

BAB V

PENUTUP

Pada bab lima ini penulis akan mengambil kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan. Selanjutnya, merumuskan implikasinya bagi pihak manajemen Transmart Carrefour, membuat saran serta memaparkan keterbatasan penelitian.

A. Kesimpulan

1. Hasil analisis pengaruh persepsi kualitas terhadap kepuasan pelanggan

Persepsi kualitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Artinya, semakin baik persepsi kualitas di Transmart Carrefour akan meningkatkan kepuasan pelanggan pada di Transmart Carrefour.

2. Hasil analisis pengaruh persepsi kualitas dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas merek :

- a. Analisis persepsi kualitas terhadap loyalitas merek ini menunjukkan bahwa persepsi kualitas memiliki arti tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas merek. Artinya, semakin baik persepsi kualitas pada Transmart Carrefour secara nyata tidak akan meningkatkan loyalitas merek Transmart Carrefour.

- b. Kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas merek. Artinya, semakin tinggi kepuasan pelanggan

pada Transmart Carrefour secara nyata akan meningkatkan loyalitas merek Transmart Carrefour.

3. Hasil analisis peranan kepuasan pelanggan dalam memediasi pengaruh persepsi kualitas terhadap loyalitas merek

Kepuasan pelanggan dapat memediasi pengaruh persepsi kualitas terhadap loyalitas merek Transmart Carrefour. Pengaruh persepsi kualitas terhadap loyalitas merek semakin besar (kuat) saat melalui kepuasan pelanggan. Artinya, untuk memaksimalkan loyalitas merek terlebih dahulu harus meningkatkan kepuasan pelanggan pada Transmart Carrefour, dimana kepuasan pelanggan dapat ditingkatkan melalui perbaikan persepsi kualitas Transmart Carrefour.

B. Implikasi Manajerial

Peranan perilaku konsumen dalam sebuah ritel sangatlah penting. Dengan adanya perilaku konsumen, para pebisnis ritel harus benar – benar berusaha agar dapat menarik konsumen dan mampu bersaing dengan para pesaingnya. Sebagai salah satunya adalah Transmart Carrefour Hal ini dapat terjadi karena suatu loyalitas merek yang tinggi akan memberikan kontribusi positif terhadap besarnya konsumen yang akan berkunjung ke Transmart Carrefour ini. Usaha yang dilakukan untuk peningkatan loyalitas merek dapat dilakukan dengan membangun kepuasan pelanggan yang baik atau tinggi.

Hasil penelitian ini memberikan bukti yang empiris bahwa persepsi kualitas secara signifikan memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan. Tidak hanya ini, dalam penelitian ini juga memberikan bukti bahwa peranan kepuasan pelanggan dapat memediasi pengaruh persepsi kualitas terhadap loyalitas merek. Artinya, Hasil penelitian ini memberikan bukti bahwa kepuasan pelanggan dapat memediasi pengaruh persepsi kualitas terhadap loyalitas merek Transmart Carrefour. Artinya, pengaruh persepsi kualitas terhadap loyalitas merek semakin besar (kuat) saat melalui kepuasan pelanggan (*mediated effect*) dibandingkan jika secara langsung (*direct effect*). Total efek (total pengaruh) menjadi lebih besar jika pada saat yang sama persepsi kualitas Transmart Carrefour dapat diperbaiki menjadi lebih baik dan mampu meningkatkan kepuasan pelanggan maupun terhadap loyalitas merek Transmart Carrefour. Berdasarkan hal tersebut maka penting bagi pihak Transmart Carrefour untuk selalu melakukan perbaikan dan penyesuaian model persepsi kualitas serta memberikan kepuasan pelanggan yang lebih dari pesaingnya agar dapat terus bersaing dan mendapatkan loyalitas merek sesuai yang diharapkan oleh Transmart Carrefour.

C. Saran

Pada penelitian ini dibuktikan bahwa kepuasan pelanggan memediasi pengaruh persepsi kualitas terhadap loyalitas merek. Artinya tidak adanya hubungan antara persepsi kualitas dengan loyalitas merek, namun jika melewati kepuasan pelanggan akan lebih baik karena dapat mempengaruhi loyalitas merek

itu sendiri. Dengan hal ini harus dipahami bahwa dalam mencapai loyalitas merek pada Transmart Carrefour harus meningkatkan kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian, kesimpulan dan implikasi manajerial di atas penulis merumuskan saran bagi pihak Transmart Carrefour untuk meningkatkan loyalitas merek melalui perbaikan dan pengembangan kepuasan pelanggan. Cara-cara yang dapat dilakukan antara lain adalah meningkatkan kepuasan pelanggan di Transmart Carrefour dengan memberikan fasilitas yang memadai lebih dari sebelumnya, tata letak produk yang lebih menarik, penampilan para pegawai yang lebih menarik, memberikan sarana parkir yang memadai, serta memperkuat para karyawan agar lebih baik lagi kepada para konsumennya. Dengan demikian, maka loyalitas akan terjalin antar konsumen dengan merek Transmart Carrefour sendiri. Karena dengan adanya loyalitas merek, maka ritel ini akan memberikan kekuatan untuk bersaing pada pesaingnya.

D. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan. Yang pertama penilaian loyalitas merek pada penelitian ini menggunakan 2 faktor, variabel yang dipakai hanya persepsi kualitas dan kepuasan pelanggan saja, sedangkan masih banyak faktor lain yang mempengaruhi loyalitas merek. Kedua adanya keterbatasan penelitian dengan menggunakan kuesioner yaitu terkadang jawaban yang diberikan oleh sampel tidak menunjukkan keadaan sesungguhnya dan peneliti tidak bisa mengontrol jawaban responden secara langsung. Serta yang ketiga sampel yang

digunakan perlu ditambah jumlahnya sehingga hasil lebih akurat karena yang diambil hanya para pelanggan Transmart Carrefour yang ada di Yogyakarta saja.



