

## DAFTAR PUSTAKA

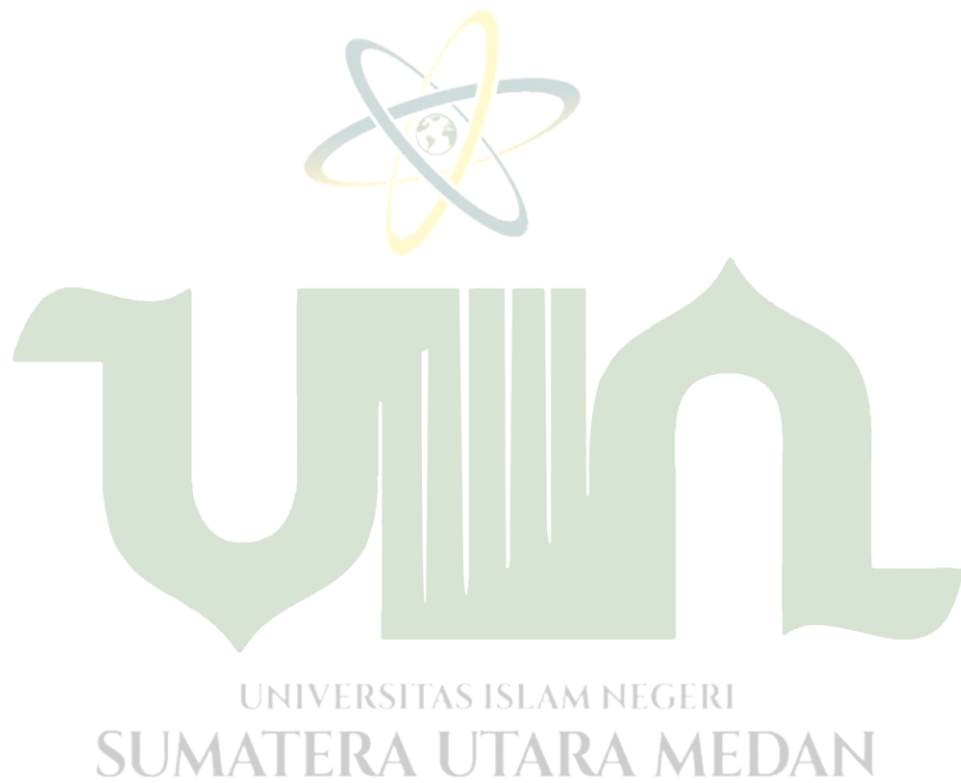
- Akbar, Mohammad Muzahid and Noorjahan Parvez. (2009). Impact of Service Quality, Trust, and Customer Satisfaction on Customers Loyalty." *ABAC journal*, Vol. 29, : (1).
- Al Arif, M. Nur Rianto. (2010). *Dasar- Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Alma, Buchari. (2009). *Manajemen Bisnis Syari'ah*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Anshori, Abdul Ghofur. (2008). *Kapita Selekta Perbankan Syariah Di Indonesia*. Yogyakarta: UII Press.
- Ariani, Dian. (2007). *Persepsi Masyarakat Umum Terhadap Bank Syariah Di Medan*. Medan : USU.
- Arifianti, Feby Dwi. (2016). *Pengaruh Prinsip Kepatuhan Syariah, Komitmen Agama Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank BRI Syariah Di Surabaya*. Surabaya: STIE Perbanas.
- Arifin, Zainal. (2009). *Dasar-dasar Manajemen Bank syariah*. Tangerang: Aztera Publisher.
- Armayani, Reni Ria, Wika Lutfia, dkk. (2021). Analisis Pemahaman Generasi Muda Terhadap Bahaya Riba. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, Vol. 22 (2).
- Budi, Sukardi. (2012). *Kepatuhan Syariah (Shariah compliance) Dan Inovasi Produk Bank Syariah Di Indonesia*. Surakarta:IAIN Surakarta.
- Bi Rahmani, Nur Ahmadi. (2016). *Metodologi Penelitian Ekonomi*. Medan: FEBI UIN-SU Press.
- Departemen Agama RI. (2005). *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Bandung: PT Syaamil Cipta Media.
- Dharmayanti. 2006. Analisis Dampak Service Performance dan Kepuasan Sebagai Moderating Variabel Loyalitas Nasabah. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 1 (1).
- Febriana, Nina Indah. 2016. Analisis Kualitas Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung. *Jurnal An Nisbah*, Vol.03, No.1.

- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM 21 Update PLS Regresi*. Semarang : BP. Universitas Diponegoro.
- Griffin, Jill. (2005). *Customer Loyalty: Menumbuhkan & Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Gujarati, N. D. (2012). *Dasar-Dasar Ekonometrika*. Jakarta: Salemba.
- Handi, Irawan. (2004). *Indonesia Customer Satisfaction Index*. Frontier.
- Hasan, Syafiruddin. (2014). Analisis Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas. *Jurnal Ilmu Ilmu Pertanian*, Vol 9 (1).
- Hasanah, Uswatun. (2015). *Kepatuhan Prinsip-Prinsip Syariah dan Islamic Corporate Governance Terhadap Kesehatan Finansial Pada Bank Umum Syariah*. Semarang: Universitas Negeri Semarang.
- Helmina Andriani Hardani et al., (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group.
- Hutapea, et all., (2021). Analysis Of The Impact Of E-Crm In Increasing Customer Satisfaction And Loyalty To The Indonesian Market Place. *Ekonomi Bisnis Manajemen dan Akuntansi (EBMA)*. Vol 2 (2)
- Irawan, I.B. (2006). Unsur-unsur Penelitian Survei” dalam Bagong Suyanto dan Sutinah (eds), *Metode Penelitian Sosial Berbagai Alternatif Pendekatan*. Jakarta: Kencana.
- Kamilah dan Anio Indah Lestari. (2001). Peran Industri Lembaga Keuangan Mikro Syariah Dalam Mengatasi Masalah Kesenjangan Dan Distribusi Pendapatan Di Kota Medan. *Jurnal Human Falah*, Vol. 6 (1).
- Kotler, Philip. (2001). *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip. (2002). *Manajemen Pemasaran Edisi Millenium Jilid 2*. Jakarta: PT Prenhallindo.
- Karim, Adi Warman dan Oni Sahroni. (2015). *Gharar dan kaidah-kaidah Ekonomi syariah*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Lupiyoadi , Rambat. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa : Teori dan Praktek*. Jakarta : Salemba Empat.
- Mansur. (2009). *Ekonomi Islam*. Salatiga : STAIN Salatiga Press.
- Mashuri. (2020). Analisis Dimensi Loyalitas Pelanggan Berdasarkan Perspektif Islam”. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, Vol 9 (1).

- Mufaridah. (2017). Pengaruh Nilai Pelanggan, Inovasi Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat Indonesia Cabang Madiun. *Jurnal Istithmar*, Vol 1 (1).
- Mulison, Ali. (2012). *Modul Pelatihan SPPS*. Yogyakarta : Dikatat UNY.
- Mowen, et. al. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Penerbit Erlangga jilid 1.
- Nasution, Muhammad Lathief Ilhamy Nasution. (2018). *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*. Medan : Febi Press.
- Nisazizah, Berlian. (2018). *Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah Dan Customer Relationship Management (CRM) Terhadap Kepuasan Nasabah Serta Loyalitas Nasabah*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Oktaviani, Atika dan Lucky Rachmawati. (2019). Persepsi Nasabah Tentang Kepatuhan Syariah Dan Good Corporate Governanve Terhadap Loyalitas Nasabah BNI Syariah Kantor Cabang Surabaya. *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol 2: (2).
- Palilati, Alida. (2007). "Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Perbankan di Sulawesi Selatan." *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol.9, No.1.
- Pratiwi, Dinar Ika. (2010). *Analisis Pengaruh Harapan Pelanggan, Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Internet Flash Unlimited Di Semarang*. Semarang: UNDIP Semarang.
- Priyanto Doyo Utomo. (2006). *Analisis Terhadap Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Pada Operator Telepon Selular*. Yogyakarta: UGM.
- Qal'aji , et all., (1988). *Mu'jam Lughat al-Fuqaha, cet. II*. Beirut: Dar Al-Nafa'is,
- Rahayu, Wigati Restu. (2018). *Pengaruh Sharia Compliance Dan Good Corporate Governance Terhadap Loyalitas Nasabah*. Yogyakarta : UIN Sunan Kalijaga.
- Rahmayanty, Nina. (2013). *Manajemen Layanan Prima*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Rizky, Abdul, Anas dan Andi. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Bukopin Di Makassar. *CESJ: Center Of Economic Journal*, Vol 2 (2).
- Samsir dan Sri Restuti. (2017). Pengaruh Customer Relationship Marketing, Keunggulan Produk Dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Riau Syariah Pekanbaru, *Jurnal Ekonomi*, Vol. 25: (1).



- Sarwono, Jonathan dan Tuty Mardireja. (2008). *Riset Untuk Pengambilan Keputusan*. Yogyakarta: CV Andi Offset..
- Sigit, Kharisma Nawang dan Euis Soliha. (2017). Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, Vol. 21 (1).
- Siregar, Sofyan. (2014). *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Bumi Aksara.
- Sugiati, Tinik. (2013). Pengaruh Stres Kerja, Kompensasi dan Kepuasan Kerja Terhadap Turnover intention Studi Pada Karyawan Kontrak Pt. Gagah Satria Manunggal Banjarmasin. *Jurnal Magister Manajemen Universitas Lambung Mangkurat*, Vol. 4 (3).
- Soemitra, Andri. (2017). *Bank & Lembaga Keuangan Syariah*. Prenada Media.
- Sujarweni, V. Wiratna. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Supranto. (2011). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar Cetakan Keempat*. Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- Supriyanto, Achmad Sani. (2010). *Metodologi Riset Manajemen Sumber Daya Manusia*. Malang :UIN- maliki Press.
- Suretno, Sujian. (2018). *Pelaksanaan Musyarakah Di Bank Syariah Mandiri (Kajian Prinsip Keadilan dan Kepatuhan Syariah)*. Cirebon: Nusa Litera Inspirasi.
- Suryani, Tatik. (2008). *Perilaku Konsumen, Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Graha Ilmu Candi Gerbang Permai.
- Suryati, Lili. (2015). *Manajemen Pemasaran: Suatu Strategi Dalam meningkatkan Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish.
- Sutedi, Adrian. (2009). *Perbankan Syariah*. Jakarta: Ghalia Indonesia..
- Swasta, Basu dan Hani Handoko. (2001). *Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPF.
- Syahputra, Danil. (2020). *Metodologi Penelitian*. Medan: CV. Widya Puspita.
- Syahrial, et al., (2017). Pengaruh Customer Relationship Marketing Terhadap Customer Loyalty Melalui *Customer value* Pada Bank Jatim Di Jember. *e – Journal: Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, Vol. 4 (2).

