		.000	.000
	N	30	30	30	30	30
CRM_4	Pearson Correlation	.526**	.596**	.678**	1	.806**
	Sig. (2-tailed)	.003	.001	.000		.000
	N	30	30	30	30	30
CRM	Pearson Correlation	.827**	.914**	.744**	.806**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

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

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

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.822	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
CRM_1	18.2333	6.461	.671	.763
CRM_2	18.4000	4.524	.769	.746
CRM_3	18.2667	8.409	.636	.807
CRM_4	18.4000	7.352	.682	.769

Lampiran 5

Tabulasi Data Untuk Pengujian Instrument Dan Hasil Pengujian Instrumen
Variabel Kepuasan Pasien

Resp	KPP_1	KPP_2	KPP_3	KPP_4	KPP_5	KPP
Resp_1	7	7	7	7	7	35
Resp_2	7	7	7	7	7	35
Resp_3	6	6	7	7	7	33
Resp_4	6	7	6	6	5	30
Resp_5	7	7	7	4	5	30
Resp_6	6	6	7	6	5	30
Resp_7	6	6	5	5	5	27
Resp_8	6	6	6	6	6	30
Resp_9	7	6	6	5	6	30
Resp_10	6	6	5	7	7	31
Resp_11	5	5	6	6	5	27
Resp_12	6	6	6	6	6	30
Resp_13	6	6	7	6	5	30
Resp_14	7	6	6	6	6	31
Resp_15	7	7	7	6	6	33
Resp_16	7	6	6	5	6	30
Resp_17	7	6	6	5	6	30
Resp_18	6	6	6	6	6	30
Resp_19	6	6	7	6	6	31
Resp_20	6	6	6	6	6	30
Resp_21	6	6	6	6	6	30
Resp_22	6	6	6	6	6	30
Resp_23	6	6	6	6	6	30
Resp_24	6	6	6	6	6	30
Resp_25	6	6	6	6	6	30
Resp_26	7	7	7	7	6	34
Resp_27	5	6	6	5	6	28
Resp_28	7	7	7	7	7	35
Resp_29	5	4	4	4	5	22
Resp_30	4	4	6	5	4	23

Correlations

		Correlations					
		KPP_1	KPP_2	KPP_3	KPP_4	KPP_5	KPP
KPP_1	Pearson Correlation	1	.791**	.453*	.263	.548**	.779**
	Sig. (2-tailed)		.000	.012	.160	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30
KPP_2	Pearson Correlation	.791**	1	.626**	.470**	.528**	.875**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.009	.003	.000
	N	30	30	30	30	30	30
KPP_3	Pearson Correlation	.453*	.626**	1	.460*	.251	.712**
	Sig. (2-tailed)	.012	.000		.011	.181	.000
	N	30	30	30	30	30	30
KPP_4	Pearson Correlation	.263	.470**	.460*	1	.661**	.746**
	Sig. (2-tailed)	.160	.009	.011		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
KPP_5	Pearson Correlation	.548**	.528**	.251	.661**	1	.773**
	Sig. (2-tailed)	.002	.003	.181	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30
KPP	Pearson Correlation	.779**	.875**	.712**	.746**	.773**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

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

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

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.835	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KPP_1	24.0000	5.655	.641	.800
KPP_2	24.1000	5.266	.788	.758
KPP_3	23.9667	6.033	.554	.823
KPP_4	24.3000	5.597	.573	.822
KPP_5	24.3000	5.734	.635	.802

Lampiran 6

Tabulasi Data Untuk Pengujian Instrument Dan Hasil Pengujian Instrumen
Variabel Loyalitas Pasien

Resp	LYP1	LYP2	LYP3	LYP4	LYP
Resp_1	4	7	7	4	22
Resp_2	7	7	7	7	28
Resp_3	7	7	7	7	28
Resp_4	6	7	7	7	27
Resp_5	5	6	5	4	20
Resp_6	5	6	6	7	24
Resp_7	6	6	5	6	23
Resp_8	5	6	6	7	24
Resp_9	7	7	6	6	26
Resp_10	6	6	7	7	26
Resp_11	5	4	5	4	18
Resp_12	7	7	6	5	25
Resp_13	6	6	7	7	26
Resp_14	3	3	3	3	12
Resp_15	6	5	6	5	22
Resp_16	6	5	6	5	22
Resp_17	6	5	6	5	22
Resp_18	6	6	6	6	24
Resp_19	6	7	6	6	25
Resp_20	6	6	6	6	24
Resp_21	6	6	6	6	24
Resp_22	7	7	7	7	28
Resp_23	6	6	6	6	24
Resp_24	6	6	6	6	24
Resp_25	6	6	6	6	24
Resp_26	7	7	6	6	26
Resp_27	6	6	5	5	22
Resp_28	6	5	5	5	21
Resp_29	5	5	6	4	20
Resp_30	5	6	6	5	22

Correlations

		Correlations				
		LYP1	LYP2	LYP3	LYP4	LYP
LYP1	Pearson Correlation	1	.620**	.526**	.616**	.809**
	Sig. (2-tailed)		.000	.003	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
LYP2	Pearson Correlation	.620**	1	.714**	.625**	.867**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
LYP3	Pearson Correlation	.526**	.714**	1	.673**	.847**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30
LYP4	Pearson Correlation	.616**	.625**	.673**	1	.874**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30
LYP	Pearson Correlation	.809**	.867**	.847**	.874**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

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

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.868	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
LYP1	17.6000	6.731	.670	.850
LYP2	17.4667	6.189	.754	.816
LYP3	17.4667	6.740	.741	.826
LYP4	17.7667	5.564	.737	.830

Lampiran 7

Tabulasi Data Penelitian Variabel Persepsi kualitas pelayanan

Resp	KP_1	KP_2	KP_3	KP_4	KP_5
Resp_1	7	7	6	6	6
Resp_2	7	6	7	6	6
Resp_3	7	6	7	7	6
Resp_4	1	2	2	1	2
Resp_5	7	7	7	7	7
Resp_6	6	6	6	6	5
Resp_7	7	7	7	7	7
Resp_8	7	7	7	7	7
Resp_9	7	7	7	7	6
Resp_10	7	7	7	7	7
Resp_11	7	7	7	7	7
Resp_12	7	7	5	7	6
Resp_13	7	7	7	7	7
Resp_14	7	7	7	7	7
Resp_15	7	7	6	6	7
Resp_16	6	6	7	6	7
Resp_17	7	7	6	7	7
Resp_18	7	7	6	5	6
Resp_19	7	7	6	6	5
Resp_20	7	7	7	7	7
Resp_21	7	7	6	6	7
Resp_22	7	7	7	6	6
Resp_23	7	7	7	7	7
Resp_24	7	7	6	7	6
Resp_25	6	6	5	6	6
Resp_26	7	7	5	7	7
Resp_27	6	6	5	6	6
Resp_28	6	6	7	7	6
Resp_29	6	7	7	7	7
Resp_30	3	7	6	6	6
Resp_31	6	6	7	7	7
Resp_32	6	6	6	6	6
Resp_33	6	6	6	6	6
Resp_34	6	6	6	6	6
Resp_35	7	6	7	7	7
Resp_36	6	6	7	6	6
Resp_37	2	3	2	3	3
Resp_38	6	6	5	6	6
Resp_39	6	6	6	6	6
Resp_40	6	6	6	6	6
Resp_41	5	6	6	7	7
Resp_42	7	6	7	7	7
Resp_43	6	7	7	7	6