DAFTAR PUSTAKA

- Ambadar, Jacky, Miranty Abidin, dan Yanty Isa. (2007). *Mengelola Merek*. Yayasan Bina Karsa Mandiri. Jakarta.
- Atmaja, S.L., (2004), *Memahami Statistika Bisnis*, Penerbit: Andi Offset, Yogyakarta
- Auka, D. O. (2012), “*Service quality, satisfaction, perceived value and loyalty among customers in commercial banking in Nakuru Municipality, Kenya*”, *African Journal of Marketing Management*, Vol. 4, No. 5, pp. 185-203.
- Barnes, James G., (2003), *Secrets of Customer Relationship Management (Rahasia Manajemen Hubungan Pelanggan)*, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51, 1173-1182
- Boedijoewono., (2010), *Pengantar Statistik Ekonomi dan Bisnis*, Penerbit: UPP AMP YKPN, Yogyakarta.
- Durianto, Sugiarto, dan Tony Sitinjak. (2001). *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Penerbit: PT. Gramedis Pustaka Utama, Jakarta.
- Durianto, D *et al.* (2004). *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Penerbit : Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Fendy Tjiptono & Gregorius Chandra. (2011). *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi ketiga. Penerbit : ANDI, Yogyakarta.
- Ferdinand, Augusty. (2006). *Metode Penelitian Manajemen*. CV. Indoprint, Semarang.
- Griffin, Jill. (2005). *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Alih Bahasa Dwi Kartini Yahya. Erlangga, Jakarta.
- Kaihatu, Thomas s, Achmad Daengs, dan Agoestinus Lis Indrianto. (2015). *Manajemen Komplain*. ANDI OFFSET, Yogyakarta.

- Kartajaya, Hermawan dan Yusohady. (2005), *Strategi Memasarkan Daerah di Era Otonomi*. Penerbit : PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Keller, Kevin Lane (2008), *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*, 3rd Ed., Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.
- Lee, H. S. (2013), “Major moderators influencing the relationships of service quality, customer satisfaction and customer loyalty”, *Asian Social Science*, Vol. 9, No. 2.
- Mowen, J.C dan Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen, Jilid I. Alih Bahasa Dwi Kartini Yahya*. Erlangga, Jakarta.
- Nurchaya, I.Y., I Putu Surya, A.W (2017), “Kepuasan Pelanggan memediasi Kualitas Produk dan Kewajaran Harga terhadap Loyalitas Merek McDonalds di Kota Denpasar”, *E-Jurnal Manajemen Unud, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*. Bali
- Park Kang-Hee and Hong-Youl Ha, (2012), “Effects of perceived quality and satisfaction on brand loyalty in China: The moderating effect of customer orientation”, *African Journal of Business Management*, Vol.6 (22), June 6, pp. 6745-6753
- Peter, J.P, Olson, J.C. (2000). *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Erlangga, Jakarta.
- Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani, 2009, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi kedua, Salemba Empat, Jakarta.
- Rangkuti, Freddy. (2004). *The Power Of Brand : Teknik Mengelola Brand Equity Dan Strategi Pengembangan Merek*. Penerbit : Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Rangkuti, Freddy. (2006). *Measuring Customer Satisfaction: Gaining Customer, Relationship Strategy*. Vol.3. Penerbit: PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Rangkuti, Fredy. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Sangadji, Sopiah. (2014). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis*, Andi Publisher, Yogyakarta.
- Sihombing, S.O., Sherly, E., (2014), “Pengaruh Persepsi Kualitas dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Merek: Orientasi Pelanggan

sebagai Variabel Moderasi”, Conference on Management and Behavioral Studies, Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanegara. Jakarta

Sugiyono., (2012), *Metode Penelitian Bisnis*, Penerbit: CV. Alfabeta, Bandung.

Sekarang, U., (2006), *Research Methods for Business*, Penerbit: Salemba empat, Jakarta.

Sekaran, U., (2010), *Research Methods for Business: a Skill-Building Approach*, New York: John Willey & Sons Inc.

Tjiptono, F., (2002), *Strategi Pemasaran*, Penerbit: Andi Offset, Yogyakarta.

Tjiptono, F., (2005). *Seri Manajemen Merek 01:Manajemen dan Strategi Merek*. ANDI, Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy., (2006). *Pemasaran Jasa*. Banyumedia Publishing, Malang

Widarjono, Agus. (2013). *Ekonometrika Pengantar dan Aplikasinya*. Edisi keempat. Penerbit: UPP STIM YKPN, Yogyakarta.



KUESIONER

PENGARUH PERSEPSI KUALITAS TERHADAP LOYALITAS MEREK DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

(Studi pada pelanggan Transmart Carrefour)

Kepada Yth: Responden

Di tempat

Dengan hormat,

Perkenalkan saya adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang sedang melakukan penelitian untuk menyelesaikan tugas akhir/skripsi.

Nama : Hery Sulistiyono
NPM : 12 03 20011
Program Studi : Ekonomi Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Fakultas : Ekonomi
Universitas : Atma Jaya Yogyakarta

Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk menyelesaikan skripsi. Saya membutuhkan data penelitian yang sekiranya Bapak/Ibu/Sdr/I dapat membantunya. Atas kesediaannya saya ucapkan banyak terimakasih.