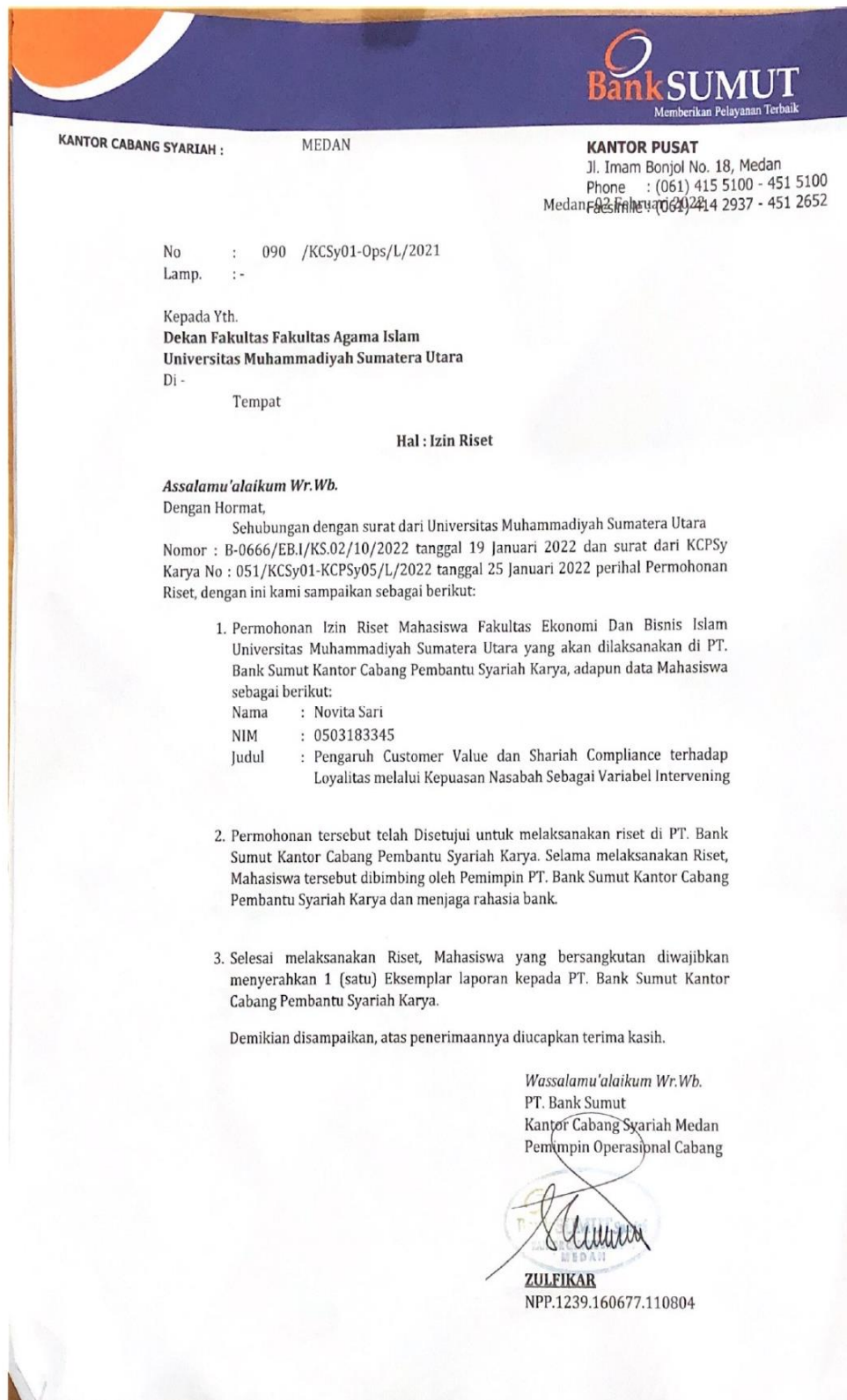
- Tarigan, Azhari Akmal. (2019). *Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi*. Medan: FEBI UIN-SU Press.
- Tjiptono, Fandy. (2010). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Penerbit Andi Offset,
- Tjiptono, Fandy. (2005). *Strategi Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit ANDY.
- Zakiy, Muhammad dan Evrita Putri. (2013). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening. *JEBS: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 3 (1).
- Wahab, Abdul. (2013). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Masyarakat Muslim dalam Memilih Perbankan Syariah di Kota Makasar. *Jurnal Ilmiah Assets*, Vol. 3 (2).
- Wardayanti, Siti Maria. (2011). Implikasi Syariah Governance Terhadap Reputasi dan kepercayaan Bank Syariah. *Journal Walisongo*, Vol. 19 (1).
- Woodall, Tony. (2011). *Conceptualising Value for the Customer An Attributional, Structural and Dispositional Analysis*. Academy of Marketing Science Review.
- Woodruff, Robert B. (1997). The Next Source For Competitive Advantages.”*Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol.25 (2).