Resp	KP_1	KP_2	KP_3	KP_4	KP_5
Resp_44	7	5	6	5	7
Resp_45	2	1	2	1	2
Resp_46	3	5	5	5	5
Resp_47	7	5	6	6	5
Resp_48	7	7	7	7	7
Resp_49	6	6	6	6	5
Resp_50	6	6	7	6	6
Resp_51	7	7	7	7	7
Resp_52	7	7	7	7	7
Resp_53	7	7	7	7	7
Resp_54	6	7	7	7	7
Resp_55	5	6	5	4	7
Resp_56	5	6	6	7	6
Resp_57	6	6	5	6	7
Resp_58	5	6	6	7	6
Resp_59	6	6	7	7	7
Resp_60	6	6	7	7	7
Resp_61	6	6	5	7	7
Resp_62	7	7	6	5	6
Resp_63	6	6	7	7	6
Resp_64	6	6	6	6	5
Resp_65	6	5	6	5	6
Resp_66	6	5	6	5	6
Resp_67	6	5	6	5	6
Resp_68	6	6	6	6	6
Resp_69	6	7	6	6	6
Resp_70	6	6	5	5	5
Resp_71	6	6	6	6	6
Resp_72	7	7	7	7	7
Resp_73	6	6	6	6	6
Resp_74	6	6	6	6	6
Resp_75	6	6	6	6	6
Resp_76	7	7	6	6	6
Resp_77	6	6	5	5	5
Resp_78	3	2	2	1	1
Resp_79	3	3	3	2	2
Resp_80	6	6	6	7	7
Resp_81	6	7	6	6	6
Resp_82	7	7	7	7	7
Resp_83	6	6	5	7	7
Resp_84	7	7	6	5	6
Resp_85	7	5	7	7	6
Resp_86	6	6	6	6	5
Resp_87	4	5	4	5	4
Resp_88	4	4	4	5	4
Resp_89	6	5	6	5	6
Resp_90	6	6	6	6	6

Resp	KP_1	KP_2	KP_3	KP_4	KP_5
Resp_91	6	7	6	6	6
Resp_92	6	6	6	6	6
Resp_93	6	6	6	6	5
Resp_94	7	7	7	7	7
Resp_95	6	6	6	6	6
Resp_96	6	6	6	6	6
Resp_97	6	6	6	6	6
Resp_98	7	7	6	6	6
Resp_99	2	2	2	2	2
Resp_100	6	5	5	5	5
Resp_101	5	5	6	7	7
Resp_102	7	7	6	7	7
Resp_103	6	6	6	6	6
Resp_104	6	6	6	6	6
Resp_105	7	7	6	6	7
Resp_106	5	6	6	7	7
Resp_107	7	6	7	7	7
Resp_108	5	6	6	7	7
Resp_109	6	6	5	7	7
Resp_110	7	7	6	5	6
Resp_111	6	6	7	7	6
Resp_112	6	6	6	6	6
Resp_113	7	7	7	7	7
Resp_114	7	7	7	7	7
Resp_115	5	6	6	5	5
Resp_116	5	7	5	6	6
Resp_117	7	5	7	7	6
Resp_118	5	6	5	4	7
Resp_119	2	1	2	1	2
Resp_120	1	2	2	1	2
Resp_121	2	3	2	3	3
Resp_122	5	5	6	7	7
Resp_123	7	7	7	7	7
Resp_124	7	7	5	7	6
Resp_125	3	7	6	6	6
Resp_126	6	6	5	6	6
Resp_127	7	5	6	5	7
Resp_128	7	7	7	7	7
Resp_129	3	2	2	1	1
Resp_130	3	3	3	2	2
Resp_131	4	4	4	5	4
Resp_132	7	7	7	7	7
Resp_133	7	7	6	6	7
Resp_134	1	2	2	1	2
Resp_135	3	7	6	6	6
Resp_136	2	3	2	3	3
Resp_137	2	1	2	1	2

Resp	KP_1	KP_2	KP_3	KP_4	KP_5
Resp_138	5	6	5	4	7
Resp_139	6	6	6	7	7
Resp_140	7	5	7	7	6
Resp_141	7	7	7	7	7
Resp_142	5	5	6	7	7
Resp_143	7	7	6	7	7
Resp_144	6	6	6	6	6
Resp_145	7	7	6	6	7
Resp_146	7	5	7	7	6
Resp_147	5	6	5	4	7
Resp_148	2	1	2	1	2
Resp_149	1	2	2	1	2
Resp_150	2	3	2	3	3
Resp_151	5	5	6	7	7
Resp_152	3	7	6	6	6
Resp_153	7	7	7	7	7
Resp_154	7	7	6	6	7

Lampiran 8

Tabulasi Data Penelitian Variabel Persepsi komunikasi interpersonal dokter

Resp	KID_1	KID_2	KID_3	KID_4
Resp_1	7	7	7	7
Resp_2	6	6	7	7
Resp_3	7	7	7	7
Resp_4	3	2	3	2
Resp_5	7	7	7	7
Resp_6	6	5	6	6
Resp_7	7	7	7	7
Resp_8	5	5	5	6
Resp_9	6	6	6	6
Resp_10	7	7	7	7
Resp_11	7	7	7	7
Resp_12	6	6	6	6
Resp_13	7	7	7	7
Resp_14	7	7	7	7
Resp_15	5	5	6	6
Resp_16	7	7	6	6
Resp_17	7	7	7	7
Resp_18	7	6	6	7
Resp_19	6	6	5	7
Resp_20	7	7	7	6
Resp_21	7	7	7	6
Resp_22	7	7	6	5
Resp_23	7	7	7	7
Resp_24	7	6	7	7
Resp_25	6	6	7	7
Resp_26	6	6	7	7
Resp_27	6	5	6	6
Resp_28	6	6	7	6
Resp_29	6	6	6	7
Resp_30	6	3	6	6
Resp_31	6	6	6	6
Resp_32	6	6	6	6
Resp_33	6	6	6	6
Resp_34	6	6	6	6
Resp_35	7	6	6	6
Resp_36	6	6	6	6
Resp_37	3	4	4	7
Resp_38	6	7	6	6
Resp_39	6	7	6	6
Resp_40	6	6	6	6
Resp_41	7	6	7	7
Resp_42	7	7	7	7
Resp_43	6	6	7	7

Resp	KID_1	KID_2	KID_3	KID_4
Resp_44	7	7	7	7
Resp_45	3	2	3	2
Resp_46	7	7	7	7
Resp_47	6	5	6	6
Resp_48	7	7	7	7
Resp_49	5	5	5	6
Resp_50	6	6	6	6
Resp_51	7	7	7	7
Resp_52	7	7	7	6
Resp_53	7	7	5	4
Resp_54	7	7	7	7
Resp_55	7	7	7	7
Resp_56	7	7	7	7
Resp_57	7	7	6	6
Resp_58	7	7	7	7
Resp_59	7	6	6	7
Resp_60	6	6	5	7
Resp_61	7	7	7	6
Resp_62	7	7	7	6
Resp_63	7	7	6	5
Resp_64	7	7	7	7
Resp_65	7	6	7	7
Resp_66	6	6	7	7
Resp_67	6	6	7	7
Resp_68	6	5	6	6
Resp_69	6	6	7	6
Resp_70	6	6	6	7
Resp_71	6	3	6	6
Resp_72	6	6	6	6
Resp_73	6	6	6	6
Resp_74	6	6	6	6
Resp_75	6	6	6	6
Resp_76	7	6	6	6
Resp_77	6	6	6	6
Resp_78	6	5	5	6
Resp_79	3	2	3	2
Resp_80	6	7	6	6
Resp_81	7	6	7	6
Resp_82	7	6	7	7
Resp_83	7	7	7	6
Resp_84	7	7	7	6
Resp_85	7	7	2	7
Resp_86	7	7	7	7
Resp_87	7	6	7	7
Resp_88	6	6	7	7
Resp_89	6	6	7	7
Resp_90	6	5	6	6