Hormat saya:

Hery Sulistiyono

A. KARAKTERISTIK DEMOGRAFI RESPONDEN

1. Jenis Kelamin
 - a. Laki – laki
 - b. Perempuan
2. Pendidikan
 - a. SMA
 - b. D3
 - c. S1
 - d. S2
 - e. Dan lain – lain _____
3. Uang pengeluaran per bulan
 - a. Rp. 1.000.000 – Rp. 1.500.000
 - b. Rp. 1.500.000 – Rp. 2.000.000
 - c. Rp. 2.000.000 – Rp. 2.500.000
 - d. Lebih dari Rp. 2.500.000
4. Usia
 - a. 16 tahun - 20 tahun
 - b. 21 tahun – 25 tahun
 - c. 26 tahun – 30 tahun
 - d. Diatas 30 tahun
5. Apakah anda pelanggan Carrefour? : a. Ya b. Tidak
Jika **Ya**, sudah berapa lama anda menjadi pelanggan Carrefour ?
 - a. 1 – 1,5 tahun
 - b. 1,5 – 2 tahun
 - c. Lebih dari 2 tahun

KUESIONER PENELITIAN

Dibawah ini adalah pertanyaan mengenai persepsi kualitas, kepuasan pelanggan dan loyalitas merek. Bapak/Ibu/Sdr/I dipersilahkan untuk memilih salah satu dari beberapa alternatif jawaban yang telah disediakan dengan memberi tanda silang (X) atau cek list (√) pada salah satu jawaban.

Keterangan:

SS = Sangat Setuju; S = Setuju; N = Netral; TS = Tidak Setuju; STS = Sangat Tidak Setuju

BAGIAN B : PERSEPSI KUALITAS

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Karyawan Carrefour disiplin saat berada di depan pelanggan					
2	Kemampuan karyawan Carrefour melayani pelanggan dengan baik					
3	Karyawan Carrefour cepat dalam melayani pelanggan					
4	Karyawan Carrefour cepat tanggap dalam mengatasi keluhan konsumen					
5	Carrefour memiliki sistem pembayaran yang baik					
6	Carrefour memiliki citra yang baik dalam masyarakat					
7	Karyawan Carrefour ramah dalam melayani pelanggan					
8	Carrefour memiliki iklan layanan penawaran produk yang menarik					
9	Carrefour memiliki fasilitas toilet yang memadai					
10	Carrefour memiliki fasilitas yang bersih dan terawat					
11	Carrefour memiliki fasilitas yang nyaman					

12	Carrefour memiliki layanan telepon/email untuk menerima keluhan pelanggan					
13	Carrefour memiliki lokasi yang mudah dijangkau					

BAGIAN C : KEPUASAN PELANGGAN

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya merasa puas dengan tata letak produk pada Carrefour					
2	Saya merasa puas dengan keramahan para karyawan di Carrefour					
3	Saya merasa puas dengan penampilan para karyawan di Carrefour					
4	Saya merasa puas dengan harga yang ditawarkan di Carrefour					
5	Saya merasa puas dengan pelayanan para karyawan di Carrefour					
6	Saya merasa puas dengan produk yang disediakan di Carrefour					
7	Saya merasa puas dengan sarana parkir yang diberikan oleh carrefour					
8	Saya merasa puas dengan keputusan saya untuk bertransaksi di Carrefour					
9	Secara keseluruhan, saya puas dengan pengalaman berbelanja saya di carefour					

BAGIAN D : LOYALITAS MEREK

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Carefour menyediakan kualitas layanan yang sangat baik jika dibandingkan dengan ritel modern lainnya.					
2	Tidak ada retail modern lain yang menyediakan layanan lebih baik dari Carrefour					
3	Carrefour memiliki keuntungan lebih banyak jika dibandingkan dengan retail modern lainnya					
4	Saya senang berbelanja di Carrefour					
5	Saya lebih menyukai merek Carefour dibandingkan dengan retail modern lainnya					
6	Saya akan tetap memilih Carrefour sebagai tempat untuk berbelanja jika retail modern lainnya menawarkan produk dengan harga yang lebih murah					
7	carefour akan menjadi pilihan utama saya dalam berbelanja					
8	Saya berniat untuk terus menjadikan carrefour sebagai pilihan belanja utama					
9	Saya menganggap bahwa saya adalah pelanggan setia carrefour					
10	Saya tidak akan membeli produk di retail sejenis lainnya lain jika produk yang sama tersebut tersedia di carrefour					



LAMPIRAN II

Case Summaries

	Jenis Kelamin	Pendidikan	Usia	Pengeluaran per Bulan	Pengguna Ritel	Lama Menjadi Pelanggan	PK.1	PK.2
1	1	1	2	1	1	1	5	5
2	2	1	2	1	1	3	5	5
3	2	2	2	1	1	3	4	4
4	1	2	2	4	1	1	4	4
5	2	1	2	1	1	3	4	3
6	1	2	2	1	1	3	4	4
7	1	2	2	2	1	3	4	4
8	1	1	2	1	1	3	5	5
9	2	2	2	2	1	3	4	2
10	2	1	1	2	1	3	4	4
11	2	1	2	1	1	3	4	4
12	1	1	1	1	1	3	4	4
13	2	1	1	1	1	3	5	5
14	2	1	1	1	1	1	4	4
15	1	1	1	1	1	3	4	4
16	2	1	1	1	1	1	4	4
17	2	1	1	1	2	1	3	3
18	2	1	2	3	1	3	4	4
19	1	2	2	1	1	3	4	4
20	2	2	1	1	2	1	4	5
21	2	1	2	3	1	3	4	3
22	1	1	4	1	2	3	4	4
23	1	2	2	4	1	3	3	3
24	2	1	2	1	1	3	4	4
25	2	1	2	4	1	2	5	5
26	2	1	1	3	1	1	4	4
27	1	2	2	1	1	3	3	2
28	2	2	1	1	1	3	4	4
29	2	1	2	1	1	1	4	4
30	1	2	2	1	1	3	4	4
31	2	1	1	3	1	3	3	3
32	2	1	2	1	1	2	4	4
33	2	1	1	2	1	3	3	3
34	2	1	2	1	2	1	3	3
35	2	2	2	2	1	2	4	4
36	2	1	2	3	1	3	4	4
37	2	1	2	1	1	3	3	4
38	2	1	2	1	1	3	4	4
39	2	2	1	1	1	1	4	4
40	1	1	2	1	1	1	4	4
41	2	2	1	1	2	1	2	4
42	2	2	2	1	1	3	4	3
43	1	1	2	1	1	1	4	4