**LAMPIRAN**

## Lampiran 1: Surat Izin Penelitian

## Lampiran 2: Surat Balasan Izin Penelitian

	<b>KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA</b> <b>UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA MEDAN</b> <b>FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM</b> <b>Jl. Williem Iskandar Pasar V Medan Estate 20371</b> <b>Telp. (061) <a href="tel:6615683-6622925">6615683-6622925</a> Fax. 6615683</b>
Nomor : B-0666/EB.I/KS.02/01/2022	19 Januari 2022
Lampiran : -	
Hal : Izin Riset	
<b>Yth. Bapak/Ibu Kepala Bank Sumut Syariah KCP Karya</b>	
<i>Assalamulaikum Wr. Wb.</i>	
<p>Dengan Hormat, diberitahukan bahwa untuk mencapai gelar Sarjana Strata Satu (S1) bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam adalah menyusun Skripsi (Karya Ilmiah), kami tugaskan mahasiswa:</p>	
<b>Nama</b>	: Novita Sari
<b>NIM</b>	: <a href="#">0503183345</a>
<b>Tempat/Tanggal Lahir</b>	: Medan, 05 November 2000
<b>Program Studi</b>	: Perbankan Syariah
<b>Semester</b>	: VIII (Delapan)
<b>Alamat</b>	: JL. TUBA IV GG. PRIBADI NO. 45 C Kelurahan TEGAL SARI MANDALA III Kecamatan MEDAN DENAI
<p>untuk hal dimaksud kami mohon memberikan Izin dan bantuannya terhadap pelaksanaan Riset di Jl. Karya No.79 Kec.Medan Barat, Kota Medan, guna memperoleh informasi/keterangan dan data-data yang berhubungan dengan Skripsi (Karya Ilmiah) yang berjudul:</p>	
<p><b><i>Pengaruh Customer Value dan Shariah Compliance terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening</i></b></p>	
<p>Demikian kami sampaikan, atas bantuan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.</p>	
<p>Medan, 19 Januari 2022  a.n. DEKAN  Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan</p>	
	
<p><i>Digitaly Signed</i></p>	
<p><b>Dr. Marliyah, M. Ag</b>  NIP. 197601262003122003</p>	
<p><b>Tembusan:</b>  - Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara Medan</p>	
<p><small>info : Silahkan scan QRCode diatas dan klik link yang muncul, untuk mengetahui keaslian surat</small></p>	



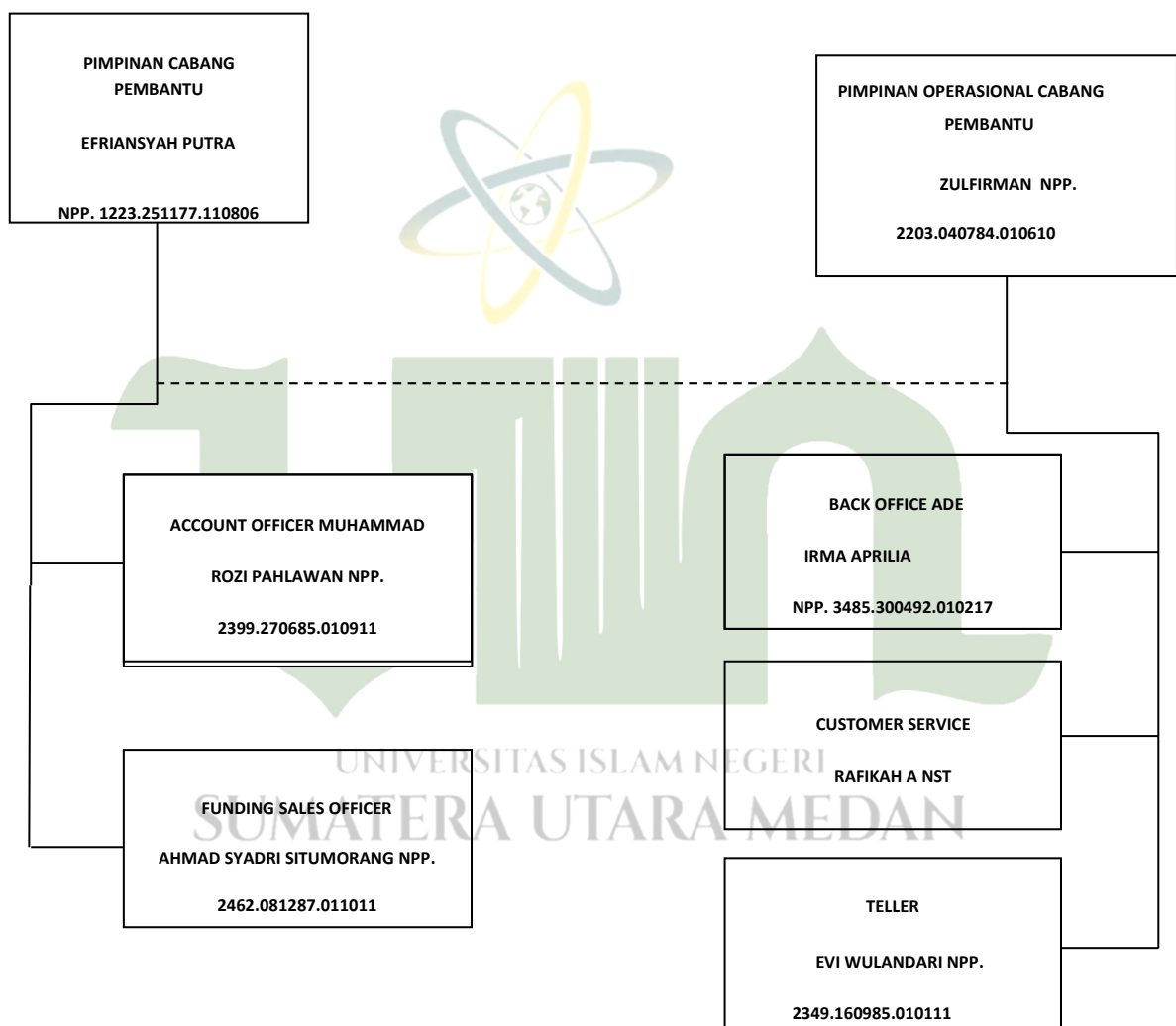
**Lampiran 3 :Logo Bank Sumut Syariah**





**BankSUMUT** *Syariah*  
Memberikan Pelayanan Terbaik

**Lampiran 4: Struktur Organisasi Bank Sumut Syariah KCP Karya**



**Lampiran 5 : Kuesioner**

## SURAT PERMOHONAN MENJADI RESPONDEN

Kepada Yth.