Resp	KID_1	KID_2	KID_3	KID_4
Resp_91	6	6	7	6
Resp_92	6	6	6	7
Resp_93	6	5	6	6
Resp_94	7	7	7	7
Resp_95	6	6	6	6
Resp_96	6	6	6	6
Resp_97	6	6	6	6
Resp_98	7	6	6	6
Resp_99	6	6	6	6
Resp_100	6	5	5	6
Resp_101	6	2	6	6
Resp_102	6	4	6	6
Resp_103	6	6	6	6
Resp_104	6	4	6	6
Resp_105	6	6	6	6
Resp_106	7	6	7	7
Resp_107	7	7	7	7
Resp_108	7	6	7	7
Resp_109	7	7	7	6
Resp_110	7	7	7	6
Resp_111	7	7	6	5
Resp_112	6	6	6	6
Resp_113	7	7	7	7
Resp_114	7	7	7	7
Resp_115	7	6	7	7
Resp_116	7	7	7	7
Resp_117	7	7	2	7
Resp_118	7	7	7	7
Resp_119	3	2	3	2
Resp_120	3	2	3	2
Resp_121	3	4	4	7
Resp_122	6	2	6	6
Resp_123	7	7	7	7
Resp_124	6	6	6	6
Resp_125	6	3	6	6
Resp_126	6	7	6	6
Resp_127	7	7	7	7
Resp_128	7	7	5	4
Resp_129	6	5	5	6
Resp_130	3	2	3	2
Resp_131	6	6	7	7
Resp_132	7	7	7	7
Resp_133	6	6	6	6
Resp_134	3	2	3	2
Resp_135	6	3	6	6
Resp_136	3	4	4	7
Resp_137	3	2	3	2

Resp	KID_1	KID_2	KID_3	KID_4
Resp_138	7	7	7	7
Resp_139	6	7	6	6
Resp_140	7	7	2	7
Resp_141	7	7	7	7
Resp_142	6	2	6	6
Resp_143	6	4	6	6
Resp_144	6	4	6	6
Resp_145	6	6	6	6
Resp_146	7	7	2	7
Resp_147	7	7	7	7
Resp_148	3	2	3	2
Resp_149	3	2	3	2
Resp_150	3	4	4	7
Resp_151	6	2	6	6
Resp_152	6	3	6	6
Resp_153	7	7	7	7
Resp_154	6	6	6	6

Lampiran 9

Tabulasi Data Penelitian Variabel Persepsi *customer relationship management*

Resp	CRM_1	CRM_2	CRM_3	CRM_4
Resp_1	7	7	7	6
Resp_2	7	6	7	6
Resp_3	6	5	6	4
Resp_4	1	2	2	2
Resp_5	7	7	7	7
Resp_6	7	6	6	6
Resp_7	5	5	5	6
Resp_8	5	5	5	5
Resp_9	6	6	6	6
Resp_10	7	7	7	7
Resp_11	7	6	7	7
Resp_12	6	6	6	6
Resp_13	7	7	7	7
Resp_14	7	7	7	7
Resp_15	6	6	6	5
Resp_16	7	7	6	6
Resp_17	7	7	7	7
Resp_18	5	6	6	7
Resp_19	7	7	6	6
Resp_20	7	7	7	7
Resp_21	7	7	6	6
Resp_22	7	7	7	7
Resp_23	7	7	6	6
Resp_24	6	6	6	5
Resp_25	6	6	5	5
Resp_26	6	6	5	5
Resp_27	6	6	6	6
Resp_28	6	7	7	6
Resp_29	6	4	6	4
Resp_30	4	6	7	6
Resp_31	7	7	6	6
Resp_32	6	6	6	6
Resp_33	6	6	6	6
Resp_34	6	6	6	6
Resp_35	7	6	6	6
Resp_36	6	5	6	6
Resp_37	6	7	6	7
Resp_38	6	2	5	6
Resp_39	6	1	5	4
Resp_40	6	6	6	6
Resp_41	7	6	7	6
Resp_42	7	7	7	6
Resp_43	7	6	7	6

Resp	CRM_1	CRM_2	CRM_3	CRM_4
Resp_44	6	5	6	4
Resp_45	6	2	6	6
Resp_46	7	7	7	7
Resp_47	7	6	6	6
Resp_48	7	7	7	7
Resp_49	5	5	5	5
Resp_50	6	6	6	6
Resp_51	7	7	7	7
Resp_52	6	6	7	7
Resp_53	6	6	6	6
Resp_54	7	7	7	7
Resp_55	4	4	4	4
Resp_56	6	6	6	7
Resp_57	7	7	6	6
Resp_58	7	7	7	7
Resp_59	5	6	6	7
Resp_60	7	7	6	6
Resp_61	7	7	7	7
Resp_62	7	7	6	6
Resp_63	7	7	7	7
Resp_64	7	7	6	6
Resp_65	6	6	6	5
Resp_66	6	6	5	5
Resp_67	6	6	5	5
Resp_68	6	6	6	6
Resp_69	6	7	7	6
Resp_70	3	4	3	4
Resp_71	4	6	7	6
Resp_72	7	7	6	6
Resp_73	6	6	6	6
Resp_74	6	6	6	6
Resp_75	6	6	6	6
Resp_76	7	6	6	6
Resp_77	6	5	6	6
Resp_78	6	5	6	5
Resp_79	3	2	3	3
Resp_80	6	7	7	7
Resp_81	6	6	6	6
Resp_82	7	6	7	6
Resp_83	7	7	7	7
Resp_84	7	7	6	6
Resp_85	7	7	7	7
Resp_86	7	7	6	6
Resp_87	6	6	6	5
Resp_88	6	6	5	5
Resp_89	6	6	5	5
Resp_90	6	6	6	6

Resp	CRM_1	CRM_2	CRM_3	CRM_4
Resp_91	6	7	7	6
Resp_92	6	4	6	4
Resp_93	4	6	7	6
Resp_94	3	3	6	6
Resp_95	6	6	6	6
Resp_96	6	6	6	6
Resp_97	6	6	6	6
Resp_98	7	6	6	6
Resp_99	6	5	6	6
Resp_100	6	5	6	5
Resp_101	6	2	5	6
Resp_102	6	1	5	4
Resp_103	6	6	6	6
Resp_104	6	1	5	4
Resp_105	6	6	6	6
Resp_106	7	6	7	6
Resp_107	7	7	7	6
Resp_108	7	6	7	6
Resp_109	7	7	7	7
Resp_110	7	7	6	6
Resp_111	7	7	7	7
Resp_112	6	6	6	6
Resp_113	7	7	7	7
Resp_114	7	6	7	7
Resp_115	7	6	7	6
Resp_116	7	7	7	6
Resp_117	7	7	7	7
Resp_118	4	4	4	4
Resp_119	6	2	6	6
Resp_120	1	2	2	2
Resp_121	6	7	6	7
Resp_122	6	2	5	6
Resp_123	7	7	7	7
Resp_124	6	6	6	6
Resp_125	4	6	7	6
Resp_126	6	2	5	6
Resp_127	6	5	6	4
Resp_128	6	6	6	6
Resp_129	6	5	6	5
Resp_130	3	2	3	3
Resp_131	6	6	5	5
Resp_132	3	3	6	6
Resp_133	6	6	6	6
Resp_134	1	2	2	2
Resp_135	4	6	7	6
Resp_136	6	7	6	7
Resp_137	6	2	6	6