Case Summaries

	Jenis Kelamin	Pendidikan	Usia	Pengeluaran per Bulan	Pengguna Ritel	Lama Menjadi Pelanggan	PK.1	PK.2
44	1	2	2	1	1	2	4	4
45	2	1	1	2	2	1	4	3
46	2	2	1	1	2	1	4	3
47	1	1	1	2	1	3	4	3
48	2	1	1	1	1	1	4	2
49	1	1	1	1	2	3	4	5
50	1	1	2	1	1	3	5	4
51	2	1	1	1	1	3	4	2
52	1	1	1	1	1	1	2	4
53	1	1	1	1	1	1	2	4
54	1	1	1	2	1	3	4	5
55	1	1	1	2	1	1	4	4
56	2	2	2	2	1	1	4	4
57	2	1	2	2	1	1	4	4
58	1	1	2	1	1	3	4	4
59	2	1	2	2	1	2	4	4
60	1	2	2	2	1	1	3	5
61	2	1	1	1	2	1	4	4
62	1	1	2	1	1	2	4	4
63	1	1	2	2	1	2	4	4
64	2	1	1	1	2	1	4	4
65	2	2	2	1	1	3	5	5
66	1	1	1	1	1	2	3	3
67	1	1	1	1	1	3	4	4
68	2	1	2	1	1	2	4	4
69	2	1	1	1	2	1	2	3
70	2	1	1	3	1	3	4	4
71	2	2	1	1	1	3	5	4
72	2	1	1	1	1	1	3	4
73	2	1	1	2	1	3	3	3
74	1	1	2	1	1	2	4	5
75	2	2	2	4	1	3	4	4
76	1	2	2	1	1	2	5	5
77	2	2	2	3	1	1	4	4
78	2	1	2	1	1	1	4	4
79	2	1	2	1	1	1	4	4
80	1	2	2	3	2	3	2	2
81	2	2	2	4	2	1	3	3
82	2	1	2	1	1	3	3	3
83	2	1	2	3	1	3	4	3
84	2	1	2	2	1	3	4	4
85	2	1	2	3	1	3	4	3
86	2	2	2	3	2	1	5	5

Case Summary

	Jenis Kelamin	Pendidikan	Usia	Pengeluaran per Bulan	Pengguna Ritel	Lama Menjadi Pelanggan	PK.1	PK.2
87	2	1	2	3	1	3	4	5
88	1	2	4	4	1	3	5	4
89	2	1	2	2	1	3	4	4
90	1	1	2	1	1	1	4	4
91	2	1	1	2	1	3	4	4
92	1	2	2	1	1	2	4	3
93	1	2	2	2	1	2	5	4
94	2	2	2	1	1	1	4	4
95	1	2	2	4	1	3	4	5
96	1	2	3	3	1	2	4	5
97	2	1	2	1	1	3	3	4
98	1	1	2	1	1	1	5	4
99	2	1	2	1	1	2	4	2
100	2	2	1	1	2	1	4	4
101	2	2	1	1	1	3	4	4
102	2	1	2	2	1	3	5	5
103	1	1	2	2	1	3	4	4
104	2	1	2	2	1	3	2	4
105	2	1	2	1	1	3	5	4
106	1	1	2	1	1	1	4	4
107	1	1	2	4	1	1	5	5
108	1	2	2	1	1	1	3	4
109	2	1	2	1	1	1	4	4
110	1	2	2	2	2	1	3	3
111	1	1	2	2	1	1	5	5
112	2	2	2	2	2	3	2	3
113	1	2	3	2	1	1	4	5
114	2	2	2	2	1	2	3	3
115	1	1	2	2	1	1	4	4
116	2	2	2	3	1	1	3	3
117	2	2	2	2	1	3	4	4
118	2	1	2	2	1	3	4	4
119	2	1	2	2	1	3	3	4
120	1	1	2	2	2	3	2	4
121	2	1	2	2	1	3	4	3
122	2	2	2	2	2	1	3	4
123	1	2	2	2	1	2	3	3
124	2	1	1	2	1	3	3	4
125	2	1	2	3	1	3	3	4
126	2	1	1	2	2	1	3	3
127	1	2	2	1	1	3	4	4
128	1	3	3	4	2	3	1	1
129	1	3	4	4	2	3	3	3

Case Summaries

	Jenis Kelamin	Pendidikan	Usia	Pengeluaran per Bulan	Pengguna Ritel	Lama Menjadi Pelanggan	PK.1	PK.2
130	2	1	2	4	1	3	3	2
131	1	2	2	1	1	1	3	2
132	1	2	3	2	1	2	4	5
133	1	1	2	1	1	2	4	5
134	1	3	3	3	1	2	5	5
135	1	2	3	3	1	1	4	5
136	1	2	2	2	1	2	4	4
137	1	1	2	2	1	1	4	5
138	1	1	2	1	1	3	5	5
139	1	1	2	1	1	1	5	5
140	1	1	2	3	1	2	4	4
141	1	1	2	1	1	1	4	4
142	1	2	3	3	1	3	4	4
143	1	2	3	3	1	3	5	4
144	1	2	3	3	1	2	5	5
145	1	1	2	1	1	2	4	4
146	2	1	1	1	1	2	2	3
147	2	2	2	2	2	1	3	2
148	1	1	1	1	1	3	4	4
149	1	2	2	1	1	3	4	4
150	1	1	2	1	1	1	4	4