Bapak Ibu /Saudara responden

*Assalamualaikum Wr.Wb.*

Dalam rangka penelitian tugas akhir atau skripsi pada program Strata (S1) Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, saya :

Nama : Novita Sari

NIM : 0503183345

Program Studi : S1 Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Bermaksud mengadakan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Customer value* dan *Shariah compliance* terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Sumut Syariah KCP Karya Medan)”**. Sehubungan dengan itu, saya mohon bantuan dari bapak ibu/saudara meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian ini. Mengingat sangat pentingnya data ini, saya sangat mengharapkan agar kuesioner ini diisi dengan lengkap sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Jawaban bapak ibu/saudara hanya digunakan untuk penelitian ini, dengan kerahasiaanya akan saya jaga dengan sungguh-sungguh.

Atas kesediaan dan partisipasi bapak ibu/saudara dalam mengisi kuesioner ini saya ucapkan terima kasih.

*Wassalamualaikum Wr.Wb*

Hormat Saya

Novita Sari

## Data Responden:

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :  Laki – laki  Perempuan
3. Umur :  < 20 tahun  21 – 30 tahun  
 > 31 tahun
4. Pendidikan Terakhir :  SD/Sederajat  SMP/Sederajat  
 SMA/Sederajat  Diploma/S1  
 Sarjana S-1  Lainnya
5. Pekerjaan  PNS  Pegawai Swasta  
 Wiraswasta  Pelajar/Mahasiswa  
 Lainnya
6. Lama menjadi Nasabah :  < 1 tahun  1 tahun  
 2 tahun  3 tahun  
 > 3 tahun

DAFTAR KUESIONER:

Mohon untuk memberikan tanda (✓) pada setiap pertanyaan yang anda pilih.

Keterangan:

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

KS = Kurang Setuju

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

1. *Customer value (X1)*

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
	<b>Nilai Produk</b>					
1.	Produk Bank Sumut Syariah KCP Karya memiliki keunggulan dari bank – bank lainnya					
	<b>Nilai Personel</b>					
2.	Karyawan di Bank Sumut Syariah KCP Karya memberikan pelayanan yang teliti dan tepat waktu kepada nasabah					
	<b>Nilai layanan</b>					
3.	Saya mendapatkan pengalaman pribadi yang positif dari layanan yang diberikan oleh Bank Sumut KCP					

	Karya.					
	<b>Nilai moneter</b>					
4.	Biaya administrasi yang dikeluarkan nasabah dalam menabung sesuai dengan yang diharapkan					
	<b>Nilai Citra</b>					
5.	Keunggulan Bank Sumut Syariah KCP Karya dimata nasabah sangat baik dan dapat diandalkan sebagai mitra pemasaran					

## 2. Shariah compliance (X2)

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
	<b>Produk dan layanan bank sesuai syariat Islam.</b>					
1.	Akad pada produk tabungan di Bank Sumut KCP karya menerapkan prinsip – prinsip syariah					
2.	Bank Sumut Syariah KCP Karya tidak menggunakan bunga tetapi sistem bagi hasil sehingga transaksinya bebas riba					
	<b>Menjalankan sistem bagi hasil</b>					
3.	Sistem Bagi Hasil pada Bank Sumut Syariah KCP Karya disepakati bersama dan hanya berasal dari usaha yang halal					
	<b>Operasional bank sesuai dengan syariat islam</b>					
4.	Karyawan di Bank Sumut Syariah KCP Karya memiliki etika yang baik sesuai dengan prinsip – prinsip syariah					

## 3. Kepuasan (Z)

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
	<b>Kualitas pelayanan</b>					
1.	Saya merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bank Sumut Syariah KCP Karya					
	<b>Kualitas Produk</b>					
2.	Saya merasa puas terhadap kualitas					

	produk tabungan di Bank Sumut Syariah KCP Karya					
	<b>Harga</b>					
3.	Menurut saya, layanan dan fasilitas yang disediakan oleh Bank Sumut Syariah KCP Karya sesuai dengan apa yang sudah dibayarkan					
	<b>Emosional Konsumen</b>					
4.	Menurut saya, Bank Sumut Syariah KCP Karya selalu memberikan pelayanan dan fasilitas yang terbaik bagi nasabah					
	<b>Terpenuhinya Harapan Nasabah</b>					
5.	Saya merasa puas dengan kemudahan bertransaksi dan keamanan kami dalam setiap transaksi di Bank Sumut Syariah KCP Karya					

#### 4. Loyalitas (Y)

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
	<b>Melakukan Pembelian ulang secara teratur</b>					
1.	Saya akan terus menabung secara berkesinambungan di Bank Sumut Syariah KCP Karya					
	<b>Antar lini produk dan jasa</b>					
2.	Saya akan terus menjadi nasabah dan menggunakan produk serta layanan di Bank Sumut Syariah KCP Karya					
	<b>Merekomendasikan kepada orang lain</b>					
3.	Saya akan menyarankan kepada teman, kerabat maupun saudara untuk menjadi nasabah Bank Sumut Syariah KCP Karya					
	<b>Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing</b>					
4.	Saya tidak terpengaruh dengan produk bank lain meskipun lebih menguntungkan					
	<b>Kesetiaan Nasabah</b>					
5.	Saya tetap memprioritaskan jasa dan layanan di Bank Sumut KCP Karya dimasa mendatang					