Resp	CRM_1	CRM_2	CRM_3	CRM_4
Resp_138	4	4	4	4
Resp_139	6	7	7	7
Resp_140	7	7	7	7
Resp_141	3	3	6	6
Resp_142	6	2	5	6
Resp_143	6	1	5	4
Resp_144	6	1	5	4
Resp_145	6	6	6	6
Resp_146	7	7	7	7
Resp_147	4	4	4	4
Resp_148	6	2	6	6
Resp_149	1	2	2	2
Resp_150	6	7	6	7
Resp_151	6	2	5	6
Resp_152	4	6	7	6
Resp_153	3	3	6	6
Resp_154	6	6	6	6

Lampiran 10

Tabulasi Data Penelitian Variabel Kepuasan Pasien

Resp	KPP_1	KPP_2	KPP_3	KPP_4	KPP_5
Resp_1	7	7	7	6	7
Resp_2	6	7	7	7	6
Resp_3	7	6	6	6	7
Resp_4	2	4	4	4	3
Resp_5	7	7	7	7	7
Resp_6	6	7	6	7	6
Resp_7	7	7	7	7	7
Resp_8	4	5	6	7	6
Resp_9	7	6	6	6	6
Resp_10	7	7	7	7	7
Resp_11	7	7	7	7	7
Resp_12	6	6	7	4	1
Resp_13	6	7	6	6	5
Resp_14	7	7	7	4	5
Resp_15	6	6	7	6	5
Resp_16	6	6	5	5	5
Resp_17	6	6	6	6	6
Resp_18	7	6	6	5	6
Resp_19	6	6	5	7	7
Resp_20	5	5	6	6	5
Resp_21	6	6	6	6	6
Resp_22	6	6	7	6	5
Resp_23	7	6	6	6	6
Resp_24	7	7	7	6	6
Resp_25	7	6	6	5	6
Resp_26	7	6	6	5	6
Resp_27	6	6	6	6	6
Resp_28	6	6	7	6	6
Resp_29	6	6	6	6	6
Resp_30	6	6	6	6	6
Resp_31	6	6	6	6	6
Resp_32	6	6	6	6	6
Resp_33	6	6	6	6	6
Resp_34	6	6	6	6	6
Resp_35	7	7	7	7	6
Resp_36	5	6	6	5	6
Resp_37	7	7	7	7	7
Resp_38	5	4	4	4	2
Resp_39	4	4	6	5	4
Resp_40	6	6	6	2	2
Resp_41	7	7	7	6	5
Resp_42	7	7	7	6	7
Resp_43	6	7	7	7	6

Resp	KPP_1	KPP_2	KPP_3	KPP_4	KPP_5
Resp_44	7	6	6	6	7
Resp_45	7	7	7	7	6
Resp_46	7	7	7	7	7
Resp_47	6	7	6	7	7
Resp_48	7	7	7	7	7
Resp_49	4	5	6	7	5
Resp_50	7	6	6	6	6
Resp_51	7	7	7	7	7
Resp_52	7	7	7	7	7
Resp_53	6	6	7	4	6
Resp_54	6	7	6	6	7
Resp_55	4	7	7	4	7
Resp_56	6	6	7	6	6
Resp_57	6	6	5	5	6
Resp_58	6	6	6	6	6
Resp_59	5	6	6	5	5
Resp_60	6	6	5	7	6
Resp_61	5	5	6	6	5
Resp_62	6	6	6	6	6
Resp_63	6	6	7	6	6
Resp_64	7	6	6	6	6
Resp_65	7	7	7	6	7
Resp_66	7	6	6	5	6
Resp_67	7	6	6	5	6
Resp_68	6	6	6	6	6
Resp_69	6	6	7	6	6
Resp_70	6	6	6	6	6
Resp_71	6	6	6	6	6
Resp_72	6	6	6	6	6
Resp_73	6	6	6	6	6
Resp_74	6	6	6	6	6
Resp_75	6	6	6	6	6
Resp_76	7	7	7	7	7
Resp_77	5	6	6	5	5
Resp_78	6	6	6	5	6
Resp_79	5	6	6	6	5
Resp_80	4	4	6	5	4
Resp_81	6	6	6	7	6
Resp_82	7	7	7	6	7
Resp_83	5	5	6	6	5
Resp_84	6	6	6	6	6
Resp_85	6	6	7	6	6
Resp_86	7	6	6	6	7
Resp_87	7	7	7	7	7
Resp_88	7	7	7	7	3
Resp_89	7	6	6	5	6
Resp_90	6	6	6	6	6

Resp	KPP_1	KPP_2	KPP_3	KPP_4	KPP_5
Resp_91	6	6	7	6	6
Resp_92	6	6	6	6	6
Resp_93	6	6	6	6	6
Resp_94	6	6	6	6	6
Resp_95	6	6	6	6	6
Resp_96	6	6	6	6	6
Resp_97	6	6	6	6	6
Resp_98	7	7	7	7	6
Resp_99	7	6	6	7	7
Resp_100	6	6	6	6	5
Resp_101	5	6	6	5	2
Resp_102	4	4	6	4	4
Resp_103	6	6	6	6	2
Resp_104	4	4	6	4	4
Resp_105	3	3	2	2	2
Resp_106	7	7	7	7	5
Resp_107	7	7	7	7	7
Resp_108	7	7	7	7	5
Resp_109	5	5	6	5	5
Resp_110	6	6	6	6	6
Resp_111	6	6	7	6	5
Resp_112	7	6	6	7	6
Resp_113	6	6	6	6	6
Resp_114	6	5	6	5	6
Resp_115	7	7	7	7	5
Resp_116	7	7	7	7	7
Resp_117	6	6	7	6	6
Resp_118	4	7	7	4	7
Resp_119	7	7	7	7	6
Resp_120	2	4	4	4	3
Resp_121	7	7	7	7	7
Resp_122	5	6	6	5	2
Resp_123	7	7	7	7	7
Resp_124	6	6	7	4	1
Resp_125	6	6	6	6	6
Resp_126	5	4	4	4	2
Resp_127	7	6	6	6	7
Resp_128	6	6	7	4	6
Resp_129	6	6	6	5	6
Resp_130	5	6	6	6	5
Resp_131	7	7	7	7	3
Resp_132	6	6	6	6	6
Resp_133	3	3	2	2	2
Resp_134	2	4	4	4	3
Resp_135	6	6	6	6	6
Resp_136	7	7	7	7	7
Resp_137	7	7	7	7	6

Resp	KPP_1	KPP_2	KPP_3	KPP_4	KPP_5
Resp_138	4	7	7	4	7
Resp_139	4	4	6	5	4
Resp_140	6	6	7	6	6
Resp_141	6	6	6	6	6
Resp_142	5	6	6	5	2
Resp_143	4	4	6	4	4
Resp_144	4	4	6	4	4
Resp_145	3	3	2	2	2
Resp_146	6	6	7	6	6
Resp_147	4	7	7	4	7
Resp_148	7	7	7	7	6
Resp_149	2	4	4	4	3
Resp_150	7	7	7	7	7
Resp_151	5	6	6	5	2
Resp_152	6	6	6	6	6
Resp_153	6	6	6	6	6
Resp_154	3	3	2	2	2