Case Summaries

	PK.3	PK.4	PK.5	PK.6	PK.7	PK.8	PK.9	PK.10	PK.11	PK.12	PK.13	KP.1	KP.2	KP.3
1	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	3	5	4	4	4	2	4	5	4	4	4	4	4
4	4	4	3	3	4	4	3	4	5	3	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	3
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4
7	4	4	4	4	4	4	1	2	4	2	4	4	4	4
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
9	3	3	5	4	4	4	2	4	4	3	4	5	4	3
10	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	3
11	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4
12	4	4	4	4	4	2	4	5	5	2	4	2	4	4
13	5	4	5	4	5	5	4	4	4	2	5	5	5	5
14	2	2	3	3	4	4	2	3	3	3	5	4	4	2
15	2	2	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2
16	5	5	5	5	5	2	4	5	4	5	5	5	5	2
17	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3
18	4	4	5	4	4	2	5	5	5	4	5	5	4	4
19	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	4	5	5
21	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3
23	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3
24	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	2	5	5
25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
26	4	4	3	3	4	4	2	3	4	4	5	4	5	4
27	2	3	4	4	3	4	5	4	4	3	2	4	3	4
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
30	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4
31	3	2	4	2	3	4	4	4	4	3	5	4	3	3
32	2	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	3
33	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3
34	2	2	3	3	4	2	3	4	3	2	3	3	3	2
35	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3
36	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
37	4	4	5	4	4	5	5	5	5	3	4	4	2	5
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
39	4	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4
40	5	5	3	4	4	3	5	5	4	4	3	4	4	5
41	4	2	5	4	4	4	5	5	5	2	5	5	2	4
42	3	2	2	4	3	4	1	3	3	3	5	5	4	2
43	4	3	3	4	4	4	3	4	2	3	2	2	4	4

Case Summaries

	PK.3	PK.4	PK.5	PK.6	PK.7	PK.8	PK.9	PK.10	PK.11	PK.12	PK.13	KP.1	KP.2	KP.3
44	5	4	3	4	4	3	4	5	4	4	5	5	4	4
45	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
46	2	3	2	4	3	3	1	3	3	2	3	4	3	3
47	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4
48	2	2	4	4	1	1	2	2	2	2	5	4	4	4
49	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
50	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5
51	2	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5
52	3	4	5	5	5	4	2	4	3	3	3	3	3	2
53	3	4	5	5	5	4	2	4	3	3	3	3	3	2
54	5	5	4	4	4	3	5	3	4	5	5	5	4	5
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
56	2	4	4	2	4	5	4	4	4	4	5	4	4	2
57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
58	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
59	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
60	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	3	4	4
61	4	4	2	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5
62	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4
63	4	4	5	5	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4
64	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4
65	5	2	2	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	2
66	2	2	3	4	3	2	3	3	2	2	1	4	3	4
67	4	3	4	4	5	2	2	4	4	4	4	4	4	3
68	4	4	4	5	4	5	5	4	4	2	4	2	4	4
69	2	2	3	3	3	4	3	4	4	4	2	4	3	3
70	2	2	4	4	2	2	2	4	2	4	5	5	4	4
71	5	4	4	5	5	4	5	2	4	4	5	5	5	5
72	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3
73	3	3	4	4	4	3	2	3	3	2	3	3	3	3
74	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4
75	4	3	5	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4
76	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5
77	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
78	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4
79	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3
80	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	3	2	2
81	2	2	3	4	3	3	3	4	4	5	5	3	3	3
82	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
83	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	5
84	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
85	3	2	4	4	4	3	5	3	3	5	4	5	4	4
86	4	4	2	5	4	4	4	5	4	3	5	5	4	4

Case Summaries

	PK.3	PK.4	PK.5	PK.6	PK.7	PK.8	PK.9	PK.10	PK.11	PK.12	PK.13	KP.1	KP.2	KP.3
87	5	4	4	5	5	4	5	2	2	4	4	5	4	4
88	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4
89	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5
90	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
91	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
92	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3
93	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5
94	4	4	5	5	4	5	3	4	4	3	4	4	4	4
95	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5
96	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4
97	4	5	4	3	4	4	2	2	3	3	4	4	4	3
98	4	4	3	4	5	5	5	5	4	3	4	3	4	3
99	2	1	4	4	4	4	2	2	2	4	4	5	2	2
100	3	2	3	4	2	4	3	4	4	4	3	4	4	4
101	3	2	2	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4
102	4	4	4	4	5	3	5	4	4	4	4	4	4	4
103	2	4	5	4	4	5	5	4	4	2	4	5	4	4
104	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3
105	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5
106	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
107	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
108	2	3	4	4	3	2	5	5	4	3	2	2	4	4
109	4	4	4	5	3	4	4	4	5	3	4	3	4	4
110	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
111	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
112	3	4	4	2	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4
113	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5
114	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2
115	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
116	4	3	5	3	3	2	3	3	3	4	3	2	3	3
117	5	5	1	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
118	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4
119	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4
120	4	4	2	2	4	2	4	4	2	4	5	4	4	4
121	3	3	4	4	3	2	4	4	4	3	3	4	3	4
122	5	4	5	5	4	2	3	2	3	2	5	4	3	3
123	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3
124	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	5	5	4	4
125	4	3	5	5	4	4	4	5	4	3	5	4	4	4
126	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
127	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4
128	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1
129	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3

Case Summaries

	KP.4	KP.5	KP.6	KP.7	KP.8	KP.9	LM.1	LM.2	LM.3	LM.4	LM.5	LM.6	LM.7
1	5	5	5	5	1	1	5	5	5	5	5	5	5
2	4	5	5	5	4	5	5	3	3	4	3	3	3
3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	2	3
5	3	3	4	4	4	4	3	2	2	4	2	2	1
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
7	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4
8	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5
9	4	4	5	2	4	5	5	4	5	4	5	3	5
10	3	4	4	4	4	4	3	2	3	3	3	2	2
11	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2
12	2	4	4	4	4	4	4	5	2	2	4	4	2
13	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4
14	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	3
15	1	5	5	5	5	5	5	2	1	2	1	1	1
16	2	4	4	4	4	4	5	2	1	1	4	2	1
17	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	2	2
18	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	3
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
20	5	5	5	5	5	5	4	4	1	3	1	1	1
21	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	2
22	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
23	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4
24	4	4	5	5	5	4	5	2	4	5	2	5	4
25	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
26	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4
27	4	3	4	5	4	4	2	2	3	4	3	4	2
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2
29	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	2	2
30	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3
31	4	3	5	3	4	4	4	3	3	4	3	2	3
32	2	4	4	5	3	3	3	3	2	2	2	1	1
33	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	2	3
34	4	2	3	3	3	3	4	4	3	3	2	3	4
35	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3
36	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2
37	5	4	5	4	5	5	4	3	4	5	5	5	5
38	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
40	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	5	4
41	2	2	3	2	2	4	5	2	2	4	2	2	2
42	1	3	4	4	3	3	4	3	3	4	2	2	1
43	4	4	4	4	3	3	4	2	3	4	3	3	2