## Lampiran 6. Tabulasi Penelitian

### 1. *Customer value (X1)*

No. Responden	<i>Customer value (X1)</i>					Total X1
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	
1	4	4	5	4	4	21
2	4	5	4	3	4	20
3	4	5	4	5	5	23
4	4	4	4	4	5	21
5	4	4	4	4	4	20
6	5	5	5	5	4	24
7	5	5	4	4	4	22
8	5	5	4	4	4	22
9	5	5	3	5	3	21
10	4	4	5	5	5	23
11	5	5	5	5	4	24
12	5	4	5	5	5	24
13	5	5	5	5	5	25
14	4	5	5	5	4	23
15	5	5	5	5	5	25
16	5	4	5	5	5	24
17	5	5	4	4	4	22
18	5	4	4	5	4	22
19	4	4	4	4	3	19
20	4	4	4	4	4	20
21	5	5	5	5	4	24
22	5	4	3	4	4	20
23	5	4	4	5	4	22
24	5	5	5	4	3	22
25	5	3	5	4	4	21
26	5	5	5	5	5	25
27	4	4	4	4	4	20
28	4	4	4	4	4	20
29	5	5	5	5	5	25
30	5	5	5	5	5	25
31	5	3	3	3	2	16
32	3	4	3	5	4	19
33	5	4	4	5	3	21
34	5	5	5	5	5	25
35	3	4	4	4	5	20

36	5	4	5	5	4	23
37	5	4	5	5	4	23
38	5	5	5	5	5	25
39	5	5	5	5	5	25
40	4	4	4	4	4	20

## 2. *Shariah compliance (X2)*

No. Responden	<i>Shariah compliance (X2)</i>				Total X2
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	
1	4	4	3	4	15
2	4	4	4	3	15
3	3	3	4	4	14
4	3	3	4	4	14
5	4	3	3	3	13
6	4	4	5	5	18
7	4	5	5	5	19
8	2	2	2	2	8
9	3	2	3	3	11
10	4	4	4	3	15
11	4	2	3	3	12
12	4	4	4	4	16
13	4	4	4	4	16
14	4	3	3	3	13
15	2	3	2	4	11
16	4	4	4	4	16
17	3	3	3	3	12
18	5	4	5	3	17
19	2	3	4	3	12
20	4	4	3	3	14
21	5	3	3	5	16
22	4	3	3	3	13
23	3	3	3	3	12
24	4	4	4	4	16
25	4	4	4	4	16
26	5	3	4	3	15
27	4	4	4	5	17
28	4	3	4	4	15
29	4	4	4	4	16
30	4	4	4	3	15
31	3	3	4	4	14

32	3	3	4	4	14
33	4	3	3	3	13
34	4	4	5	5	18
35	4	5	5	5	19
36	2	2	2	2	8
37	3	2	3	3	11
38	4	4	4	3	15
39	4	2	3	3	12
40	4	4	4	4	16

### 3. Kepuasan (Z)

No. responden	Kepuasan (Z)					Total Z
	Z1.1	Z1.2	Z1.3	Z1.4	Z1.5	
1	5	4	4	5	4	22
2	4	5	4	4	4	21
3	5	4	4	5	4	22
4	3	3	4	4	4	18
5	5	5	5	5	4	24
6	5	5	5	5	5	25
7	5	4	4	4	4	21
8	5	5	5	4	4	23
9	5	2	2	3	2	14
10	4	3	4	5	4	20
11	3	3	4	4	4	18
12	5	4	3	5	3	20
13	5	5	5	5	5	25
14	3	2	4	3	3	15
15	5	5	5	5	5	25
16	5	5	5	5	5	25
17	4	2	5	5	5	21
18	5	3	4	5	4	21
19	3	3	3	3	3	15
20	5	3	3	4	4	19
21	3	2	3	3	3	14
22	3	3	3	3	3	15
23	4	4	2	3	4	17
24	3	3	4	3	3	16
25	5	4	5	4	4	22
26	5	5	5	5	5	25
27	5	5	5	4	5	24



28	4	4	4	4	4	20
29	3	3	4	4	4	18
30	5	5	4	4	4	22
31	3	4	3	4	4	18
32	5	2	3	3	3	16
33	5	5	4	4	3	21
34	5	5	5	5	5	25
35	1	1	3	5	3	13
36	4	4	3	4	4	19
37	4	3	4	4	4	19
38	5	5	5	5	5	25
39	4	4	4	4	4	20
40	5	4	3	3	4	19

## 4. Loyalitas (Y)

No. Responden	Loyalitas (Y)					Total Y
	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	
1	5	4	4	5	4	22
2	4	4	4	4	4	20
3	5	5	5	5	5	25
4	5	5	4	4	4	22
5	4	4	4	4	4	20
6	5	5	5	4	4	23
7	5	5	4	4	4	22
8	4	5	4	5	4	22
9	5	5	2	1	2	15
10	4	4	5	5	4	22
11	5	4	4	4	3	20
12	5	5	4	5	5	24
13	5	5	5	5	5	25
14	4	5	5	3	3	20
15	5	5	5	5	5	25
16	5	4	5	5	5	24
17	5	4	4	3	4	20
18	5	5	5	5	5	25
19	3	3	3	3	3	15
20	4	3	4	4	4	19
21	4	5	4	4	5	22
22	3	3	3	3	3	15
23	4	5	4	2	2	17