Lampiran 11

Tabulasi Data Penelitian Variabel Loyalitas Pasien

Resp	LYP_1	LYP_2	LYP_3	LYP_4
Resp_1	7	6	7	7
Resp_2	6	7	7	7
Resp_3	7	5	6	5
Resp_4	2	2	2	3
Resp_5	7	7	7	7
Resp_6	7	5	6	6
Resp_7	5	5	7	7
Resp_8	6	6	6	6
Resp_9	6	6	7	6
Resp_10	4	7	7	4
Resp_11	7	7	7	7
Resp_12	7	7	7	7
Resp_13	6	7	7	7
Resp_14	5	6	5	4
Resp_15	5	6	6	7
Resp_16	6	6	5	6
Resp_17	5	6	6	7
Resp_18	7	7	6	6
Resp_19	6	6	7	7
Resp_20	5	4	5	4
Resp_21	7	7	6	5
Resp_22	6	6	7	7
Resp_23	3	3	3	3
Resp_24	6	5	6	5
Resp_25	6	5	6	5
Resp_26	6	5	6	5
Resp_27	6	6	6	6
Resp_28	6	7	6	6
Resp_29	6	6	6	6
Resp_30	6	6	6	6
Resp_31	7	7	7	7
Resp_32	6	6	6	6
Resp_33	6	6	6	6
Resp_34	6	6	6	6
Resp_35	7	7	6	6
Resp_36	6	6	5	5
Resp_37	6	5	5	5
Resp_38	5	5	6	4
Resp_39	5	6	6	5
Resp_40	6	6	6	6
Resp_41	5	6	6	7
Resp_42	5	4	5	4
Resp_43	6	7	7	7

Resp	LYP_1	LYP_2	LYP_3	LYP_4
Resp_44	7	5	6	5
Resp_45	6	7	6	6
Resp_46	7	7	7	7
Resp_47	6	5	6	6
Resp_48	7	7	7	7
Resp_49	6	6	6	6
Resp_50	6	6	7	6
Resp_51	6	6	5	5
Resp_52	5	5	5	5
Resp_53	7	7	7	7
Resp_54	7	7	7	7
Resp_55	7	6	5	4
Resp_56	7	6	6	7
Resp_57	6	6	5	6
Resp_58	7	6	6	7
Resp_59	6	7	6	7
Resp_60	7	6	7	7
Resp_61	7	6	5	7
Resp_62	5	7	6	5
Resp_63	7	6	7	7
Resp_64	6	6	6	6
Resp_65	7	5	6	5
Resp_66	7	5	6	5
Resp_67	7	5	6	5
Resp_68	6	6	6	6
Resp_69	7	7	6	6
Resp_70	6	6	6	6
Resp_71	6	6	6	6
Resp_72	5	5	5	5
Resp_73	6	6	6	6
Resp_74	6	6	6	6
Resp_75	6	6	6	6
Resp_76	5	5	4	4
Resp_77	6	6	5	5
Resp_78	6	5	5	5
Resp_79	6	6	7	5
Resp_80	7	6	6	5
Resp_81	6	6	6	6
Resp_82	7	6	6	7
Resp_83	6	6	5	7
Resp_84	4	3	3	5
Resp_85	7	7	7	7
Resp_86	6	6	6	6
Resp_87	4	5	6	5
Resp_88	4	4	3	4
Resp_89	6	5	6	5
Resp_90	6	6	6	6

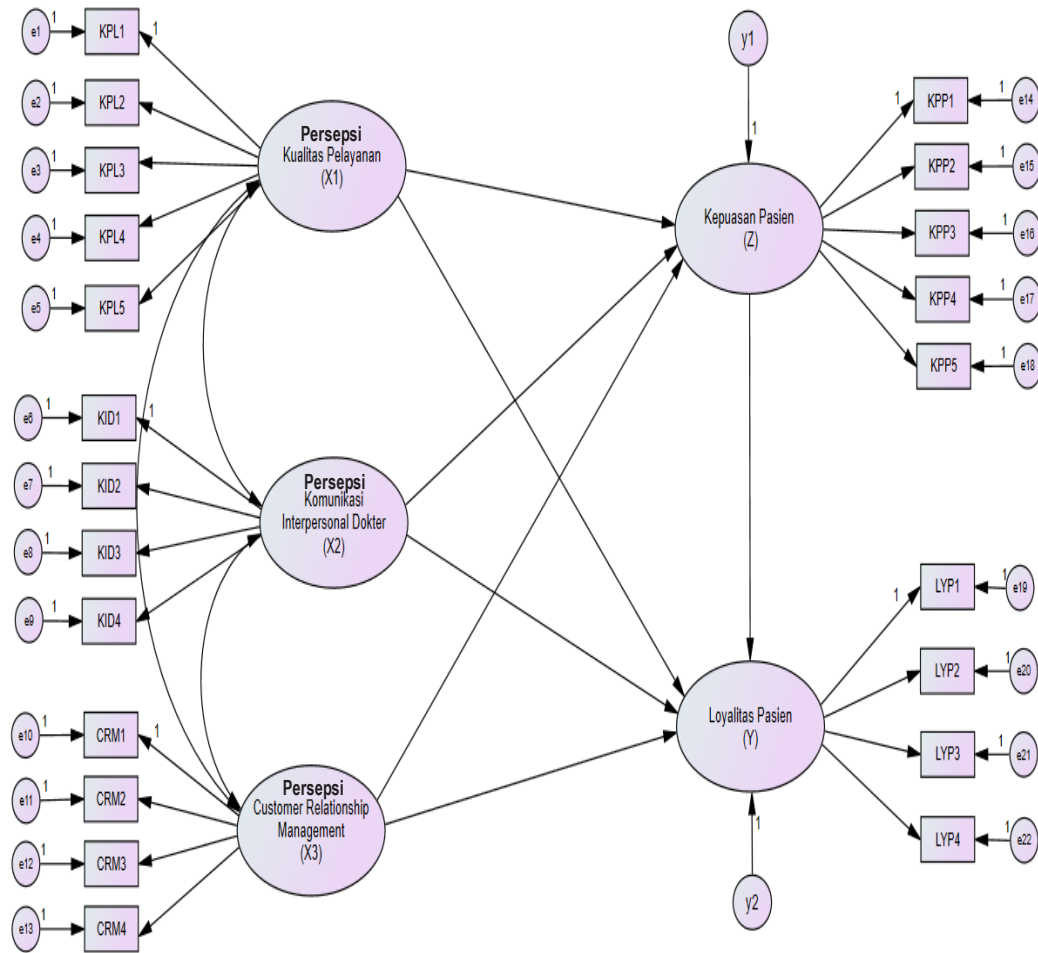
Resp	LYP_1	LYP_2	LYP_3	LYP_4
Resp_91	6	7	6	6
Resp_92	6	6	6	6
Resp_93	6	6	6	6
Resp_94	4	3	3	3
Resp_95	4	6	6	6
Resp_96	6	6	6	6
Resp_97	6	6	6	6
Resp_98	7	7	6	6
Resp_99	6	6	5	5
Resp_100	4	5	5	5
Resp_101	5	5	6	4
Resp_102	5	6	6	5
Resp_103	6	6	6	6
Resp_104	5	6	6	5
Resp_105	3	4	3	3
Resp_106	5	6	6	7
Resp_107	7	6	7	7
Resp_108	5	6	6	7
Resp_109	6	6	5	7
Resp_110	7	7	6	5
Resp_111	6	6	7	7
Resp_112	3	2	3	2
Resp_113	3	4	3	4
Resp_114	5	5	5	5
Resp_115	7	6	6	7
Resp_116	7	6	7	7
Resp_117	7	7	7	7
Resp_118	7	6	5	4
Resp_119	6	7	6	6
Resp_120	2	2	2	3
Resp_121	6	5	5	5
Resp_122	5	5	6	4
Resp_123	4	7	7	4
Resp_124	7	7	7	7
Resp_125	6	6	6	6
Resp_126	5	5	6	4
Resp_127	7	5	6	5
Resp_128	7	7	7	7
Resp_129	6	5	5	5
Resp_130	6	6	7	5
Resp_131	4	4	3	4
Resp_132	4	3	3	3
Resp_133	3	4	3	3
Resp_134	2	2	2	3
Resp_135	6	6	6	6
Resp_136	6	5	5	5
Resp_137	6	7	6	6