Case Summaries

	KP.4	KP.5	KP.6	KP.7	KP.8	KP.9	LM.1	LM.2	LM.3	LM.4	LM.5	LM.6	LM.7
44	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	1
45	2	4	4	4	4	4	4	2	2	3	3	2	2
46	2	2	4	1	2	2	2	2	2	2	3	3	1
47	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
48	1	4	2	2	2	2	1	1	1	2	1	1	1
49	2	5	5	5	5	5	5	2	2	5	2	2	2
50	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4
51	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	2	2	2
52	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	2	4
53	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	2	4
54	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
56	4	2	4	4	4	4	4	4	4	5	2	4	4
57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
58	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
59	4	4	4	4	4	4	2	2	3	4	2	2	2
60	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3
61	2	4	4	2	2	4	4	4	4	4	2	2	1
62	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
63	5	4	4	2	3	3	4	3	4	4	4	4	2
64	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3
65	3	4	5	5	5	4	4	2	1	3	1	2	2
66	3	3	4	3	3	3	3	2	2	2	2	1	1
67	4	4	4	2	4	4	4	2	2	3	2	2	2
68	2	4	2	4	2	3	2	3	2	4	3	2	2
69	2	4	4	2	3	4	3	2	3	2	2	2	1
70	1	2	4	2	2	4	4	2	1	4	2	1	5
71	2	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	2	2
72	2	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2
73	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3
74	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4
75	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3
76	4	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3
77	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
78	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
79	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3
80	3	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	4	4
81	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
82	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	5	3	3
83	3	4	5	5	2	4	5	4	4	4	4	4	3
84	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
85	4	4	4	5	4	4	4	2	4	3	2	3	3
86	4	5	4	5	5	5	2	1	2	4	2	2	1

Case Summaries

	LM.8	LM.9	LM.10
1	5	5	5
2	3	3	3
3	4	4	4
4	3	3	3
5	2	1	2
6	4	4	4
7	4	4	4
8	5	5	5
9	4	3	4
10	2	2	2
11	3	3	3
12	2	4	4
13	4	5	5
14	3	2	4
15	1	1	1
16	1	1	1
17	3	3	2
18	4	4	4
19	4	4	4
20	1	1	3
21	2	2	2
22	4	4	4
23	4	3	4
24	5	5	2
25	4	4	4
26	4	4	3
27	3	2	2
28	2	2	2
29	2	2	2
30	3	4	3
31	2	2	2
32	1	1	1
33	3	3	3
34	3	3	2
35	4	3	3
36	4	4	4
37	4	4	3
38	4	4	2
39	4	4	4
40	3	3	2
41	2	2	2
42	2	2	1
43	2	3	2

Case Summaries

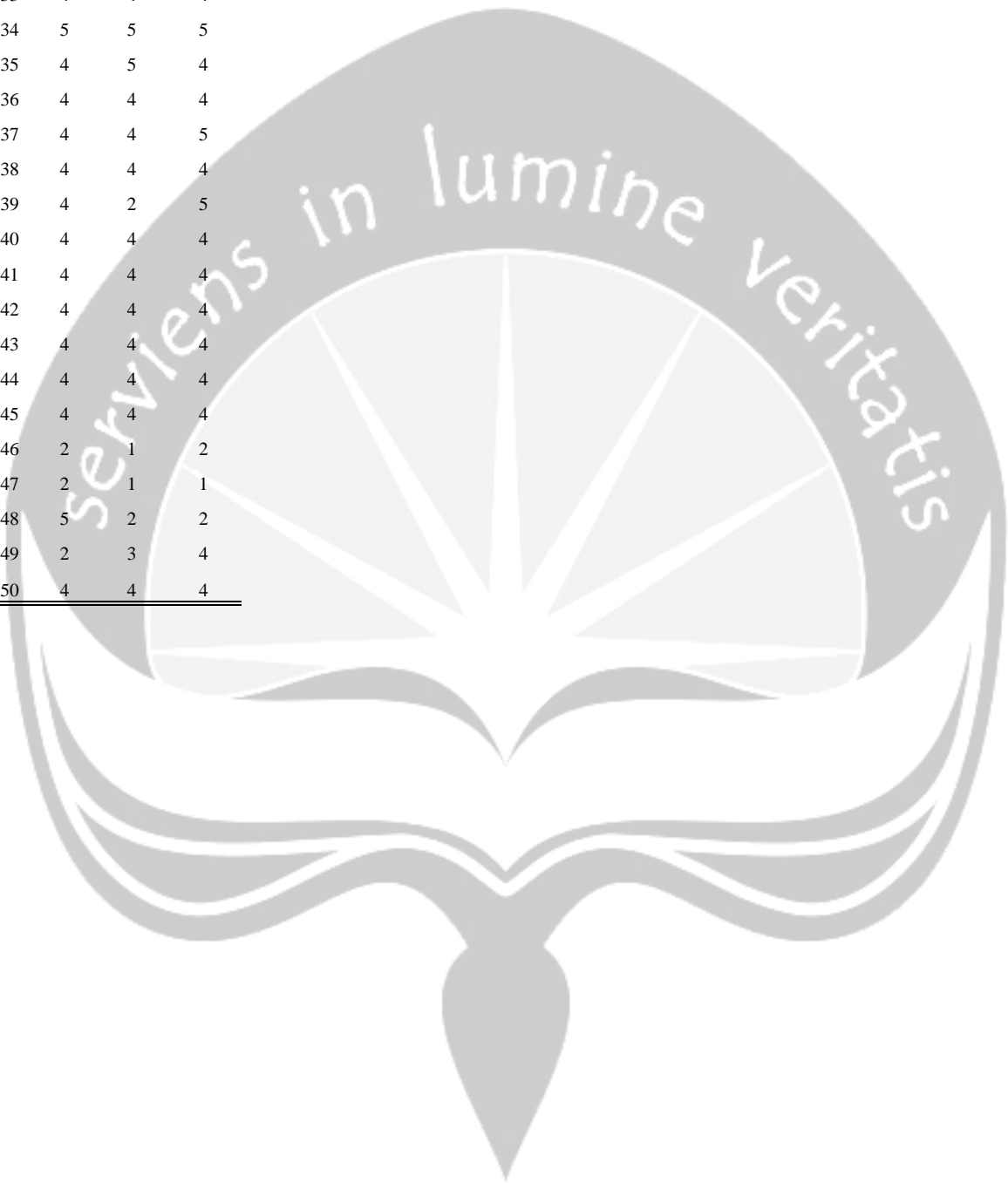
	LM.8	LM.9	LM.10
44	3	3	3
45	2	2	2
46	1	1	1
47	4	4	4
48	1	1	1
49	2	4	2
50	4	5	5
51	4	2	2
52	3	2	4
53	3	2	4
54	3	1	2
55	4	4	4
56	4	4	4
57	4	4	4
58	4	5	4
59	2	2	2
60	3	3	4
61	1	1	1
62	4	4	4
63	3	2	3
64	3	3	3
65	2	2	2
66	3	2	3
67	2	1	2
68	2	2	2
69	2	2	2
70	2	1	2
71	2	2	2
72	2	2	2
73	3	3	3
74	4	4	5
75	4	3	4
76	4	3	3
77	4	4	4
78	4	4	4
79	3	3	3
80	4	4	4
81	3	3	3
82	2	1	2
83	4	4	4
84	4	2	1
85	4	4	3
86	2	1	1