24	4	5	5	4	3	21
25	4	3	4	5	5	21
26	5	5	5	5	5	25
27	5	5	5	5	5	25
28	4	4	4	4	4	20
29	4	4	4	4	4	20
30	4	4	5	5	5	23
31	3	3	4	3	2	15
32	3	4	5	2	2	16
33	4	5	5	3	4	21
34	5	5	5	5	5	25
35	3	3	3	3	3	15
36	4	4	4	3	3	18
37	4	4	3	4	4	19
38	5	5	5	5	5	25
39	5	5	5	5	5	25
40	5	5	5	5	5	25

## Lampiran 7. Hasil Uji Validitas dan Reabilitas

### 1. Customer Value

#### Correlations

		X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	X1_Total
X1_1	Pearson Correlation	1	,278	,349*	,319*	-,048	,523**
	Sig. (2-tailed)		,083	,027	,045	,769	,001
	N	40	40	40	40	40	40
X1_2	Pearson Correlation	,278	1	,334*	,366*	,334*	,659**
	Sig. (2-tailed)	,083		,035	,020	,035	,000
	N	40	40	40	40	40	40
X1_3	Pearson Correlation	,349*	,334*	1	,485**	,517**	,795**
	Sig. (2-tailed)	,027	,035		,002	,001	,000
	N	40	40	40	40	40	40
X1_4	Pearson Correlation	,319*	,366*	,485**	1	,462**	,760**
	Sig. (2-tailed)	,045	,020	,002		,003	,000
	N	40	40	40	40	40	40

X1_5	Pearson Correlation	-,048	,334*	,517**	,462**	1	,693**
	Sig. (2-tailed)	,769	,035	,001	,003		,000
	N	40	40	40	40	40	40
X1_Total	Pearson Correlation	,523**	,659**	,795**	,760**	,693**	1
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,000	,000	,000	
	N	40	40	40	40	40	40

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

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,720	5



## 2. Sharia Compliance

### Correlations

		X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	X2_Total
X2_1	Pearson Correlation	1	,494**	,479**	,323*	,703**
	Sig. (2-tailed)		,001	,002	,042	,000
	N	40	40	40	40	40
X2_2	Pearson Correlation	,494**	1	,723**	,589**	,871**
	Sig. (2-tailed)	,001		,000	,000	,000
	N	40	40	40	40	40
X2_3	Pearson Correlation	,479**	,723**	1	,608**	,872**
	Sig. (2-tailed)	,002	,000		,000	,000
	N	40	40	40	40	40
X2_4	Pearson Correlation	,323*	,589**	,608**	1	,784**
	Sig. (2-tailed)	,042	,000	,000		,000
	N	40	40	40	40	40
X2_Total	Pearson Correlation	,703**	,871**	,872**	,784**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	40	40	40	40	40

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

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,823	4

## 3. Kepuasan (Z)

**Correlations**

		Z1_1	Z1_2	Z1_3	Z1_4	Z1_5	Kepuasan (Z)
Z1_1	Pearson Correlation	1	,638**	,373*	,323*	,401*	<b>,724**</b>
	Sig. (2-tailed)		,000	,018	,042	,010	,000
	N	40	40	40	40	40	40
Z1_2	Pearson Correlation	,638**	1	,559**	,399*	,623**	<b>,847**</b>
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,011	,000	,000
	N	40	40	40	40	40	40
Z1_3	Pearson Correlation	,373*	,559**	1	,620**	,739**	<b>,815**</b>
	Sig. (2-tailed)	,018	,000		,000	,000	,000
	N	40	40	40	40	40	40
Z1_4	Pearson Correlation	,323*	,399*	,620**	1	,636**	<b>,718**</b>
	Sig. (2-tailed)	,042	,011	,000		,000	,000
	N	40	40	40	40	40	40
Z1_5	Pearson Correlation	,401*	,623**	,739**	,636**	1	<b>,837**</b>
	Sig. (2-tailed)	,010	,000	,000	,000		,000
	N	40	40	40	40	40	40
Kepuasan (Z)	Pearson Correlation	,724**	,847**	,815**	,718**	,837**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	40	40	40	40	40	40

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

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,840	5

## 4. Loyalitas (Y)

**Correlations**

		Y1_1	Y1_2	Y1_3	Y1_4	Y1_5	Y1_Total
Y1_1	Pearson	1	,681**	,377*	,505**	,594**	,777**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)		,000	,016	,001	,000	,000
	N	40	40	40	40	40	40
Y1_2	Pearson	,681**	1	,480**	,242	,351*	,651**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	,000		,002	,132	,026	,000
	N	40	40	40	40	40	40
Y1_3	Pearson	,377*	,480**	1	,568**	,514**	,739**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	,016	,002		,000	,001	,000
	N	40	40	40	40	40	40
Y1_4	Pearson	,505**	,242	,568**	1	,877**	,856**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	,001	,132	,000		,000	,000
	N	40	40	40	40	40	40
Y1_5	Pearson	,594**	,351*	,514**	,877**	1	,885**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	,000	,026	,001	,000		,000
	N	40	40	40	40	40	40
Y1_Total	Pearson	,777**	,651**	,739**	,856**	,885**	1
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	40	40	40	40	40	40

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

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,841	5

### Lampiran 7. Uji Normalitas

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,76735317
Most Extreme Differences	Absolute	,176
	Positive	,176
	Negative	-,089
Test Statistic		,176
Asymp. Sig. (2-tailed)		,003 <sup>c</sup>
Exact Sig. (2-tailed)		<b>,150</b>
Point Probability		,000