Resp	LYP_1	LYP_2	LYP_3	LYP_4
Resp_138	7	6	5	4
Resp_139	7	6	6	5
Resp_140	7	7	7	7
Resp_141	4	3	3	3
Resp_142	5	5	6	4
Resp_143	5	6	6	5
Resp_144	5	6	6	5
Resp_145	3	4	3	3
Resp_146	7	7	7	7
Resp_147	7	6	5	4
Resp_148	6	7	6	6
Resp_149	2	2	2	3
Resp_150	6	5	5	5
Resp_151	5	5	6	4
Resp_152	6	6	6	6
Resp_153	4	3	3	3
Resp_154	3	4	3	3

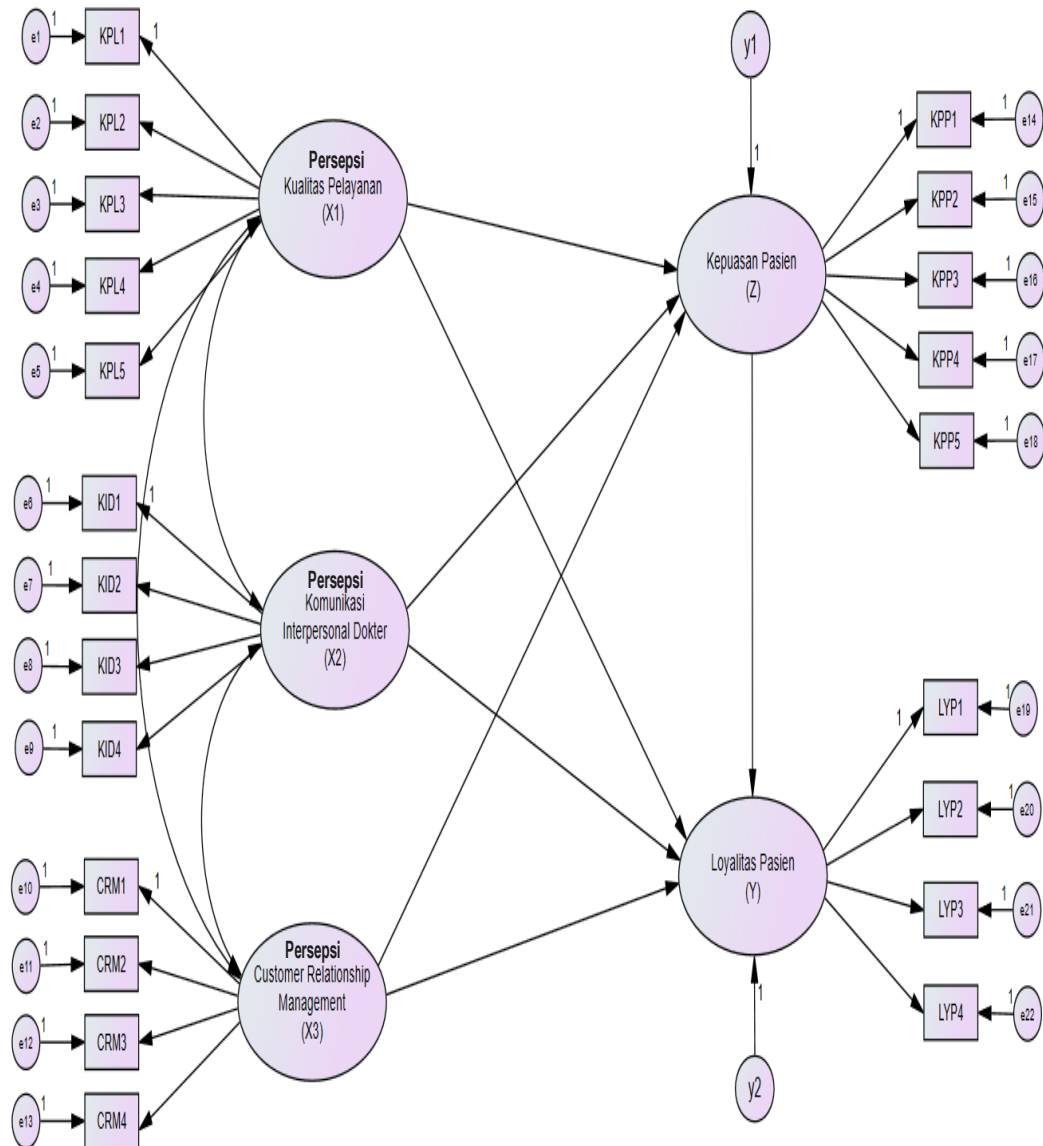
Lampiran 12

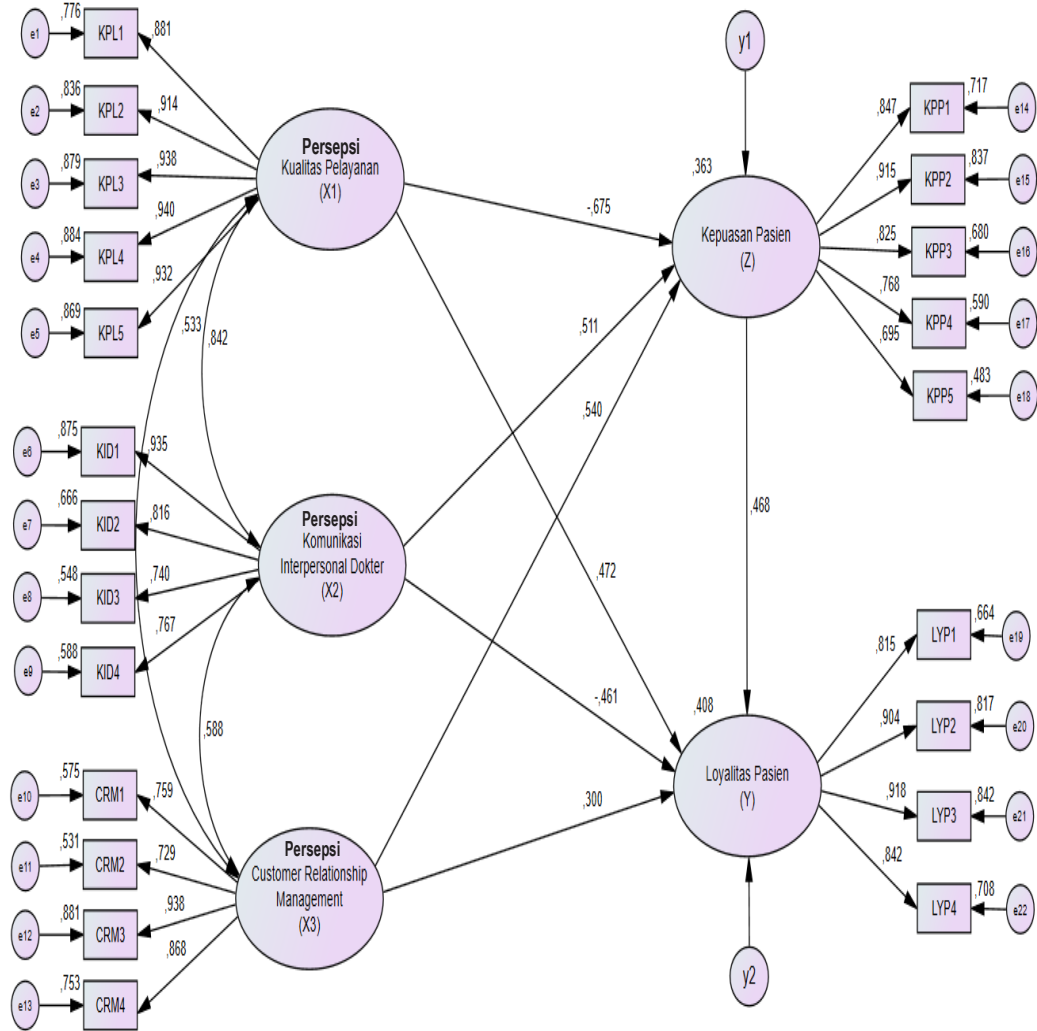
Hasil Perhitungan SEM

Model Penelitian



Hasil Analisis SEM AMOS



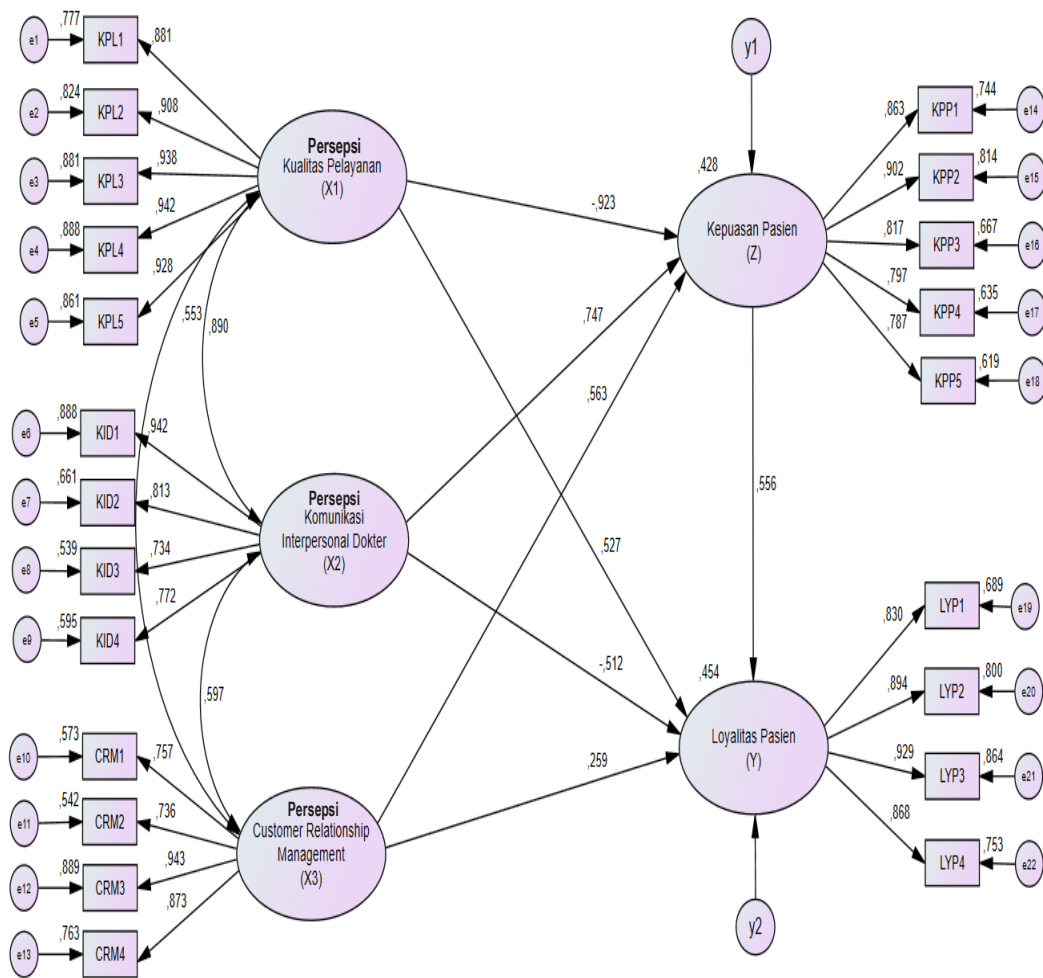


Observations farthest from the centroid (Mahalanobis distance) (Group number 1)

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
18	35,791	,032	,993
12	35,615	,033	,966
124	35,615	,033	,891
88	35,574	,034	,766
131	35,574	,034	,596
10	35,569	,034	,419
123	35,569	,034	,265
84	35,324	,036	,189
70	35,305	,036	,105
38	35,085	,038	,070
126	35,085	,038	,034
78	34,959	,039	,018
129	34,959	,039	,008
40	34,558	,043	,007
7	33,431	,056	,027
99	32,431	,070	,076
39	32,042	,077	,083
44	31,852	,080	,067
127	31,852	,080	,039
15	31,543	,086	,040
85	31,480	,087	,026
117	31,480	,087	,014
140	31,480	,087	,007
146	31,480	,087	,004
87	31,119	,094	,005
80	30,595	,105	,010