Case Summaries

	LM.8	LM.9	LM.10
87	4	4	4
88	4	4	4
89	4	5	4
90	3	3	3
91	3	3	2
92	3	3	3
93	4	4	4
94	4	3	4
95	5	4	5
96	4	4	4
97	2	2	2
98	5	5	4
99	2	2	2
100	1	1	1
101	2	2	2
102	4	4	2
103	2	4	4
104	3	3	3
105	5	5	5
106	3	3	2
107	1	1	1
108	3	3	2
109	2	2	1
110	2	2	2
111	4	4	5
112	1	1	1
113	4	4	4
114	3	3	2
115	4	4	5
116	2	2	2
117	4	4	2
118	4	4	4
119	2	2	2
120	2	3	3
121	3	2	3
122	2	3	1
123	3	3	3
124	5	5	4
125	1	2	2
126	3	2	3
127	3	4	2
128	1	2	1
129	3	3	3

Case Summaries

	LM.8	LM.9	LM.10
130	3	2	3
131	3	3	2
132	4	4	4
133	4	4	4
134	5	5	5
135	4	5	4
136	4	4	4
137	4	4	5
138	4	4	4
139	4	2	5
140	4	4	4
141	4	4	4
142	4	4	4
143	4	4	4
144	4	4	4
145	4	4	4
146	2	1	2
147	2	1	1
148	5	2	2
149	2	3	4
150	4	4	4







Reliability

Scale : ALL VARIABLES

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
.885	13

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PK1	48.00	43.310	.714	.874
PK2	48.13	40.809	.703	.870
PK3	48.17	40.833	.642	.873
PK4	48.23	40.116	.686	.870
PK5	48.07	41.168	.503	.881
PK6	48.00	43.310	.629	.876
PK7	47.83	42.075	.825	.869
PK8	48.17	43.592	.435	.892
PK9	48.30	38.907	.547	.882
PK10	47.93	41.099	.681	.871
PK11	47.83	42.075	.675	.873
PK12	48.30	40.907	.533	.879
PK13	47.83	43.937	.416	.884

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
52.0667	48.478	6.96263	13



Reliability

Scale : ALL VARIABLES

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
.765	9

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KP1	32.17	13.247	.530	.759
KP2	32.03	13.068	.591	.725
KP3	32.53	12.671	.438	.745
KP4	32.63	13.206	.508	.770
KP5	32.17	12.626	.727	.709
KP6	31.97	12.999	.738	.714
KP7	32.10	13.334	.411	.748
KP8	32.33	13.264	.394	.751
KP9	32.20	13.683	.486	.763

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
36.2667	16.133	4.01663	9

Reliability

Scale : ALL VARIABLES

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
.945	10

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
LM1	29.73	75.651	.501	.950
LM2	30.40	69.834	.710	.942
LM3	30.37	66.930	.829	.937
LM4	29.83	75.868	.571	.948
LM5	30.30	68.286	.794	.939
LM6	30.57	65.909	.827	.937
LM7	30.67	64.092	.910	.933
LM8	30.57	65.840	.878	.934
LM9	30.60	65.283	.826	.937
LM10	30.57	66.806	.846	.936

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
33.7333	83.995	9.16490	10



Frequencies

Frequency Table

Jenis kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid laki-laki	69	46.0	46.0	46.0
perempuan	81	54.0	54.0	100.0
Total	150	100.0	100.0	

Pendidikan terakhir

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid S1/Diploma	93	62.0	62.0	62.0
SMA/ sederajat	54	36.0	36.0	98.0
S2/S3	3	2.0	2.0	100.0
Total	150	100.0	100.0	

Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 16 tahun - 20 tahun	40	26.7	26.7	26.7
21 tahun - 25 tahun	98	65.3	65.3	92.0
26 tahun - 30 tahun	9	6.0	6.0	98.0
Diatas 30 tahun	3	2.0	2.0	100.0
Total	150	100.0	100.0	