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

### Lampiran 8. Uji Multikolinearitas

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-6,687	3,357		-1,992	,054		
	<i>Customer value</i> (X1)	,608	,148	,398	4,117	,000	<b>,829</b>	<b>1,207</b>
	<i>Shariah</i> <i>compliance</i> (X2)	,287	,116	,221	2,482	,018	<b>,976</b>	<b>1,024</b>
	Kepuasan (Z)	,508	,092	,540	5,525	,000	<b>,811</b>	<b>1,233</b>

a. Dependent Variable: Loyalitas (Y)

#### Coefficients<sup>a</sup>

### Lampiran 9. Uji Heteroskedastisitas

## Correlations

		Customer value (X1)	Shariah compliance (X2)	Kepuasan (Z)	Unstandardized Residual
Customer value (X1)	Pearson Correlation	1	,046	,414**	,000
	Sig. (2-tailed)		,776	,008	<b>1,000</b>
	N	40	40	40	40
Shariah compliance (X2)	Pearson Correlation	,046	1	,152	,000
	Sig. (2-tailed)	,776		,348	<b>1,000</b>
	N	40	40	40	40
Kepuasan (Z)	Pearson Correlation	,414**	,152	1	,000
	Sig. (2-tailed)	,008	,348		<b>1,000</b>
	N	40	40	40	40
Unstandardized Residual	Pearson Correlation	,000	,000	,000	1
	Sig. (2-tailed)	1,000	1,000	1,000	
	N	40	40	40	40

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

## Lampiran 10. Hasil Uji t ( Parsial)

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-6,687	3,357		-1,992	,054
	Customer value (X1)	,608	,148	,398	<b>4,117</b>	<b>,000</b>
	Shariah compliance (X2)	,287	,116	,221	<b>2,482</b>	<b>,018</b>
	Kepuasan (Z)	,508	,092	,540	<b>5,525</b>	<b>,000</b>

a. Dependent Variable: Loyalitas (Y)

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

1	(Constant)	7,157	2,095		3,416	,002
	Kepuasan (Z)	,694	,103	,738	<b>6,745</b>	<b>,000</b>

a. Dependent Variable: Loyalitas (Y)

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,157	2,095		3,416	,002
	Kepuasan (Z)	,694	,103	,738	<b>6,745</b>	<b>,000</b>

a. Dependent Variable: Loyalitas (Y)

### Lampiran 11. Uji F (Simultan)

#### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	314,957	3	104,986	<b>31,026</b>	<b>,000<sup>b</sup></b>
	Residual	121,818	36	3,384		
	Total	436,775	39			

a. Dependent Variable: Loyalitas (Y)

b. Predictors: (Constant), Kepuasan (Z), *Shariah compliance* (X2), *Customer value* (X1)

### Lampiran 12. Hasil Uji Koefisien determinasi (R)

#### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,849 <sup>a</sup>	<b>,721</b>	,698	1,83952

a. Predictors: (Constant), Kepuasan (Z), *Shariah compliance* (X2), *Customer value* (X1)

b. Dependent Variable: Loyalitas (Y)

### Lampiran 13. Uji Path Analysis

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		



1	(Constant)	2,755	5,989		,460	,648
	<i>Customer value</i> (X1)	,662	,241	<b>,407</b>	2,748	<b>,009</b>
	<i>Shariah compliance</i> (X2)	,184	,205	<b>,133</b>	,900	<b>,374</b>

a. Dependent Variable: Kepuasan (Z)

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	<b>,434<sup>a</sup></b>	<b>,189</b>	,145	3,29078

a. Predictors: (Constant), *Shariah compliance* (X2), *Customer value* (X1)

b. Dependent Variable: Kepuasan (Z)

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-5,289	4,489		-1,178	,246
	<i>Customer value</i> (X1)	,944	,181	<b>,618</b>	5,231	<b>,000</b>
	<i>Shariah compliance</i> (X2)	,381	,154	<b>,293</b>	2,481	<b>,018</b>

a. Dependent Variable: Loyalitas (Y)

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	<b>,434<sup>a</sup></b>	<b>,189</b>	,145	3,29078

a. Predictors: (Constant), *Shariah compliance* (X2), *Customer value* (X1)

b. Dependent Variable: Kepuasan (Z)

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,157	2,095		3,416	,002

	Kepuasan (Z)	,694	,103	,738	6,745	,000
--	--------------	------	------	------	-------	------

a. Dependent Variable: Loyalitas (Y)

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,738 <sup>a</sup>	,545	,533	2,28714

a. Predictors: (Constant), Kepuasan (Z)

b. Dependent Variable: Loyalitas (Y)



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUMATERA UTARA MEDAN

Lampiran 14. r tabel

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	<b>0.3120</b>	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843

42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
----	--------	--------	--------	--------	--------

## Lampiran 15. t tabel

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
1	1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2	0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3	0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4	0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5	0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6	0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7	0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8	0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9	0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10	0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11	0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12	0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13	0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14	0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15	0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16	0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17	0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18	0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19	0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20	0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21	0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22	0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23	0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24	0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25	0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26	0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27	0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28	0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29	0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30	0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31	0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32	0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33	0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34	0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35	0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36	0.68137	1.30551	1.68830	<b>2.02809</b>	2.43449	2.71948	3.33262
37	0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38	0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903

<b>39</b>	0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
<b>40</b>	0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688

**Lampiran 16. F tabel**

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)						
	1	2	3	4	5	6	7
1	161	199	216	225	230	234	237
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30

34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29
36	4.11	3.26	<b>2.87</b>	2.63	2.48	2.36	2.28
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46	2.34	2.26
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25