139	30,595	,105	,005
71	30,201	,114	,008
55	30,000	,118	,008
118	30,000	,118	,004
138	30,000	,118	,002
147	30,000	,118	,001
47	29,766	,124	,001
37	28,940	,147	,009
121	28,940	,147	,005
136	28,940	,147	,003
150	28,940	,147	,001
45	28,758	,152	,001
119	28,758	,152	,001

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
137	28,758	,152	,000
148	28,758	,152	,000
101	28,682	,154	,000
122	28,682	,154	,000
142	28,682	,154	,000
151	28,682	,154	,000
3	28,482	,160	,000
4	27,407	,196	,001
120	27,407	,196	,000
134	27,407	,196	,000
149	27,407	,196	,000
30	27,204	,204	,000
125	27,204	,204	,000
135	27,204	,204	,000
152	27,204	,204	,000
53	27,141	,206	,000
128	27,141	,206	,000
94	26,876	,216	,000
132	26,876	,216	,000
141	26,876	,216	,000
153	26,876	,216	,000
6	26,532	,230	,000
22	26,507	,231	,000
61	26,451	,233	,000
102	26,332	,238	,000
143	26,332	,238	,000
26	26,255	,241	,000
115	25,970	,253	,000
79	25,907	,256	,000
130	25,907	,256	,000
112	25,882	,257	,000
19	25,686	,265	,000
29	25,625	,268	,000
105	25,396	,279	,000
133	25,396	,279	,000
145	25,396	,279	,000
154	25,396	,279	,000
104	25,167	,289	,000
144	25,167	,289	,000
76	24,676	,313	,000
2	24,581	,318	,000
28	24,570	,318	,000