Pengeluaran per bulan

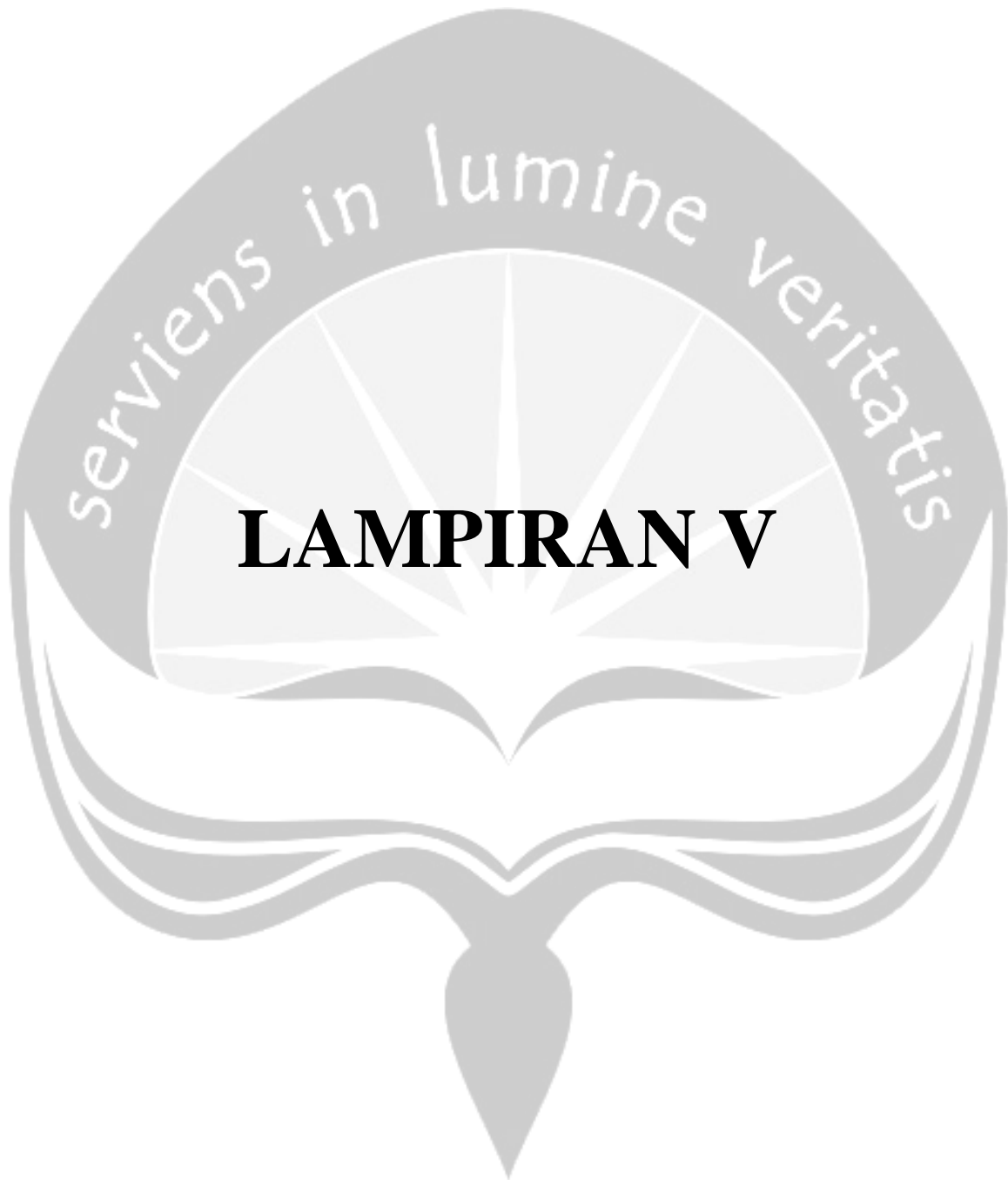
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rp.1.000.000-Rp.1.500.000	77	51.3	51.3	51.3
	Rp.1.500.000-Rp.2.000.000	41	27.3	27.3	78.7
	Rp.2.000.000-Rp.2.500.000	21	14.0	14.0	92.7
	Diatas Rp.2.500.000	11	7.3	7.3	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

Pelanggan ritel

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ya	127	84.7	84.7	84.7
	Tidak	23	15.3	15.3	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

Lama menjadi pelanggan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 - 1,5 tahun	53	35.3	35.3	35.3
	1,5 - 2 tahun	25	16.7	16.7	52.0
	Lebih dari 2 tahun	72	48.0	48.0	100.0
	Total	150	100.0	100.0	



Regression

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Persepsi_Kualitas ^a		. Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Kepuasan_pelanggan

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.850 ^a	.722	.720	2.880

a. Predictors: (Constant), Persepsi_Kualitas

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3183.154	1	3183.154	383.738	.000 ^a
	Residual	1227.680	148	8.295		
	Total	4410.833	149			

a. Predictors: (Constant), Persepsi_Kualitas

b. Dependent Variable: Kepuasan_pelanggan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.375	1.502		3.579	.000
	Persepsi_Kualitas	.580	.030	.850	19.589	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan_pelanggan



Regression

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kepuasan_pelanggan, Persepsi_Kualitas ^a		. Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Loyalitas_merek

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.571 ^a	.326	.317	7.325

a. Predictors: (Constant), Kepuasan_pelanggan, Persepsi_Kualitas

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3810.093	2	1905.047	35.505	.000 ^a
	Residual	7887.380	147	53.656		
	Total	11697.473	149			

a. Predictors: (Constant), Kepuasan_pelanggan, Persepsi_Kualitas

b. Dependent Variable: Loyalitas_merek

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.624	3.982		-.157	.876
	Persepsi_Kualitas	.264	.143	.237	1.848	.067
	Kepuasan_pelanggan	.578	.209	.355	2.767	.006

a. Dependent Variable: Loyalitas_merek