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
83	24,031	,346	,000
14	23,756	,360	,000
59	23,678	,364	,000
8	23,168	,392	,000
20	23,091	,397	,000
109	23,058	,398	,000
57	22,693	,419	,000
60	22,488	,431	,000
103	22,201	,448	,000
116	21,425	,495	,010
49	21,135	,512	,021
93	20,459	,554	,123
66	20,378	,559	,116
67	20,378	,559	,087
23	20,329	,562	,074
56	19,959	,586	,151
46	19,898	,589	,135
62	19,793	,596	,135
89	19,669	,604	,141



Assessment of normality (Group number 1)

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
KPL5	2,000	7,000	-1,745	-8,431	2,185	5,277
KPL4	1,000	7,000	-1,817	-8,777	2,563	6,189
KPL3	2,000	7,000	-1,688	-8,154	2,070	5,000
CRM4	2,000	7,000	-1,464	-7,070	2,262	5,464
KPP5	2,000	7,000	-1,458	-7,045	1,669	4,030
KPL1	1,000	7,000	-1,530	-7,392	1,374	3,319
CRM2	1,000	7,000	-1,305	-6,305	,469	1,133
CRM3	2,000	7,000	-1,793	-8,661	4,044	9,768
CRM1	1,000	7,000	-1,927	-9,306	3,803	9,184
LYP1	2,000	7,000	-1,282	-6,194	1,365	3,296
LYP4	2,000	7,000	-,627	-3,028	-,425	-1,028
LYP3	2,000	7,000	-1,417	-6,846	1,671	4,035
LYP2	2,000	7,000	-1,372	-6,626	1,936	4,675
KPP1	2,000	7,000	-1,346	-6,504	1,479	3,573
KPP4	2,000	7,000	-1,307	-6,316	2,030	4,902
KPP3	2,000	7,000	-2,411	-11,646	7,756	18,733
KPP2	3,000	7,000	-1,324	-6,394	1,683	4,064
KID3	2,000	7,000	-1,619	-7,819	1,866	4,507
KID4	2,000	7,000	-2,252	-10,880	4,661	11,256
KPL2	1,000	7,000	-1,808	-8,734	2,835	6,848
KID1	3,000	7,000	-1,778	-8,589	2,383	5,756
KID2	2,000	7,000	-1,296	-6,261	,499	1,204
Multivariate					48,664	8,860

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
KPPZ <--- KPLX1	-,681	,154	-4,416	***	
KPPZ <--- KIDX2	,714	,210	3,405	***	
KPPZ <--- CRMX3	,587	,114	5,138	***	
LYPY <--- KPLX1	,376	,164	2,291	,022	
LYPY <--- KIDX2	-,474	,214	-2,215	,027	
LYPY <--- KPPZ	,538	,110	4,907	***	
LYPY <--- CRMX3	,261	,114	2,278	,023	
KID2 <--- KIDX2	1,173	,084	13,923	***	
KID1 <--- KIDX2	1,000				
KPP3 <--- KPPZ	,752	,062	12,175	***	
LYP2 <--- LYPY	1,029	,077	13,453	***	
LYP3 <--- LYPY	1,102	,077	14,296	***	
LYP4 <--- LYPY	1,083	,085	12,805	***	
KPP1 <--- KPPZ	1,000				
KPP4 <--- KPPZ	,839	,072	11,677	***	
KPP2 <--- KPPZ	,821	,057	14,506	***	
LYP1 <--- LYPY	1,000				
KID4 <--- KIDX2	,900	,072	12,487	***	
KID3 <--- KIDX2	,868	,076	11,369	***	
CRM3 <--- CRMX3	1,004	,085	11,834	***	
CRM2 <--- CRMX3	1,282	,143	8,994	***	
KPL2 <--- KPLX1	,931	,057	16,338	***	
CRM1 <--- CRMX3	1,000				
KPL1 <--- KPLX1	1,000				
KPP5 <--- KPPZ	,981	,086	11,437	***	
CRM4 <--- CRMX3	,971	,088	10,976	***	
KPL3 <--- KPLX1	,936	,053	17,767	***	
KPL4 <--- KPLX1	1,069	,060	17,953	***	
KPL5 <--- KPLX1	,930	,054	17,242	***	

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

	Estimate
KPPZ <--- KPLX1	-,923
KPPZ <--- KIDX2	,747
KPPZ <--- CRMX3	,563
LYPY <--- KPLX1	,527
LYPY <--- KIDX2	-,512
LYPY <--- KPPZ	,556
LYPY <--- CRMX3	,259
KID2 <--- KIDX2	,813
KID1 <--- KIDX2	,942
KPP3 <--- KPPZ	,817
LYP2 <--- LYPY	,894
LYP3 <--- LYPY	,929
LYP4 <--- LYPY	,868
KPP1 <--- KPPZ	,863
KPP4 <--- KPPZ	,797
KPP2 <--- KPPZ	,902
LYP1 <--- LYPY	,830
KID4 <--- KIDX2	,772
KID3 <--- KIDX2	,734
CRM3 <--- CRMX3	,943
CRM2 <--- CRMX3	,736
KPL2 <--- KPLX1	,908
CRM1 <--- CRMX3	,757
KPL1 <--- KPLX1	,881
KPP5 <--- KPPZ	,787
CRM4 <--- CRMX3	,873
KPL3 <--- KPLX1	,938
KPL4 <--- KPLX1	,942
KPL5 <--- KPLX1	,928

Correlations: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
KPLX1 <--> KIDX2	,890
KIDX2 <--> CRMX3	,597
KPLX1 <--> CRMX3	,553

Model Fit Summary**CMIN**

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	54	902,731	199	,000	4,536
Saturated model	253	,000	0		
Independence model	22	3738,137	231	,000	16,182

RMR, GFI

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Default model	,137	,650	,556	,512
Saturated model	,000	1,000		
Independence model	,792	,183	,106	,167

Baseline Comparisons

Model	NFI Delta1	RFI rho1	IFI Delta2	TLI rho2	CFI
Default model	,759	,720	,801	,767	,799
Saturated model	1,000		1,000		1,000
Independence model	,000	,000	,000	,000	,000

Parsimony-Adjusted Measures

Model	PRATIO	PNFI	PCFI
Default model	,861	,653	,689
Saturated model	,000	,000	,000
Independence model	1,000	,000	,000

NCP

Model	NCP	LO 90	HI 90
Default model	703,731	614,225	800,767
Saturated model	,000	,000	,000
Independence model	3507,137	3312,718	3708,867

FMIN

Model	FMIN	F0	LO 90	HI 90
Default model	6,494	5,063	4,419	5,761
Saturated model	,000	,000	,000	,000
Independence model	26,893	25,231	23,833	26,682

RMSEA

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	,160	,149	,170	,000
Independence model	,330	,321	,340	,000

AIC

Model	AIC	BCC	BIC	CAIC
Default model	1010,731	1032,145	1169,580	1223,580
Saturated model	506,000	606,328	1250,236	1503,236
Independence model	3782,137	3790,861	3846,853	3868,853

ECVI

Model	ECVI	LO 90	HI 90	MECVI
Default model	7,271	6,628	7,970	7,426
Saturated model	3,640	3,640	3,640	4,362
Independence model	27,210	25,811	28,661	27,272

HOELTER

Model	HOELTER .05	HOELTER .01
Default model	36	39
Independence model	10	11